

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Романчук Иван Сергеевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 31.03.2022 08:49:01

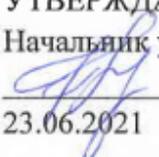
Уникальный программный ключ:

6319edc2b582ffdacea443f01d5779368d0957ac34f5cd074d81181530452479

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник управления ИОТ

 Н.К. Федорова

23.06.2021

1С. ПРЕДПРИЯТИЕ

Рабочая программа

для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(очная форма обучения)

Каримова Д.В., Викторова Н.В. 1 С. Предприятие. Рабочая программа для обучающихся по направлениям подготовки (специальностям), реализуемым по индивидуальным образовательным траекториям (очная форма обучения). Тюмень, 2020.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ: 1 С. Предприятие [электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

© Тюменский государственный университет, 2020.

© Каримова Д.В., Викторова Н.В. 2020.

1. Пояснительная записка

Одними из самых популярных программ автоматизации управления и учета выступают программы платформы 1С Предприятие, которая имеет множество конфигураций, предназначенных для разных сфер и направлений бизнеса.

Цель дисциплины - изучение основных методологических приемов работы по сбору, анализу и обработке данных, необходимых для решения профессиональных задач, с помощью программ 1С, а также развитие практических навыков формирования учетной и отчетной информации о деятельности организации, необходимой для целей управления, с применением программ автоматизации управления и учета 1С. Данный профессиональный электив предназначен для подготовки бакалавров направления 38.03.02 "Менеджмент".

Задачи дисциплины:

- формирование знаний в области функционирования и сервисных возможностей автоматизированных программ учета и управления, основных методологических приемов работы в программах применительно к современным требованиям управления;
- формирование знаний в области применения основных методов, способов и средств получения, хранения, поиска, систематизации, обработки и передачи информации с использованием автоматизированных программ учета;
- приобретение навыков работы с различными источниками информации, информационными ресурсами;
- овладение практическими навыками составления первичных документов, учетных регистров, формирования стандартных отчетов, бухгалтерской (финансовой) и налоговой отчетности с применением программ учета семейства 1С;
- развитие навыков принятия рациональных решений относительно способов и методов отражения фактов хозяйственной жизни, систематизации и обобщения информации о них в автоматизированной информационной системе.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты обучения: (знаниевые/функциональные)
УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	УК-10.	Знает функциональность основных программ 1С. Знает сущность и функции предпринимательской деятельности и риски, связанные с ней, особенности частного и государственного предпринимательства. Умеет применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов и управления оборотным капиталом с помощью основных программ 1С. Предприятие.

2. Структура и объем дисциплины

Таблица 1

Вид учебной работы	Всего часов	Часов в семестре
		6
Общая трудоемкость зач.ед. час	4	4
	144	144
Из них:		
Часы аудиторной работы (всего):	50	50
Лекции	0	0
Практические занятия	0	0
Лабораторные / практические занятия по подгруппам	50	50
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося	94	94
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

3. Система оценивания

3.1.

Оценивание достижений обучающихся в течение семестра осуществляется на основе балльно-рейтинговой системы. Для текущего контроля обучающихся применяется 100-балльная система оценивания. Баллы начисляются студентам за выполнение лабораторных работ по каждой теме дисциплины.

Результаты текущего контроля учитываются при промежуточной аттестации. Перевод баллов в зачет осуществляется по следующей шкале: от 0 до 60 баллов – «не зачтено», от 61 до 100 баллов – «зачтено».

Таким образом, для получения зачета по дисциплине обучающимся необходимо набрать за семестр не менее 61 балла. Студенты, набравшие по итогам работы в семестре менее 61 балла, для получения положительной оценки направляются на сдачу зачета в зачетно-экзаменационный период.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				Иные виды контактной работы
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные /практические занятия по подгруппам	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Решения 1 С для управления предприятием. Основные принципы	14	0	0	2	0

	функционирования и сервисные возможности программ					
2.	Работа в программе «1 С: Бухгалтерия»	30	0	0	14	0
3.	Работа в программе «1 С: Управление нашей фирмой»	30	0	0	12	0
4.	Работа в программе «1 С: Управление торговлей»	30			12	
5.	Работа в программе «1 С: Зарплата и управление персоналом»	40	0	0	10	0
	Итого (часов)	144	0	0	50	0

4.2. Содержание дисциплины по темам

Планы лабораторных занятий по подгруппам

Тема 1. Решения 1 С для управления предприятием. Основные принципы функционирования и сервисные возможности программ

1. Виды программных продуктов 1 С, предназначенных для целей управления и учета.
2. Программа «1С Бухгалтерия»: назначение, возможности, общие принципы функционирования.
3. Программа «1 С: Управление нашей фирмой»: назначение, возможности, общие принципы функционирования.
4. Программа «1 С: Управление торговлей»: назначение, возможности, общие принципы функционирования.
5. Программа «1 С: Зарплата и управление персоналом»: назначение, возможности, общие принципы функционирования.

Тема 2. Работа в программе «1 С: Бухгалтерия»

1. Настройка программы. Ввод сведений об организации и контрагентах.
2. Кадровый учет и управление персоналом.
3. Учет и управление закупками и продажами.
4. Учет и управление денежными средствами и расчетами с контрагентами.
5. Расчет налогов, формирование и анализ регламентированной отчетности.

Тема 3. Работа в программе «1 С: Управление нашей фирмой»

1. Изучение функционала и работа в программе «1С: Управление нашей фирмой».
2. Ввод первоначальных сведений.
3. Учет взаимоотношений с клиентами.
4. Производственный, финансовый и кадровый учет.
5. Внутренняя отчетность, аналитика для планирования, внешняя отчетность.

Тема 4. Работа в программе «1 С: Управление торговлей»

1. Организация управленческого и оперативного учета, анализа и планирования в оптовой или оптово-розничной торговле.

Тема 5. Работа в программе «1 С: Зарплата и управление персоналом»

1. Изучение функционала и работа в программе «1 С: Зарплата и управление персоналом»: настройка программы, ввод первоначальных сведений, заполнение справочников, составление штатного расписания.
2. Оформление приема на работу. Кадровый учет, кадровые отчеты.
3. Начисление заработной платы. Учет расчетов по оплате труда, отчетность по заработной плате.

Образцы средств для проведения текущего контроля

Тема 2. Работа в программе «1 С: Бухгалтерия»

Пример задания из лабораторного практикума по теме 2 (краткая выдержка):

1. Подготовьте информационную базу для ведения учета: настройте разделы первоначальной настройки, введите сведения об организации

2. При первоначальном запуске программы необходимо указать:

ИНН: 720203229817

Система налогообложения: общая.

3. Настройте функциональности программы:

Перед началом работы в информационной базе, следует определить, какая функциональность ей нужна. Именно Функциональность позволит отключить или включить дополнительные возможности программы.

Раздел «Главное» - «Настройки» - «Функциональность»:

Положения переключателя (виды) функциональности		
Основная	Выборочная	Полная
Рассчитана на большинство предприятий малого бизнеса. Включает возможности, которых достаточно для основных сценариев работы, имеет простой интерфейс.	Предусмотрено отключение неиспользуемого функционала, а также включение функционала в соответствии с потребностями учета.	Позволяет использовать все возможности программы.

Выберите **полную** функциональность программы и включите полный интерфейс программы.

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы студентов

Таблица 3

№ темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1	Решения 1 С для управления предприятием. Основные принципы функционирования и сервисные возможности программ.	Выполнение заданий лабораторного практикума
2	Работа в программе «1 С: Бухгалтерия»	Выполнение заданий лабораторного практикума

3	Работа в программе «1 С: Управление нашей фирмой»	Выполнение заданий лабораторного практикума
4	Работа в программе «1 С: Управление торговлей»	Выполнение заданий лабораторного практикума
5	Работа в программе «1 С: Зарплата и управление персоналом»	Выполнение заданий лабораторного практикума

Самостоятельная работа студентов предполагает изучение теоретического материала по актуальным вопросам дисциплины. Рекомендуется самостоятельное изучение законодательства РФ, доступной учебной и научной литературы, периодических, научно-практических, аналитических и экспертных изданий. Самостоятельно изученные теоретические материалы, обсуждаемые на занятиях, используются в ходе выполнения каждого из блока заданий лабораторного практикума.

Степень овладения знаниями и практическими навыками определяется в процессе текущего и итогового контроля.

С целью текущего контроля знаний проводится проверка выполнения практических заданий лабораторного практикума, предусмотренных календарно-тематическим планом.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине

6.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Форма проведения промежуточной аттестации у обучающихся обучения – выполнение заданий лабораторного практикума и задания для зачета. Процедура зачета состоит в демонстрации выполненных заданий практикума. К дате проведения зачета необходимо обязательное выполнение всех заданий практикума. В случае выполнения работы с ошибками и значительными недочетами студенту будут предложены задания для зачета.

Таким образом, оценочный материал для проведения промежуточной аттестации по дисциплине – задания лабораторного практикума и задание для зачета. Продолжительность выполнения задания для зачета – астрономический час.

Выполнение задания для зачета оценивается максимально в 50 баллов. Задание, выполненное не полностью или неправильно, оценивается в процентах от максимального количества баллов.

Обучающиеся, по итогам текущего контроля успеваемости в семестре набравшие 61 балл и более, получают зачет автоматом без прохождения итоговой проверки выполнения заданий практикума на зачете.

Обучающиеся, совокупно набравшие по итогам работы в семестре и в ходе итоговой проверки выполнения заданий практикума 61 балл и более, получают зачет по дисциплине.

Обучающиеся, набравшие по итогам текущего контроля успеваемости в семестре и в ходе итоговой проверки выполнения заданий практикума, а также при успешном выполнении задания для зачета, 61 балл и более, также получают зачет по дисциплине.

Лабораторный практикум представляет собой комплекс из ситуационных заданий, базирующихся на «сквозном» примере, охватывающем все основные направления работы в программах 1 С. Деление заданий на варианты не предусмотрено. Лабораторный практикум предоставляется студентам в электронном виде.

Пример задания для зачета

1. На основе представленных данных отразить в информационной базе операции по движению денежных средств на расчетном счете и в кассе:

05.04. 202_ г. На расчетный счет зачислен кредит, выданный обслуживающим банком сроком на 6 месяцев, – 100000 руб.

07.04. 202_ г. Снято в кассу с расчетного счета по чеку № 139645 на хозяйственные расходы – 7000 руб.

08.04.202_ г. Выданы из кассы денежные средства подотчет на хозяйственные расходы (сотрудника выбрать произвольно) – 7000 руб.

09.04.202_ г. Возвращен в кассу подотчетным лицом остаток средств по выданному 08.04.202_ г. авансу – 500 руб.

2. Сформировать кассовую книгу за апрель 202_ г.

3. Сформировать оборотно-сальдовые ведомости по счетам 50 «Касса», 51 «Расчетные счета», проанализировать движение денежных средств за рассматриваемый период.

6.2. Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

Карта критериев оценивания компетенций

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1	УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	Знает функциональность основных программ 1 С. Знает сущность и функции предпринимательской деятельности и риски, связанные с ней, особенности частного и государственного предпринимательства.	Задания лабораторного практикума.	<ol style="list-style-type: none"> Использование при выполнении заданий лабораторного практикума различных источников информации (сайты, форумы, справочные правовые системы и пр.) Полнота, качество выполнения задания лабораторного практикума, наличие или отсутствие недочетов и ошибок.
			Задание для зачета.	<ol style="list-style-type: none"> Ссылки на авторитетные источники информации при защите выполненного задания для зачета.

				2. Привлечение для аргументации разных видов информации.
		Умеет применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов и управления оборотным капиталом с помощью основных программ 1 С. Предприятие.	Задания лабораторного практикума.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Использование при выполнении заданий лабораторного практикума различных источников информации (сайты, форумы, справочные правовые системы и пр.) 2. Полнота, качество выполнения задания лабораторного практикума, наличие или отсутствие недочетов и ошибок.
			Задание для зачета.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ссылки на авторитетные источники информации при защите выполненного задания для зачета. 2. Привлечение для аргументации разных видов информации.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература:

1. Информационные технологии в менеджменте : учебное пособие / В. И. Карпузова, Э. Н. Скрипченко, К. В. Чернышева, Н. В. Карпузова. - 2-е изд., доп. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. - 301 с. - ISBN 978-5-9558-0315-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1047207> (дата обращения: 21.04.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.2 Дополнительная литература:

1. Бухгалтерский учет и отчетность : комплект презентаций [Электронное издание] / под ред. проф. Н.Н. Хахоновой. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 1597 с. — (Высшее образование) — DOI: <https://doi.org/10.12737/17098>. - ISBN 978-5-16-105945-6. - Текст :

электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1095339> (дата обращения: 18.05.2020). – Режим доступа: по подписке

2. Герасимова, Е. Б. Анализ деятельности экономических субъектов : учебник / Е.Б. Герасимова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 318 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/987505. - ISBN 978-5-16-014492-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/987505> (дата обращения: 21.04.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.3. Интернет-ресурсы:

1. <https://edu.1cfresh.com/>
2. <https://its.1c.ru/>
3. <https://minfin.gov.ru/ru/performance/accounting/accounting/>

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>
2. Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>
3. Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам, доступ в облачный сервис «1С Предприятие для высших учебных заведений». Любое ПО для демонстрации презентаций, созданных в Microsoft Power Point.

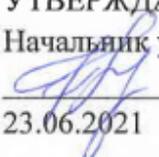
Лицензионное ПО, в том числе отечественного производства: платформа для электронного обучения Microsoft Teams.

Свободно распространяемое ПО, в том числе отечественного производства: Adobe Reader, 7-Zip.

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

Мультимедийное оборудование, компьютерный класс с доступом в Интернет для выполнения лабораторной работы.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ

Н.К. Федорова
23.06.2021

ВТЛ (МЕРЧЕНДАЙЗИНГ И СТИМУЛИРОВАНИЕ)
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(очная форма обучения)

Седелникова Е.Б. ВТЛ (мерчендайзинг и стимулирование). Рабочая программа для обучающихся по направлениям подготовки (специальностям), реализуемым по индивидуальным образовательным траекториям (очная форма обучения). Тюмень, 2020.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ: ВТЛ (мерчендайзинг и стимулирование) [электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

© Тюменский государственный университет, 2020.

© Седелникова Е.Б., 2020.

1. Пояснительная записка

Цель дисциплины - не только дать общее представление об основных элементах комплекса ВТЛ-технологий, но и привить навыки их практического использования.

Задачи дисциплины:

- 1) дать обучающимся общее представление об основных видах ВТЛ-коммуникаций и, в частности, о мерчендайзинге и стимулировании;
- 2) привить навыки анализа и практического использования различных стандартных и “новых” инструментов мерчендайзинга и стимулирования;
- 3) привить студентам навыки планирования и разработки немедийных маркетинговых проектов с учетом целей и задач компании.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты обучения: (знаниевые/функциональные)
ПК-3. Способен формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга	ПК-3	Знает основополагающие понятия, термины и категории ВТЛ – технологий в части мерчендайзинга и стимулирования; Знает специфику инструментов ВТЛ-комплекса в части мерчендайзинга и стимулирования; знает содержание процесса ВТЛ-акций и его планирование
		Умеет проводить отбор ВТЛ - инструментов в части мерчендайзинга и стимулирования; Умеет планировать ВТЛ-акции в части мерчендайзинга и стимулирования и выполнить оценку их эффективности.

3.	Стимулирование конечных потребителей.	24	2	4	0	0
4.	Мерчендайзинг.	24	4	8	0	0
5.	Организация BTL-акций.	24	2	6	0	0
6.	Новые направления в Consumer promotion	24	4	8	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины по темам

Тема 1. BTL-маркетинг: назначение в системе маркетинговых коммуникаций и построение стратегии

1. ATL и BTL: роль и место в общем комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
2. BTL и Trade Promotion: классификация.
3. Виды и методы стимулирования.
4. Задачи по этапам выхода продукта на рынок: три волны продвижения
5. Схема разработки стратегии продвижения и комплекса BTL: этапы планирования кампании по стимулированию.
6. Алгоритм выбора мероприятий и бюджетирование акций

Практическое занятие №1,2

1. Беседа по вопросам лекции
2. Изучение практики применения BTL-технологий в России и за рубежом.
3. Решение ситуационных задач

Тема 2. Стимулирование продаж (мероприятия) в каналах сбыта

1. Основные цели и инструменты стимулирования посредников.
2. Работа с персоналом компании: разработка мотивационных программ.
3. Работа с оптовым звеном: дистрибуторами/дилерами.
4. Работа с торговыми сетями: цели входа в сетевую розницу, планирование мероприятий по стимулированию, основные форматы.
5. Стимулирование торгового персонала торговых точек: цели и методы стимулирования.

Практическое занятие №3,4

1. Беседа по вопросам лекции
2. Решение ситуационных задач
3. Работа в малых группах и презентация "Разработка мероприятий по стимулированию в каналах сбыта"

Тема 3. Стимулирование конечных потребителей

1. **Consumer promotion.** Промо-акции: цели проведения промо-акций.
2. Основные виды промо-акций: Купоны, Конкурсы, Лотереи, Распродажа, Предложение премий, Программа уникальных торговых предложений, образцы, интерактивное продвижение.
3. Планирование: определение целевых аудиторий, сроков и бюджетов при проведении промо-акций.
4. Разработка и подготовка промо-акций: выбор идеи и оптимального механизма в зависимости от целей программы, разработка сценария.
5. Бюджетирование и контроль проведения промо – мероприятий.

Практическое занятие №5,6

1. Беседа по вопросам лекции
2. Решение ситуационных задач
3. Работа в малых группах и презентация "Разработка мероприятий по стимулированию конечных потребителей"

Тема 4. Мерчендайзинг

1. Цели мерчендайзинга производителя и продавца.
2. Правила мерчендайзинга. Эффективный запас. Эффективное расположение.
3. Разработка и внедрение стандарта в компании.
4. Внутренняя планировка магазина и подбор торгового оборудования.
5. Мерчендайзинговый подход к выкладке товаров в местах продаж.
6. Размещение POS-материалов в местах продаж.
7. Понятие и сущность атмосферы магазина, классификация ее элементов. Структура и общая характеристика эмоционально-чувственных составляющих атмосферы магазина.

Практическое занятие №7,8

1. Беседа по вопросам лекции
2. Решение ситуационных задач
3. Презентация "Практика мерчендайзинга"
4. Работа в малых группах и презентация "Разработка планировки магазина"

Практическое занятие №9,10

1. Беседа по вопросам лекции
2. Решение задач
3. Работа в малых группах "Анализ системы мерчендайзинга"

Тема 5. Организация ВТЛ-акций

1. Разработка, подготовка промо-акций.
2. Правила оформления рекламных материалов, объявлений в прессе и т.д. Обязательные пункты.
3. Бюджет ВТЛ- акции. Типы акций по бюджетам. Категории расходов.
4. Базы данных, полученные в результате ВТЛ-акций - содержание, структура и дальнейшее использование.
5. Оценка эффективности ВТЛ-кампаний.
6. Организация работы с ВТЛ-агентством: разработка брифа (технического задания) промо-акции. Согласование плана акции и бюджета. Составление договора.
7. Осуществление контроля и форма отчетности по итогам проведения мероприятий.

Практическое занятие №11,12,13

1. Работа в малых группах:
 - 1.1. "Организация ВТЛ-акции: работа с исполнителем"
 - 1.2. Нестандартные промо-решения (промоформа промоутеров, нестандартные тексты, оформление сопутствующего инвентаря для промоутеров, POS).

Тема 6. Новые направления в Consumer promotion

1. Определение "новых" направлений в Consumer promotion (промомероприятия, направленные на конечного потребителя).
2. Event marketing (событийный маркетинг), Вирусный маркетинг (Flash-mob), Партизанский маркетинг (Guerilla маркетинг) – цели, виды, механика, возможности и угрозы.
3. Креатив в ВТЛ.

1. Работа в малых группах :

1.1. Разработка и презентация мероприятий Event marketing (событийного маркетинга), Вирусного маркетинга (Flash-mob) и Партизанского маркетинга (Guerilla маркетинг)

1.2. Разработка и презентация мероприятий "Креатив в BTL"

1.3. Разработка и презентация "Разработка BTL-стратегии"

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1.	BTL-маркетинг: назначение в системе маркетинговых коммуникаций и построение стратегии.	Чтение рекомендованной и дополнительной учебной, научной литературы. Подготовка конспектов.
2.	Стимулирование продаж (мероприятия) в каналах сбыта.	Чтение рекомендованной и дополнительной учебной, научной литературы. Подготовка конспектов.
3.	Стимулирование конечных потребителей.	Чтение рекомендованной и дополнительной учебной, научной литературы. Подготовка конспектов. Разработка презентаций.
4.	Мерчендайзинг.	Чтение рекомендованной и дополнительной учебной, научной литературы. Подготовка конспектов. Разработка презентаций.
5.	Организация BTL-акций.	Чтение рекомендованной и дополнительной учебной, научной литературы. Подготовка конспектов. Разработка презентаций.
6.	Новые направления в Consumer promotion	Чтение рекомендованной и дополнительной учебной, научной литературы. Подготовка конспектов. Разработка презентаций.

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Поиск ответов на вопросы для обсуждения по теме.
4. Изучение интернет-источников для подготовки к работе в группах.
5. Подготовка презентаций: поиск информации из разных источников, формирования

доклада, создание презентации и подготовка к публичному выступлению

Контроль самостоятельной работы осуществляется при публичной защите презентаций, проектов, при собеседовании по теме.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

6.1 Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Форма проведения промежуточной аттестации (зачета) по дисциплине – письменный ответ на два вопроса, из которых первый из тем № 1,2,3, а второй из тем № 4,5,6.

Обучающиеся, по итогам текущего контроля успеваемости в семестре набравшие 61 балл и более, получают зачет автоматом без прохождения итогового собеседования.

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Цели и виды стимулирования сбыта: среди потребителей, среди продавцов, среди посредников.
2. ATL и VTL: сравнение функций и возможностей. Задачи решаемые при помощи VTL.
3. Инструментарий VTL.
4. Событийный маркетинг: понятие и основные виды.
5. Преимущества и недостатки специальных мероприятий.
6. Характеристика основных стадий специальных мероприятий.
7. Коммуникационное обеспечение специальных мероприятий.
8. Виды информирования о мероприятии.
9. Понятие и значение мерчандайзинга в современном торговом бизнесе.
10. Цели, задачи, принципы и функции мерчандайзинга.
11. Классификация мест продаж и формы продажи.
12. Виды технологических планировок торгового зала.
13. Разработка системы навигации в торговом зале.
14. Подходы к распределению площади торгового зала: зональное расположение групп товаров и регулирование покупательских потоков.
15. Правило «золотого треугольника» и его влияние на психологию покупателя. Перекрестный мерчандайзинг: правила сочетания товаров в категории.
16. Последовательность размещения отделов и секций в торговом зале.
17. Выкладка и размещение: демонстрация товаров в торговом зале.
18. Основные принципы выкладки и концепции представления товаров в местах продаж.
19. Определение оптимального размера выкладки товара.
20. Цели, задачи и функции POS-материалов в местах продаж.
21. Принципы размещения POS-материалов в торговых зонах магазина.
22. Правила эффективной презентации товара в местах продаж.
23. Product Placement: понятие и виды.
24. Обратный Product Placement.
25. Преимущества использования Product Placement.
26. Специфика и задачи стимулирования сбыта.
27. Приемы стимулирования сбыта.
28. Особенности использования партизанского маркетинга.
29. Основные задачи вирусного маркетинга.
30. Основные рекламные средства в местах продаж.
31. Оценка эффективности VTL: факторы и методы.
32. Разработка программы VTL.
33. POS – материалы.
34. Разработка и поддержание клиентских баз данных.
35. Креативные технологии в создании VTL.
36. VTL-мероприятия как коммуникативный канал воздействия на потребителя.
37. Экономические результаты VTL.
38. Сравнительная характеристика VTL и традиционных инструментов продаж.

6.2 Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

Карта критериев оценивания компетенций

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1	ПК-3. Способен формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга	знает основополагающие понятия, термины и категории ВТЛ – технологий в части мерчендайзинга и стимулирования; знает специфику инструментов ВТЛ-комплекса в части мерчендайзинга и стимулирования; знает содержание процесса ВТЛ-акций и его планирование умеет проводить отбор ВТЛ - инструментов в части мерчендайзинга и стимулирования; умеет планировать ВТЛ-акции в части мерчендайзинга и стимулирования и выполнить оценку их эффективности.	Задания для промежуточной аттестации	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература:

1. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова: учебное пособие/ В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова. - 3-е изд.. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2017. – Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/415129> (дата обращения: 10.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

2. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебное пособие / И. Б. Архангельская, Л. Г. Мезина: учебное пособие/ И. Б. Архангельская, Л. Г. Мезина. - Москва: Издательский Центр РИОР; Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/517067> (дата обращения: 10.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.2 Дополнительная литература:

1. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”) / Ф. И. Шарков/ Шарков. - 2. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2012. - 260 с.. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/go.php?id=415250> (дата обращения: 10.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

2. Интернет-маркетинг : Учебник для бакалавров / М. В. Акулич: 2016. - 352 с.. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/go.php?id=541640> (дата обращения: 10.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

3. Маркетинг / С. А. Ким/ С. А. Ким. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2015. - 260 с.. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/513272> (дата обращения: 10.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.3 Интернет-ресурсы:

<http://www.marketing.spb.ru/>

<http://www.t-80.ru/marketing>

<http://www.smart.ru/clients/iesc/>

<http://www.adnews.ru/>

<http://globalmarketing.louisville.net/>

<http://www.surbis.ru/evrasia/marketing/>

<http://www.konsi.nnov.ru/>

<http://consulting.indi.ru/>

<http://www.mlm.da.ru/index.html>

<http://www.promarket.ru>

<http://www.marketolog.da.ru/>

<http://www.marketingmix.com/>

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>

Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>

Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам дисциплин, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам.

Лицензионное ПО, в том числе отечественного производства:

платформа для электронного обучения MicrosoftTeams.

Свободно распространяемые ПО, в том числе отечественного производства:

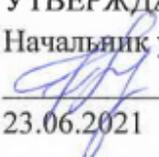
Adobe Reader;

7-Zip

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ
 Н.К. Федорова
23.06.2021

**ДЕВЕЛОПМЕНТ НЕДВИЖИМОСТИ. УПРАВЛЕНИЕ ДЕВЕЛОПЕРСКИМИ
ПРОЕКТАМИ**
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(очная форма обучения)

Черноморченко С.И., Деев А.С. Девелопмент недвижимости. Управление девелоперскими проектами. Рабочая программа для обучающихся по направлениям подготовки (специальностям), реализуемым по индивидуальным образовательным траекториям, форма(ы) обучения (очная). Тюмень, 2020.

Рабочая программа дисциплины (модуля) опубликована на сайте ТюмГУ: Девелопмент недвижимости. Управление девелоперскими проектами [электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

1. Пояснительная записка

Цель изучения "Девелопмента недвижимости" это подготовка высококвалифицированных специалистов, обладающих компетенциями в сфере девелопмента недвижимости (деятельности, направленной на преобразование действующего объекта недвижимости, незастроенного земельного участка или территории муниципального образования с целью формирования их рыночной, инвестиционной и социальной привлекательности); востребованных на профессиональном рынке управляющих и девелоперов недвижимости, специалистов в сфере комплексного развития территорий.

Задачами освоения дисциплины являются:

изучение базовых принципов ведения проектной деятельности в условиях городских поселений;

–ознакомление с фундаментальными процессами, формирующими современный рынок недвижимости в России и за рубежом;

–приобретение опыта оценки риска различных решений в инвестировании, строительстве и управлении недвижимостью;

–знакомство с основными типами девелоперских проектов, анализ деятельности инвестиционно-девелоперских компаний

- анализ образцов девелоперских проектов в формате case-study.

1.1 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты (знаниевые/функциональные)
ПК-2: Способность применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов и повышения стоимости бизнеса, управления оборотным капиталом и минимизации рисков, участвовать в разработке и реализации финансовых и инвестиционных решений.	ПК-2.	Знает практические аспекты разработки и реализации финансовых и инвестиционных решений.
		Умеет разрабатывать и реализовывать финансовые и инвестиционные решения с учетом специфики организации (проекта).
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	УК-2.	Знает эффективные способы формулировки, реализации и контроля выполнения задач
		Умеет формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом

		стратегического и тактического маркетинга.
--	--	--

2. Структура и объем дисциплины

Таблица 1

Вид учебной работы	Всего часов	Часов в семестре
		7
Общая трудоемкость зач.ед. час	4	4
	144	144
Из них:		
Часы аудиторной работы (всего):	50	50
Лекции	16	16
Практические занятия	34	34
Лабораторные / практические занятия по подгруппам	0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося	94	94
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

3. Система оценивания

3.1. Для текущего контроля применяется 100-балльная система оценивания. Баллы проставляются за :

- посещение практических занятий и активную работу на них- 1 балл,
- выполненные письменных работ по каждой теме дисциплины- 2 балла;
- работу над ситуациями – 3 балла;
- работу над проектами – 3 балла;
- работу в деловых играх – 3-6 баллов.

Результаты текущего контроля учитываются при промежуточной аттестации. Перевод баллов в оценки осуществляется по следующей шкале: от 61 до 100 баллов – «зачтено»; от 60 до 0 баллов – «не зачтено». Форма проведения зачета – устный ответ на два вопроса.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2

Форма тематического плана для очной формы обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			Иные виды контактной работы
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные/практически	

					е заняти я по подгруп пам	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Сущность девелопмента.	6	2	0	0	0
2.	Инвестиционный замысел девелоперского проекта	6	0	2	0	0
3.	Обоснование инвестиций девелоперского проекта	6	0	2	0	0
4.	Девелопмент жилой недвижимости и земельных участков или ленд-девелопмент	6	2	0	0	0
5.	Бизнес-план девелоперского проекта в сфере жилой недвижимости	6	0	4	0	0
6.	Бизнес-план девелоперского проекта в сфере загородной недвижимости	6	0	2	0	0
7.	Девелопмент коммерческой недвижимости.	6	2	0	0	0
8.	Бизнес-план девелоперского проекта офисной недвижимости	6	0	4	0	0
9.	Бизнес-план торгово-развлекательного центра	6	0	2	0	0
10.	Девелопмент промышленной и складской недвижимости.	6	2	0	0	0
11.	Бизнес-план индустриального парка	6	0	2	0	0
12.	Бизнес-план гостиничного комплекса	6	0	2	0	0
13.	Организация проектного управления в девелопменте.	6	2	0	0	0
14.	Выбор земельного участка для девелоперского проекта	6	0	2	0	0
15.	Бизнес-план логистического парка	6	0	2	0	0
16.	Маркетинг в девелопменте.	6	2	0	0	0
17.	Девелоперский контракт	6	0	2	0	0
18.	Оценка стоимости девелоперского проекта	7	0	2	0	0
19.	Реализация девелоперского проекта.	7	2	0	0	0
20.	Финансирование девелоперского проекта	7	0	2	0	0
21.	Управление рисками девелоперских проектов.	7	2	0	0	0

22.	Разработка маркетинговой концепции девелоперского проекта	7	0	2	0	0
23.	Экспертная оценка рисков девелоперского проекта	7	0	2	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины по темам

Тема 1. Сущность девелопмента.

Классификация объектов и рынков недвижимости. Основные участник рынка недвижимости. Структура рынка недвижимости. Характеристики видов девелопмента с финансовой точки зрения. Виды девелопмента по объектам недвижимости.

Тема 2. Девелопмент жилой недвижимости и земельных участков или ленд-девелопмент

Классификация объектов жилой недвижимости. Особенности девелопмента жилой недвижимости. Форматы проектов в сфере жилой недвижимости. Классификация земельных участков. Основные характеристики проектов загородной недвижимости. Этапы реализации девелоперских проектов в сфере ленд-девелопмента. Проблемы и особенности ленд-девелопмента.

Тема 3. Девелопмент коммерческой недвижимости.

Общая классификация коммерческой недвижимости. Девелопмент офисной недвижимости. Девелопмент гостиниц и отелей. Девелопмент торговой недвижимости.

Тема 4. Девелопмент промышленной и складской недвижимости.

Классификация складской недвижимости. Характеристики промышленной недвижимости. Особенности девелопмента складской и промышленной недвижимости. Ревелопмент промышленных площадок. Индустриальные и логистические парки. Кластерный и синергетические эффекты в промышленном девелопменте.

Тема 5. Организация проектного управления в девелопменте.

Управление инвестиционными проектами в девелопменте. Проработка прединвестиционной фазы проектов. Эффективное сопровождение и координация проектов. Организационная структура управления девелопера. Система корпоративного планирования. Адаптивная система проектного финансирования. Бизнес-план. Проектный анализ. Оценка жизнеспособности и финансовой реализуемости проекта.

Тема 6. Маркетинг в девелопменте.

Особенности маркетинга в девелопменте. Анализ маркетинговой информации на рынке недвижимости. Разработка маркетинговой концепции девелоперского проекта. Решения по объекту девелопмента. Принятие ценовых решений. Особенности ценовой политики в аренде

недвижимости. Разработка системы продвижения и сбыта объекта. Формирование и реализация программы маркетинга. Оценка недвижимости и девелоперского бизнеса.

Тема 7. Реализация девелоперского проекта.

Выбор и проектирование земельного участка. Правовое и инженерно-технологическое развитие участка. Торги и контракты на проведение подрядных работ. Особенности договорных моделей ЕРС и ЕРСМ. Проектирование объекта недвижимости. Генеральный проектировщик. Разработка проектной документации. Авторский надзор над строительством. Организация строительных работ. Технический надзор и страхование строительно-монтажных работ. Сдача-приемка в эксплуатацию законченных строительством объектов.

Тема 8. Управление рисками девелоперских проектов.

Основные факторы рисков девелоперских проектов. Анализ рисков девелоперских проектов. Экспертные методы анализа рисков девелоперского проекта. Целевые показатели и шкала оценки факторов. Алгоритм экспертных оценок рисков. Правовое обеспечение сделок с недвижимым имуществом. Страхование недвижимости и сделок с ней. Правовое обеспечение девелопмента по видам и этапам.

Планы практических занятий

Практическое занятие 1. "Инвестиционный замысел девелоперского проекта"

1. Анализ ситуаций; упражнение на решение проблем.
2. Представление текста отчета по case-study.
3. Разработка инвестиционного проекта создания объекта недвижимости

Практическое занятие 2. "Обоснование инвестиций девелоперского проекта"

1. Анализ ситуаций; упражнение на решение проблем.
2. Представление текста отчета по case-study.
3. Разработка обоснования. инвестиционного проекта создания объекта недвижимости

Практическое занятие 3. "Бизнес-план девелоперского проекта в сфере жилой недвижимости"

1. Анализ ситуаций; упражнение на решение проблем.
2. Представление текста отчета по case-study.
3. Разработка проекта бизнес-плана объекта недвижимости

Практическое занятие 4. "Бизнес-план девелоперского проекта в сфере загородной недвижимости"

4. Анализ ситуаций; упражнение на решение проблем.
5. Представление текста отчета по case-study.
6. Разработка проекта бизнес-плана объекта недвижимости

Практическое занятие 5. "Бизнес-план девелоперского проекта офисной недвижимости"

7. Анализ ситуаций; упражнение на решение проблем.
8. Представление текста отчета по case-study.
9. Разработка проекта бизнес-плана объекта недвижимости

Практическое занятие 6. "Бизнес-план торгово-развлекательного центра"

10. Анализ ситуаций; упражнение на решение проблем.
11. Представление текста отчета по case-study.
12. Разработка проекта бизнес-плана объекта недвижимости

Практическое занятие 7. "Бизнес-план индустриального парка"

1. Анализ ситуаций; упражнение на решение проблем.
2. Представление текста отчета по case-study.
3. Разработка проекта бизнес-плана объекта недвижимости

Практическое занятие 8. "Бизнес-план гостиничного комплекса"

1. Анализ ситуаций; упражнение на решение проблем.
2. Представление текста отчета по case-study.
3. Разработка проекта бизнес-плана объекта недвижимости.

Практическое занятие 9. "Выбор земельного участка для девелоперского проекта"

1. Анализ ситуаций; упражнение на решение проблем.
2. Представление текста отчета по case-study.
3. Разработка проекта бизнес-плана освоения земельного участка

Практическое занятие 10. "Бизнес-план логистического парка"

1. Анализ ситуаций; упражнение на решение проблем.
2. Представление текста отчета по case-study.
3. Разработка проекта бизнес-плана объекта недвижимости

Практическое занятие 11. Девелоперский контракт

1. Анализ ситуаций; упражнение на решение проблем.
2. Представление текста отчета по case-study.
3. Разработка проекта девелоперского контракта

Практическое занятие 12. "Оценка стоимости девелоперского проекта"

1. Анализ ситуаций; упражнение на решение проблем.
2. Представление текста отчета по case-study.
3. Проведение оценки стоимости развития объекта недвижимости

Практическое занятие 13. "Финансирование девелоперского проекта"

1. Анализ ситуаций; упражнение на решение проблем.
2. Представление текста отчета по case-study.
3. Разработка проекта финансовой части бизнес-плана объекта недвижимости

Практическое занятие 14. "Разработка маркетинговой концепции девелоперского проекта"

4. Анализ ситуаций; упражнение на решение проблем.
5. Представление текста отчета по case-study.
6. Разработка проекта бизнес-плана объекта недвижимости

Практическое занятие 15. "Экспертная оценка рисков девелоперского проекта "

1. Анализ ситуаций; упражнение на решение проблем.
2. Представление текста отчета по case-study.
3. Выполнение экспертной оценки девелоперского проекта.

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ Темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
	Девелопмент недвижимости. Управление девелоперскими проектами	
1	Сущность девелопмента.	Чтение обязательной и дополнительной литературы
2	Инвестиционный замысел девелоперского проекта	Проработка лекций
3	Обоснование инвестиций девелоперского проекта	Проработка лекций
4	Девелопмент жилой недвижимости и земельных участков или ленд-девелопмент	Чтение обязательной и дополнительной литературы
5	Бизнес-план девелоперского проекта в сфере жилой недвижимости	Проработка лекций
6	Бизнес-план девелоперского проекта в сфере загородной недвижимости	Проработка лекций
7	Девелопмент коммерческой недвижимости.	Чтение обязательной и дополнительной литературы
8	Бизнес-план девелоперского проекта офисной недвижимости	Проработка лекций
9	Бизнес-план торгово-развлекательного центра	Проработка лекций
10	Девелопмент промышленной и складской недвижимости.	Чтение обязательной и дополнительной литературы
11	Бизнес-план индустриального парка	Проработка лекций
12	Бизнес-план гостиничного комплекса	Проработка лекций
13	Организация проектного управления в девелопменте.	Чтение обязательной и дополнительной литературы
14	Выбор земельного участка для девелоперского проекта	Проработка лекций

15	Бизнес-план логистического парка	Проработка лекций
16	Маркетинг в девелопменте.	Чтение обязательной и дополнительной литературы
17	Девелоперский контракт	Проработка лекций
18	Оценка стоимости девелоперского проекта	Проработка лекций
19	Реализация девелоперского проекта.	Чтение обязательной и дополнительной литературы
20	Финансирование девелоперского проекта	Проработка лекций
21	Управление рисками девелоперских проектов.	Чтение обязательной и дополнительной литературы
22	Разработка маркетинговой концепции девелоперского проекта	Проработка лекций
23	Экспертная оценка рисков девелоперского проекта	Проработка лекций
24	Консультация по дисциплине	Самостоятельное изучение заданного материала
25	Зачет по дисциплине	Самостоятельное изучение заданного материала

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Ответы на пункты плана для практических занятий
4. Разбор практических примеров, продемонстрированных на лекциях и решенных на практических занятиях

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся теста, устного опроса, выполнения заданий по кейсам, написании эссе, подготовке докладов по теме занятий, а также проектов. Оцениваются как фактические знания студентов, так и глубина понимания и способности вычленения и интерпретации целостных смысловых конструкций, а также навыки самостоятельного поиска необходимой информации по теме занятия и ее критической оценки.

Примерный вариант кейса, предлагаемого для самостоятельной работы:

Задание - девелоперские проекты:

Перед инвесторами стоит выбор между тремя девелоперскими проектами примерно с одинаковым объемом инвестиций (1,5 млрд. руб) :

1. Жилой микрорайон на 1000 квартир.
2. Загородный коттеджный поселок на 900 домов.
3. Торгово-развлекательный комплекс полезной площадью 45 000 квадратных метров.

Расположение: Поселок в радиусе 25 км от Тюмени, Микрорайон и ТРЦ на участках вдоль кольцевой автодороги Тюмени.

Проведите сравнительный анализ всех вариантов и выберите наиболее пригодный с точки зрения итоговой финансовой эффективности. Анализ проводите с использованием технологий бизнес-планирования по следующим параметрам:

1. Оценка маркетинга.
2. Оценка рисков проекта.
3. Оценка финансов с обязательным расчетом cash-flow.

По итогам анализа выберите наиболее финансово эффективный вариант, обоснуйте свой выбор и подготовьте краткий бизнес-план для данного проекта.

Отдельно сделайте обоснованный вывод о целесообразности выбора того или иного варианта с точки зрения конечных рисков реализации проекта.

Доклады, предлагаемые для самостоятельной подготовки:

1. Активизация и повышение роли человеческого фактора в исследовательской и управленческой деятельности организации.
2. Понятие «творческая активность»
3. Инновационные технологии формирования творческой активности
4. Способы организации исследовательской деятельности персонала.
5. Методы активизации поиска и решения творческих задач в организации.
6. Роль конфликтных ситуаций в становлении креативного менеджмента.
7. Роль руководителей в повышении творческой активности деятельности группы.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

6.1 Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Форма проведения промежуточной аттестации (зачета) по дисциплине – устное собеседование обучающегося с преподавателем по списку вопросов. Аргументированный ответ на вопросы преподавателя по одному фильму – максимум 10 баллов. Обучающиеся, совокупно набравшие по итогам работы в семестре и в ходе итогового собеседования 61 балл и более, получают зачет по дисциплине. Обучающиеся, по итогам текущего контроля успеваемости в семестре набравшие 61 балл и более, получают зачет автоматом без прохождения итогового собеседования.

Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации (зачету)

1. Девелопмент недвижимости. Управление девелоперскими проектами в управленческой деятельности конкретных организаций.
2. Классификация объектов и рынков недвижимости.
3. Основные участники рынка недвижимости.
4. Структура рынка недвижимости.
5. Характеристики видов девелопмента с финансовой точки зрения.
6. Виды девелопмента по объектам недвижимости.
7. Классификация объектов жилой недвижимости.
8. Особенности девелопмента жилой недвижимости.
9. Форматы проектов в сфере жилой недвижимости.
10. Классификация земельных участков.
11. Основные характеристики проектов загородной недвижимости.
12. Этапы реализации девелоперских проектов в сфере ленд-девелопмента.
13. Проблемы и особенности ленд-девелопмента.
14. Классификация складской недвижимости.
15. Характеристики промышленной недвижимости.
16. Особенности девелопмента складской и промышленной недвижимости.
17. Ревелопмент промышленных площадок.
18. Индустриальные и логистические парки.

19. Кластерный и синергетические эффекты в промышленном девелопменте.
20. Общая классификация коммерческой недвижимости.
21. Девелопмент офисной недвижимости.
22. Девелопмент гостиниц и отелей.
23. Девелопмент торговой недвижимости.
24. Управление инвестиционными проектами в девелопменте.
25. Проработка прединвестиционной фазы проектов.
26. Эффективное сопровождение и координация проектов.
27. Организационная структура управления девелопера.
28. Система корпоративного планирования. Адаптивная система проектного финансирования.
29. Бизнес-план. Проектный анализ.
30. Оценка жизнеспособности и финансовой реализуемости проекта.
31. Особенности маркетинга в девелопменте.
32. Анализ маркетинговой информации на рынке недвижимости.
33. Разработка маркетинговой концепции девелоперского проекта.
34. Решения по объекту девелопмента. Принятие ценовых решений.
35. Особенности ценовой политики в аренде недвижимости.
36. Разработка системы продвижения и сбыта объекта.
37. Формирование и реализация программы маркетинга.
38. Оценка недвижимости и девелоперского бизнеса.
39. Выбор и проектирование земельного участка.
40. Правовое и инженерно-технологическое развитие участка.
41. Торги и контракты на проведение подрядных работ.
42. Особенности договорных моделей ЕРС и ЕРСМ.
43. Проектирование объекта недвижимости.
44. Генеральный проектировщик.
45. Разработка проектной документации.
46. Авторский надзор над строительством.
47. Организация строительных работ.
48. Технический надзор и страхование строительно-монтажных работ.
49. Сдача-приемка в эксплуатацию законченных строительством объектов.
50. Основные факторы рисков девелоперских проектов. Анализ рисков девелоперских проектов.
51. Экспертные методы анализа рисков девелоперского проекта.
52. Целевые показатели риска и шкала оценки факторов. Алгоритм экспертных оценок рисков.
53. Правовое обеспечение сделок с недвижимым имуществом.
54. Страхование недвижимости и сделок с ней.
55. Правовое обеспечение девелопмента по видам и этапам.

6.2 Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

Карта критериев оценивания компетенций

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми	Оценочные материалы	Критерии оценивания

		результатами обучения		
1.	ПК-2: Способность применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов и повышения стоимости бизнеса, управления оборотным капиталом и минимизации рисков, участвовать в разработке и реализации финансовых и инвестиционных решений.	Знает практические аспекты разработки и реализации финансовых и инвестиционных решений.	Конспекты материалов использованных для подготовки к занятию.	1. Изучение авторитетных источников по проблемам практического занятия(отечественных и зарубежных)
			Устный опрос в ходе практических занятий.	2. Ссылки в ответах на разные источники в процесса обсуждения, знание практических примеров по обсуждаемой теме. 3. Использование дополнительных теоретических и практических материалов в сфере креативного менеджмента для ответа на вопросы по теме занятия.
			Итоговое собеседование на зачете.	1. Ссылки на авторитетные источники информации по проблемам креативного менеджмента в ходе собеседования. 2. Привлечение для аргументации по проблемам креативного разных видов информации(статистической, научной , а также примеров из практической деятельности зарубежных и отечественных менеджеров и т.д.).
		Умеет разрабатывать и реализовывать финансовые и инвестиционные решения с учетом специфики организации (проекта).	Участие в разрабатываемых группой проектов	1. Выделение основных проблем в предлагаемом проекте 2. Активное участие в его создании и реализации в ходе практического занятия.
			Устный опрос в ходе	1. Понимание основной проблемы

			практических занятий и решение кейсов.	описываемой ситуации и умение ее решить нестандартными способами.. 2. Устная (в ходе опроса) и письменная (в конспектах) фиксация источников и конкретных мест в них, позволивших получить необходимую информацию.
			Итоговое собеседование на зачете.	1. Привлечение самостоятельно найденного теоретического и практического материала в сфере креативного менеджмента для обоснования собственной точки зрения. 2. Использование доступных баз данных и информационных ресурсов для формирования собственного креативного мышления.
2.	УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	Знает эффективные способы формулировки, реализации и контроля выполнения задач	Конспекты материалов использованных для подготовки к занятию.	Изучение авторитетных источников по проблемам практического занятия(отечественных и зарубежных)
			Устный опрос в ходе практических занятий.	Ссылки в ответах на разные источники в процесса обсуждения, знание практических примеров по обсуждаемой теме. Использование дополнительных теоретических и практических материалов в сфере креативного менеджмента для ответа на вопросы по теме

				занятия.
			Итоговое собеседование на зачете.	Ссылки на авторитетные источники информации по проблемам креативного менеджмента в ходе собеседования. Привлечение для аргументации по проблемам креативного разных видов информации(статистической, научной , а также примеров из практической деятельности зарубежных и отечественных менеджеров и т.д.).
		Умеет формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга.	Участие в разрабатываемых группой проектов	Выделение основных проблем в предлагаемом проекте Активное участие в его создании и реализации в ходе практического занятия.
			Устный опрос в ходе практических занятий и решение кейсов.	3. Понимание основной проблемы описываемой ситуации и умение ее решить нестандартными способами.. 4. Устная (в ходе опроса) и письменная (в конспектах) фиксация источников и конкретных мест в них, позволивших получить необходимую информацию.
			Итоговое собеседование на зачете.	3. Привлечение самостоятельно найденного теоретического и практического материала в сфере креативного менеджмента для обоснования собственной точки зрения.

				4. Использование доступных баз данных и информационных ресурсов для формирования собственного креативного мышления.
--	--	--	--	---

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература:

1. Котляров, М. А. Основы девелопмента недвижимости : учебное пособие для вузов / М. А. Котляров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 160 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08201-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473156> (дата обращения: 26.05.2021).

7.2 Дополнительная литература:

1. Девелопмент недвижимости : монография / М. А. Котляров, Д. Дрейн, А. Б. Бриль [и др.] ; под редакцией М. А. Котлярова. — Тюмень : ТюмГУ, 2017. — 127 с. — ISBN 978-5-9909772-6-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/109881> (дата обращения: 26.05.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Соболева, Е. А. Развитие российского девелопмента в современных условиях : монография / Е. А. Соболева, В. С. Канхва. — Москва : Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 152 с. — ISBN 978-5-7264-1336-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/62627.html> (дата обращения: 26.05.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7.3. Интернет-ресурсы

1. www.inno.ru
2. www.innovationtools.com
3. www.innovbusiness.ru
4. www.invur.ru
5. www.quality.eup.ru
6. www.rsci.ru
7. www.trizminsk.org.ru
8. www.unova.ru
9. www.invur.ru
10. www.quality.eup.ru
11. www.rsci.ru
12. www.trizminsk.org.ru

13. www.unova.ru

7.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс. <http://www.consultant.ru/>
2. Межвузовская электронная библиотека (МЭБ). <https://icdlib.nspu.ru/>
3. Национальная электронная библиотека. <https://rusneb.ru/>

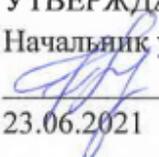
8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Лицензионное ПО, в том числе и отечественного производства :
платформа для электронного обучения Microsoft Teams

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ

Н.К. Федорова
23.06.2021

КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(очная форма обучения)

Замураева Л. Е. Конкуренция и конкурентоспособность организации. Рабочая программа для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль): Общий и функциональный менеджмент формы обучения очная и заочная. Тюмень, 2020.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ: Конкуренция и конкурентоспособность организации [электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

© Тюменский государственный университет, 2020.

© Замураева Л.Е., 2020.

1. Пояснительная записка

Цель изучения дисциплины - формирование у студентов целостной системы экономического мышления и знаний в области конкуренции и конкурентоспособности организаций в условиях рыночной экономики, позволяющих достичь поставленных целей в определенные сроки с учетом использования доступных ресурсов.

Задачи дисциплины:

- развитие у студентов практических навыков анализа конкурентной среды в отрасли как информационной составляющей для повышения конкурентоспособности организации;
- совершенствование навыков владения методами стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации в обеспечении конкурентоспособности;
- развитие способности анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний при подготовке сбалансированных управленческих решений по обеспечению конкурентоспособности;
- обобщение знаний и умений по основным разделам управления конкурентоспособностью, повышения уровня подготовки для работы в качестве менеджеров;
- изучение сущности, принципов, методов оценки и управления конкурентоспособностью организации, а также конкурентоспособностью товара (как внутреннего фактора конкурентного преимущества), конкурентоспособностью отрасли, региона, страны (как внешних факторов конкурентного преимущества организации).

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты обучения: (знаниевый/ функциональный)
ПК-1: Способность осуществлять стратегический анализ, участвовать в разработке и реализации корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий.	ПК-1.	Знает практические аспекты осуществления стратегического анализа, разработки и реализации корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий. Умеет применять методы стратегического анализа, технологию разработки и реализации корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий при решении управленческих задач с учетом специфики организации.
ПК-3: Способность формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом	ПК-3.	Знает практические аспекты определения, реализации и контроля выполнения задач, связанных с процессом стратегического и

стратегического и тактического маркетинга.		тактического маркетинга. Умеет формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга, с учетом специфики организации.
--	--	--

2. Структура и объем дисциплины

Таблица 1

Очная форма обучения		Всего часов	Часов в семестре
Вид учебной работы			5
Общий объем	зач. ед.	4	4
	час.	144	144
Из них:			
Часы аудиторной работы (всего):		50	50
Лекции		16	16
Практические занятия		34	34
Лабораторные/практические занятия по подгруппам		0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося		94	94
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф.зачет, экзамен)		Экзамен	Экзамен

3. Система оценивания

3.1. Для текущего контроля применяется 100-балльная система оценивания. Баллы проставляются за посещение лекционных и практических занятий, активную работу на них, а также за выполненные домашние практические задания и контрольные работы по темам дисциплины. Результаты текущего контроля учитываются при промежуточной аттестации. Перевод баллов в оценки осуществляется по следующей шкале: от 61 до 75 баллов – «удовлетворительно», от 76 до 90 баллов – «хорошо», 91 балл и более – «отлично». Обучающиеся, не набравшие достаточного количества баллов для оценки, сдают экзамен в период сессии. Форма проведения экзамена – контрольная работа. Продолжительность выполнения контрольной работы - астрономический час. Контрольная работа включает задания по теоретической и практическим частям дисциплины. Контрольная работа оценивается по 5-й шкале.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2

Очная форма обучения

№ п/ п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			Иные виды контакт ной работы
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные /практические занятия по подгруппам	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Конкуренция: сущность, стратегии, способы анализа	24	4	5	0	0
2.	Иерархия понятий конкурентоспособности экономических объектов	24	2	5	0	0
3.	Факторы конкурентоспособности организации и их классификация	24	4	6	0	0
4.	Проблемы и перспективы национальной конкурентоспособности	24	2	6	0	0
5.	Технологии измерения и оценки конкурентоспособности товара и организации	24	2	6	0	0
6.	Показатели и методы оценки конкурентоспособности отрасли, региона, страны	24	2	6	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

Тема 1. Конкуренция: сущность, стратегии, способы анализа

Подходы к понятию конкуренции. Формы конкуренции в зависимости от разных критериев. Причины конкуренции. Сущность и виды конкурентных преимуществ, концепция конкурентного преимущества М. Портера. Виды конкурентных стратегий (по М. Портеру и И. Ансоффу)

Этапы и сущность конкурентного анализа отрасли

Тема 2. Иерархия понятий конкурентоспособности экономических объектов

Уровни конкурентоспособности экономических объектов. Содержание понятия «конкурентоспособность» и его особенности. Содержание понятия конкурентоспособности организации. Отличия понятий конкурентоспособности организации и товара. Сущность управления конкурентоспособностью организации.

Подходы к формулированию понятия «конкурентоспособность товара»; социальный аспект в конкурентоспособности товара. Сущность управления конкурентоспособностью товара.

Содержание термина «конкурентоспособность региона». Региональные конкурентные преимущества (случайные и устойчивые). Содержание термина «конкурентоспособность отрасли». Специализация стран на мировом рынке в зависимости от конкурентоспособности отраслей.

Содержание понятия «конкурентоспособность страны». Внешняя и внутренняя национальная конкурентоспособность. Подход М.Портера к понятию и значимости конкурентоспособности, детерминанты национального ромба конкурентоспособности.

Тема 3. Факторы конкурентоспособности организации и их классификация

Основные подходы к набору факторов конкурентоспособности организации и товара

Ключевые факторы обеспечения конкурентоспособности организаций на мировом рынке

Классификации факторов конкурентоспособности (по детерминантам национального ромба, основные и развитые, общие и специализированные, естественные и искусственно созданные)

Внешние и внутренние факторы конкурентоспособности организации. Внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества организации

Тема 4. Проблемы и перспективы национальной конкурентоспособности

Анализ внешней и внутренней конкурентоспособности России. Конкурентоспособность России по природным, трудовым ресурсам, на рынке капитала

Ресурсные и технологические конкурентные преимущества экономики стран. Типы стран по уровню экономического развития

Стадии национальной конкурентоспособности (по Портеру М.). Стадия, на которой находится Россия

Условия, которые необходимо учитывать при повышении конкурентоспособности России в долгосрочной перспективе

Меры, принятые Россией для повышения конкурентоспособности

Государственные структуры в России и в других странах, которые занимаются повышением конкурентоспособности

Тема 5. Технологии измерения и оценки конкурентоспособности товара и организации

Основные субъекты и объекты оценки конкурентоспособности. Цели и задачи оценки конкурентоспособности организации. Принципы оценки и управления конкурентоспособностью организации

Сравнительный анализ методик оценки конкурентоспособности организации. Достоинства и недостатки методик, области применения

Алгоритм оценки конкурентоспособности товара (услуги). Подходы к оценке конкурентоспособности товара, в том числе прикладных сферах

Тема 6. Показатели и методы оценки конкурентоспособности отрасли, региона, страны

Конкурентоспособность отрасли, региона: методики оценки. Конкурентоспособность страны: показатели и методики оценки

Планы практических занятий

Практическое занятие 1 «Конкурентный анализ отрасли». Собеседование по теме 1 «Конкуренция: сущность, стратегии, способы анализа». Выполнение расчетно – графических заданий.

Практическое занятие 2 «Анализ подходов к оценке конкурентоспособности экономических объектов». Собеседование по теме 2 «Иерархия конкурентоспособности экономических объектов». Выполнение расчетно – графических заданий.

Практическое занятие 3 «Выявление и группировка факторов конкурентоспособности организации». Собеседование по теме 3 «Факторы конкурентоспособности организации и их классификация». Выполнение расчетно – графических заданий.

Практическое занятие 4 «Исследование проблем и перспектив национальной конкурентоспособности». Собеседование по теме 4 «Проблемы и перспективы национальной конкурентоспособности». Выполнение расчетно – графических заданий. Выполнение тестовой контрольной работы по 1 части дисциплины.

Практическое занятие 5 «Методики и этапы оценки конкурентоспособности товара (услуг)». Собеседование по теме 5 «Технологии измерения и оценки конкурентоспособности товара и организации». Выполнение расчетно – графических заданий.

Практическое занятие 6 «Оценка конкурентоспособности организации по элементам комплекса маркетинга». Выполнение расчетно – графических заданий.

Практическое занятие 7 «Методики оценки конкурентоспособности промышленных предприятий». Выполнение расчетно – графических заданий.

Практическое занятие 8 «Исследование методик конкурентоспособности регионов и отраслей». Собеседование по теме 6 «Показатели и методы оценки конкурентоспособности отрасли, региона, страны». Выполнение расчетно – графических заданий.

Практическое занятие 9 «Анализ методик конкурентоспособности национальной экономики». Выполнение расчетно – графических заданий. Выполнение тестовой контрольной работы по 2 части дисциплины.

Темы лабораторных работ

1. Изучение и систематизация факторов, влияющих на конкурентоспособность конкретной организации
2. Оценка конкурентоспособности конкретной организации по методике внешних конкурентных преимуществ. Представление результата и разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности организации
3. Оценка конкурентоспособности организации сферы услуг. Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности организации
4. Разработка направлений повышения конкурентоспособности промышленного предприятия на основе оценки по теории эффективной конкуренции
5. Влияние факторов на ценовую конкурентоспособность товара
6. Оценка конкурентоспособности организации по методике 4P и разработка мероприятий по ее повышению
7. Исследование конкурентоспособности организаций на рынке B2B и построение радар конкурентоспособности
8. Изучение рыночных долей фирм и построение карты стратегических групп
9. Анализ конкурентной среды на примере конкретной отрасли / рынка

Образцы средств для проведения текущего контроля

Примеры вопросов для собеседования по темам дисциплины

Тема 1. Конкуренция: сущность, стратегии, способы анализа

1. Объясните, почему конкуренция является главной движущей силой эволюции взаимоотношений субъектов?
2. Какие подходы к понятию конкуренции выделяют? Что такое конкуренция?
3. Назовите формы конкуренции в зависимости от разных критериев.
4. Каковы главные причины обострения конкуренции?
5. Что такое конкурентные преимущества?
6. Какие виды конкурентных преимуществ вы знаете?
7. Какие базовые стратегии по М.Портеру вы знаете?
8. В чем заключаются предпосылки и преимущества стратегии лидерства за счет экономии на издержках?
9. Назовите предпосылки и преимущества стратегии дифференциации.
10. Назовите стратегии роста И. Ансоффа.
11. Перечислите этапы конкурентного анализа отрасли?
12. Приведите примеры экономических характеристик отрасли, определяемых в рамках 1 этапа?
13. Какие факторы изучаются в рамках анализа движущих сил развития отрасли?
14. С какой целью выявляют ключевые факторы успеха?
15. Назовите ключевые факторы успеха, основанные - на научно-техническом превосходстве, маркетинге, на обладании знаниями и опытом, связанные - с организацией производства, с управлением.

Тема 2. Иерархия понятий конкурентоспособности экономических объектов

1. Назовите основные причины роста интереса к вопросу о сущности конкурентоспособности в российской науке и практике.
2. Поясните на примере взаимосвязи конкурентоспособности экономических объектов.
3. Какие выводы можно сделать по результатам анализа понятийного аппарата конкурентоспособности?
4. Объясните, почему конкурентоспособность товара является базовым понятием конкурентоспособности организации.
5. Проанализируйте определения конкурентоспособности организации. Какие выводы можно сделать по результатам анализа?
6. Какие категории конкурентов необходимо учитывать при сравнении организации и конкурентов?
7. В чем заключается сущность принципиальных отличий понятий конкурентоспособности организации и товара?
8. Какие подходы выделяют по отношению к понятию конкурентоспособности организации?
9. Дайте определение управления конкурентоспособностью организации.
10. Раскройте сущность уровней (степеней) конкурентоспособности организации.
11. В чем заключаются различия понятия «конкурентоспособность товара» и «качество»?
12. Дайте определение управления конкурентоспособностью товара.
13. Что является внешним фактором конкурентного преимущества организации?
14. Почему понятие «конкурентоспособность региона» имеет особую значимость для условий социально-экономического развития России?
15. Дайте определение региональным конкурентным преимуществам. Назовите виды региональных конкурентных преимуществ.

16. Объясните на примере, почему одна и та же продукция отрасли может иметь разный уровень конкурентоспособности в зависимости от страны.
17. Перечислите детерминанты «национального ромба» конкурентоспособности М.Портера.
18. Изучите причины конкурентоспособности разных стран.

Примеры тестовых заданий по дисциплине

1. Вид конкурентных преимуществ, основанных на отличительных свойствах товара и представляющих ценность для потребителей:
 - 1) внешние
 - 2) внутренние
 - 3) потребительские
 - 4) товарные

2. Стратегия фирмы, которая опирается на производительность и связана с существованием эффекта опыта:
 - 1) лидерство за счет экономии на издержках
 - 2) дифференциации
 - 3) развития товаров
 - 4) развития рынков

3. Ключевые факторы успеха, связанные с организацией производства:
 - 1) опыт организации научных исследований
 - 2) низкие издержки производства
 - 3) широта ассортимента и возможность выбора товаров
 - 4) своевременное выполнение заказов

4. Внешний фактор конкурентного преимущества организации:
 - 1) система управления качеством организации
 - 2) уровень конкурентоспособности персонала
 - 3) миссия организации
 - 4) уровень конкурентоспособности отрасли

5. Определенная ценность региона, отличающая его от других регионов, позволяющая успешно конкурировать и определяющая долгосрочные перспективы развития хозяйственных отношений, это ...:
 - 1) внутренние конкурентные преимущества организации
 - 2) региональные конкурентные преимущества
 - 3) устойчивые конкурентные преимущества региона
 - 4) конкурентоспособность отрасли

Примеры расчетно-графической работы

Задание 1.

Оценка конкурентоспособности (КСП) товара по системе 1111-5555.

Выполните необходимые расчеты КСП товара.

Экспертная оценка факторов КСП товара

Эксперт	Оценка экспертов			
	КТ	ЦТ	КС	ЭЗ
1. Руководитель	3	3	4	3
2. Конструктор	4	3	4	4
3. Маркетолог	3	3	3	3

4. Экономист	4	3	4	4
5. Технолог	4	4	4	3

Рассчитайте КСП товара по формуле, сделайте вывод, выделите недостатки методики, области ее применения.

Задание 2.

Оценка КСП менеджера.

Экспертная группа из 3 человек оценила качества менеджера.

Результаты оценки качеств менеджера

Номер эксперта	Экспертная оценка семи качеств менеджера по 5-бальной системе						
	1	2	3	4	5	6	7
1	4	5	4	4	5	5	4
2	4	4	5	3	5	5	4
3	4	5	5	4	5	4	4

Рассчитайте КСП менеджера. Сделайте вывод об уровне его КСП, направлениях повешения КСП. Посчитайте на сколько процентов измениться КСП менеджера, если он улучшит одно из своих качеств. Выделите достоинства и недостатки методики, области применения.

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1.	Конкуренция: сущность, стратегии, способы анализа	Изучение теоретических основ конкуренции: сущность, стратегий, способов анализа, подготовка к практическим занятиям, решение задач, подготовка к тестированию
2.	Иерархия понятий конкурентоспособности экономических объектов	Изучение теоретических аспектов иерархии понятий конкурентоспособности экономических объектов, подготовка к практическим занятиям, решение задач
3.	Факторы конкурентоспособности организации и их классификация	Изучение факторов конкурентоспособности организации и их классификации, подготовка к практическим занятиям, решение задач, подготовка к тестированию
4.	Проблемы и перспективы национальной конкурентоспособности	Изучение проблем и перспектив национальной конкурентоспособности, подготовка к практическим занятиям, решение задач, подготовка к тестированию
5.	Технологии измерения и оценки конкурентоспособности товара и организации	Изучение технологии измерения и оценки конкурентоспособности товара и организации, подготовка к практическим занятиям, решение задач, подготовка к тестированию
6.	Показатели и методы оценки конкурентоспособности отрасли, региона, страны	Изучение показателей и методов оценки конкурентоспособности отрасли, региона, страны, подготовка к практическим занятиям, решение задач, подготовка к тестированию

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме

2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Ответы на вопросы по темам дисциплины
4. Решение задач и выполнение практических заданий

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при собеседовании и выполнении обучающимся теста.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

6.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Подходы к понятию конкуренции, формы конкуренции в зависимости от разных критериев
2. Сущность и виды конкурентных преимуществ, концепция конкурентного преимущества М. Портера
3. Виды конкурентных стратегий (по М. Портеру и И. Ансоффу)
4. Этапы и сущность конкурентного анализа отрасли
5. Уровни конкурентоспособности экономических объектов
6. Содержание понятия «конкурентоспособность» и его особенности
7. Содержание понятия конкурентоспособности фирмы
8. Отличия понятий конкурентоспособности фирмы и товара
9. Сущность управления конкурентоспособностью фирмы
10. Подходы к формулированию понятия «конкурентоспособность товара»; социальный аспект в конкурентоспособности товара
11. Сущность управления конкурентоспособностью товара
12. Содержание термина «конкурентоспособность региона»
13. Региональные конкурентные преимущества (случайные и устойчивые)
14. Содержание термина «конкурентоспособность отрасли»
15. Специализация стран на мировом рынке в зависимости от конкурентоспособности отраслей
16. Содержание понятия «конкурентоспособность страны»
17. Внешняя и внутренняя национальная конкурентоспособность
18. Подход М.Портера к понятию и значимости конкурентоспособности, детерминанты национального ромба конкурентоспособности
19. Понятие «факторов конкурентоспособности» и «управления конкурентоспособностью фирмы»
20. Основные подходы к набору факторов конкурентоспособности фирмы и товара
21. Ключевые факторы обеспечения конкурентоспособности организаций на мировом рынке
22. Классификации факторов конкурентоспособности (по детерминантам национального ромба, основные и развитые, общие и специализированные, естественные и искусственно созданные)
23. Внешние и внутренние факторы конкурентоспособности фирмы. Внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества фирмы
24. Основные субъекты и объекты оценки конкурентоспособности
25. Цели и задачи оценки конкурентоспособности фирмы
26. Принципы оценки и управления конкурентоспособностью фирмы
27. Сравнительный анализ методик оценки конкурентоспособности фирмы. Достоинства и недостатки методик
28. Алгоритм оценки конкурентоспособности товара (услуги)

29. Подходы к оценке конкурентоспособности товара, в том числе прикладных сферах
30. Методики оценки конкурентоспособности региона
31. Подходы к оценке конкурентоспособности отрасли
32. Основные показатели оценки национальной конкурентоспособности
33. Методики оценки национальной конкурентоспособности
34. Анализ внешней и внутренней конкурентоспособности России

Пример расчетно-графического задания на экзамен

Задание.

Оценка КСП организации с учетом реализации товара на внешнем и внутреннем рынке.

Исходные данные для оценки КСП организации – производителя

Показатели	Товары организации			
	А	Б	В	Г
1. Рынок, на котором представлен товар	Промышленно развитые страны	Остальные страны	Внутренний рынок	Внутренний рынок
2. Уровень КСП товара на данном рынке	0,95	1,05	1,10	0,97
3. Объем продаж товара на данном рынке, млн.ден.ед.	60	210	730	80

Для упрощения принято, что каждый товар представлен только на одном рынке. Рассчитать КСП организации. Сделать вывод об уровне КСП. Подумайте, если бы один и тот же товар сбывался на разных рынках, то как рассчитать КСП организации. Запишите достоинства и недостатки методики, области ее применения.

6.2. Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1.	ПК-1: Способность осуществлять стратегический анализ, участвовать в разработке и реализации корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий.	Знает практические аспекты осуществления стратегического анализа, разработки и реализации корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий. Умеет применять методы стратегического	Теоретические ответы, расчетно-графические задания	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле

		анализа, технологию разработки и реализации корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий при решении управленческих задач с учетом специфики организации.		успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".
2.	ПК-3: Способность формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга.	<p>Знает практические аспекты определения, реализации и контроля выполнения задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга.</p> <p>Умеет формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга, с учетом специфики организации.</p>	Теоретические ответы, расчетно-графические задания	<p>Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий.</p> <p>Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".</p>

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература:

1. Антонов, Г. Д. Управление конкурентоспособностью организаций и территорий : учеб. пособие / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. — Москва : ИНФРА-М, 2017. — 347 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/18432. - ISBN 978-5-16-104108-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/891858> (дата обращения: 10.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.2. Дополнительная литература:

1. Портер, М. Е. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран / Портер М.Е. - Москва :Альпина Пабл., 2016. - 947 с. ISBN 978-5-9614-4835-1. - Текст :

электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/560961> (дата обращения: 10.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

2. Рыжикова, Т. Н. Анализ деятельности конкурентов: Учебное пособие / Т.Н. Рыжикова. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 267 с. + (Доп. мат. znanium.com). - (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-010215-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/477361> (дата обращения: 10.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.3. Интернет-ресурсы

www.marketing.spb.ru

www.av-soft.ru/index.php?id=2606

www.cfin.ru/press/marketing/2000-5/12.shtml

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>

Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>

Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам.

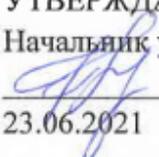
Лицензионное ПО:

платформа для электронного обучения Microsoft Teams.

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного, семинарского и лабораторного типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование, доступ в Интернет, доска для решения задач. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ

Н.К. Федорова
23.06.2021

КРЕАТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(очная форма обучения)

Черноморченко С.И., Деев А.С. Креативный менеджмент. Рабочая программа для обучающихся по направлениям подготовки (специальностям), реализуемым по индивидуальным образовательным траекториям, форма(ы) обучения (очная). Тюмень, 2020.

Рабочая программа дисциплины (модуля) опубликована на сайте ТюмГУ: Креативный менеджмент [электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

© Тюменский государственный университет, 2021.

© Черноморченко С.И., Деев А.С., 2021.

1. Пояснительная записка

Цель дисциплины «Креативный менеджмент» - формирование у студентов основных знаний о феномене «креативного управления», его структурных компонентах, а также о способах и методах формирования креативности для успешной практической деятельности в любой современной организации, существующей и действующей порой в непредсказуемых ситуациях.

Данная цель обуславливает постановку следующих задач:

1. ознакомить с основным терминологическим аппаратом;
2. раскрыть эффективные принципы креативного менеджмента;
3. сформировать способность к самосовершенствованию и самообразованию;
4. развить способность находить организационно-управленческие решения;
5. выработать способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты (знаниевые/функциональные)
УК-6- способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение жизни.	УК- 6	Знает эффективные способы управления своим временем
		Умеет реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение жизни
ПК -4 - способен использовать методы, инструменты технологии управления человеческими ресурсами при решении профессиональных задач .	ПК-4	Знает методы, инструменты технологии управления человеческими ресурсами при решении профессиональных задач
		Умеет применять на практике методы, инструменты технологии управления человеческими ресурсами при решении профессиональных задач

2. Структура и объем дисциплины

Таблица 1

Вид учебной работы	Всего часов	Часов в семестре
		6
Общая трудоемкость	зач.ед.	4
	час	144
Из них:		
Часы аудиторной работы (всего):	50	50
Лекции	16	16
Практические занятия	34	34
Лабораторные / практические занятия по подгруппам	0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося	94	94
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

3. Система оценивания

3.1. Для текущего контроля применяется 100-балльная система оценивания. Баллы проставляются за :

- посещение практических занятий и активную работу на них - 1 балл,
- выполненные письменных работ по каждой теме дисциплины - 2 балла;
- работу над ситуациями – 3 балла;
- работу над проектами – 3 балла;
- работу в деловых играх – 3-6 баллов.

Результаты текущего контроля учитываются при промежуточной аттестации. Перевод баллов в оценки осуществляется по следующей шкале: от 61 до 100 баллов – «зачтено»; от 60 до 0 баллов – «не зачтено». Форма проведения зачета – устный ответ на два вопроса.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2

Форма тематического плана для очной формы обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			Иные виды контактной работы
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные/ практические занятия по подгруппам	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Теоретические основы изучения	18	2	4	0	0

	креативного менеджмента. Становление креативного менеджмента в России и зарубежом.					
2.	Особенности формирования креативного менеджмента в современной организации.	18	2	4	0	0
3.	Формирование потенциала менеджера креативного типа.	18	2	4	0	0
4.	Формирование интегрального креативного интеллекта.	18	2	4	0	0
5.	Организация принятия решений в условиях креативного менеджмента.	18	2	4	0	0
6.	Принципы и технологии организации групповой работы в условиях креативного менеджмента.	18	2	4	0	0
7.	Методы интеграции в креативном менеджменте.	18	2	4	0	0
8.	Организация совместной деятельности в креативном менеджменте. Диагностика интегративности и группы в креативном менеджменте	18	2	6	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины по темам

Тема 1. Теоретические основы изучения креативного менеджмента. Становление креативного менеджмента в России и за рубежом.

Краткая характеристика дисциплины. Предмет «Креативный менеджмент», цель курса, основные определения курса. Место «Креативного менеджмента» в системе дисциплин направления «Управление персоналом». Становление научных теорий по изучению креативного менеджмента в работах зарубежных и российских исследователей. Краткий анализ основных работ. Актуальность креативного менеджмента в современном менеджменте. Состояние современных исследований по креативному менеджменту, их роль в практической деятельности современного менеджера и влияние на эффективность деятельности современной организации.

Тема 2. Особенности формирования креативного менеджмента в современной организации

Основные критерии формирования креативного менеджмента. Раскрытие понятия «творческая активность». Сущность понятий «ценность», «целевые установки», «стратегическое мышление», «активность и самостоятельность», «исследовательские способности», «организационное поведение», «компетентность», «уровень знаний». Раскрытие основных черт менеджера креативного типа: проблемное видение мира, способность мыслить стратегически, умение заблаговременно ставить проблему, развитая психологическая саморегуляция, способность к имитации функций различных членов коллектива, психологическая проницательность, инновационность и стратегический характер мышления. Использование инновационных технологий в формировании компетенций креативного менеджера по управлению персоналом.

Тема 3. Формирование потенциала менеджера креативного типа

Структура организационной культуры. Материальная культура организации, её измерение и оценка уровня развития. Внутренняя культура организации и её влияние на формирование креативного менеджмента. Структура потенциала менеджера креативного типа. Характеристика интеллектуально-нравственного потенциала менеджера креативного типа. Раскрытие организационно-поведенческого потенциала менеджера креативного типа. Сущность психофизиологического потенциала менеджера креативного типа. Раскрытие профессионально-познавательного потенциала менеджера креативного типа, способы формирования данного потенциала. Основные факторы успешной деятельности менеджера креативного типа: развитое стратегическое мышление, способность нести ответственность, готовность к изменениям и инновациям. Условия успешной реализации деятельности менеджера креативного типа, Проблемы в деятельности менеджера креативного типа и эффективные способы их разрешение.

Тема 4. Формирование интегрального креативного интеллекта

Раскрытие понятий «организационная культура» и «социально-психологический климат организации». Классификация основных факторов, влияющих на организационную культуру, способствующую развитию креативности управления. Сущность понятия «креативный интеллект». Принципы формирования креативного интеллекта. Принцип гетерогенности, его сущность и реализация в практической деятельности организации. Принцип деятельностной совместимости, его использование в креативном менеджменте. Принцип рационального сочетания формальной и неформальной организации деятельности, его роль в формировании коллективного интеллекта. Принцип перманентности, его роль в организации и ведении исследовательской деятельности. Принцип имитации как возможность оценки, использования и мотивации способностей воспроизводить подход к проблеме и анализировать гипотезы других членов творческой группы. Условия успешной реализации менеджеров креативного типа.

Тема 5. Организация принятия стратегических решений в условиях креативного менеджмента.

Организация поисковой работы в условиях креативного менеджмента. Способы организации активной мыслительной деятельности в условиях креативного менеджмента. Способы организации социопроектирования. Рассмотрение основных этапов алгоритма принятия стратегических решений в условиях креативного менеджмента : анализ реальной ситуации, разработка модели реальной ситуации.

Организация стратегического проектирования новых ситуаций в условиях креативного менеджмента : генерация идей, разработка концепции, разработка модели идеальной ситуации, разработка модели целевой ситуации.

Раскрытие особенностей оперативного мышления..Основные функции оперативного мышления, решение задач, планирование, декодирование. Структура оперативного мышления. Роль образов в оперативном мышлении. Инновационные технологии работы с персоналом по принятию стратегических решений в условиях креативного менеджмента.

Тема 6. Принципы и технологии организации групповой работы в условиях креативного менеджмента

Понятие «команда управления».Формирование « коллективного разума» команды управления. Основные правила и принципы формирования «коллективного разума» команды управления. Проблемы формирования креативной команды управления. Использование социально-психологических тренингов в формировании креативно действующих коллективов. Достоинства и недостатки в использовании подобных тренингов. Роль группообразования в успешной и креативной работе персонала. Организация сотрудничества как эффективной технологии развития внутригрупповой активности. Роль рефлексии в формировании эффективного общения в процессе креативной деятельности. Отработка стиля общения , формирование гибкости в общении как одного из важных факторов успешного развития креативного менеджмента. Роль техники аутотренинга в формировании креативно мыслящих команд. Организация позитивной динамики для развития креативного мышления персонала отдельных подразделений.

Тема 7. Методы интеграции в креативном менеджменте

Методы исследования и проектирования в креативном менеджменте .Раскрытие сущности понятия «дивергенция», его использование в креативном менеджменте. Раскрытие понятия «конвергенция»,его применение в креативном менеджменте. Организация «режима» мышления в креативном менеджменте

Тема 8. Организация совместной деятельности в креативном менеджменте. Диагностика интегративности групп и подразделений в креативном менеджменте

Активизация и повышение роли человеческого фактора в исследовательской и управленческой деятельности организации. Понятие «творческая активность». Инновационные технологии формирования творческой активности. Способы организации исследовательской деятельности персонала.

Методы активизации поиска и решения творческих задач в организации. Роль конфликтных ситуаций в становлении креативного менеджмента. Роль руководителей в повышении творческой активности деятельности группы. Теоретические основы креативности группы. Совместимость членов группы, ее сущность. Раскрытие понятия «сплоченность группы», ее роль в креативном менеджменте. Организованность группы, ее позитивные проявления в креативном менеджменте. Роль организованности группы в поиске идей как важного аспекта креативного менеджмента Действенная групповая эмоциональная идентификация, её влияние на становление креативного менеджмента. Интегративность как способ формирования единства групповых связей и

отношений в процессе совместной деятельности. Характеристика основных показателей единства членов группы: интеллектуальное единство, эмоциональное единство, стрессоустойчивость и т.д.

Планы практических занятий

Тема 1. Теоретические основы изучения креативного менеджмента. Становление креативного менеджмента в России и за рубежом

Вопросы для обсуждения :

1. Краткая характеристика дисциплины
2. Предмет «Креативный менеджмент», цель курса, основные определения курса. Место «Креативного менеджмента» в системе дисциплин направления «Управление персоналом».
3. Становление научных теорий по изучению креативного менеджмента в работах зарубежных и российских исследователей. Краткий анализ основных работ.
4. Актуальность креативного менеджмента в современном менеджменте
5. Состояние современных исследований по креативному менеджменту, их роль в практической деятельности современного менеджера и влияние на эффективность деятельности современной организации

Тема 2. Особенности формирования креативного менеджмента в современной организации

Вопросы для обсуждения:

1. Основные критерии формирования креативного менеджмента.
2. Раскрытие понятия «творческая активность».
3. Сущность понятий «ценность», «целевые установки», «стратегическое мышление» «активность и самостоятельность», «исследовательские способности», «организационное поведение», «компетентность», «уровень знаний».
4. Раскрытие основных черт менеджера креативного типа : проблемное видение мира, способность мыслить стратегически, умение заблаговременно ставить проблему, развитая психологическая саморегуляция, способность к имитации функций различных членов коллектива, психологическая проницательность, инновационность и стратегический характер мышления.
5. Использование инновационных технологий в формировании компетенций креативного менеджера по управлению персоналом.

Тема 3. Формирование потенциала менеджера креативного типа

Вопросы для обсуждения :

1. Структура организационной культуры ,ее влияние на формирование креативного менеджмента.
2. Структура потенциала менеджера креативного типа.
3. Основные факторы успешной деятельности менеджера креативного типа : развитое стратегическое мышление, способность нести ответственность, готовность к изменениям и инновациям.
4. Условия успешной реализации деятельности менеджера креативного типа,
5. Проблемы в деятельности менеджера креативного типа и эффективные способы их разрешения.

6. Раскрытие проблем в деятельности менеджеров креативного типа на примере организаций Тюменской области.

Тема 4. Формирование интегрального креативного интеллекта

Вопросы для обсуждения :

1. Сущность понятия «креативный интеллект».
2. Принципы формирования креативного интеллекта.
3. Принцип гетерогенности, его сущность и реализация в практической деятельности организации.
4. Принцип деятельностной совместимости, его использование в креативном менеджменте.
5. Принцип рационального сочетания формальной и неформальной организации деятельности, его роль в формировании коллективного интеллекта.
6. Принцип перманентности, его роль в организации и ведении исследовательской деятельности.
7. Принцип имитации как возможность оценки, использования и мотивации способностей воспроизводить подход к проблеме и анализировать гипотезы других членов творческой группы.
8. Условия успешной реализации менеджеров креативного типа.
9. Анализ условий успешной реализации менеджеров креативного типа на примере организаций Тюменской области.

Тема 5. Организация принятия стратегических решений в условиях креативного менеджмента

Вопросы для обсуждения:

1. Организация поисковой работы в условиях креативного менеджмента .
2. Способы организации активной мыслительной деятельности в условиях креативного менеджмента .
3. Способы организации социопроектирования.
4. Организация стратегического проектирования новых ситуаций в условиях креативного менеджмента : генерация идей, разработка концепции, разработка модели идеальной ситуации, разработка модели целевой ситуации.
5. Раскрытие особенностей оперативного мышления..Основные функции оперативного мышления, решение задач, планирование, декодирование. Структура оперативного мышления.
6. Инновационные технологии работы с персоналом по принятию стратегических решений в условиях креативного менеджмента.
7. Анализ использования инновационные технологий в работе персоналам на примере организаций города Тюмени.

Тема 6. Принципы и технологии организации групповой работы в условиях креативного менеджмента

Вопросы для обсуждения :

1. Понятие «команда управления».
2. Формирование « коллективного разума» команды управления. Основные правила и принципы формирования «коллективного разума» команды управления.
3. Проблемы формирования креативной команды управления.

4. Использование социально-психологических тренингов в формировании креативно действующих коллективов. Достоинства и недостатки в использовании подобных тренингов.
5. Роль группообразования в успешной и креативной работе персонала. Организация сотрудничества как эффективной технологии развития внутригрупповой активности.
6. Роль рефлексии в формировании эффективного общения в процессе креативной деятельности.
7. Отработка стиля общения , формирование гибкости в общении как одного из важных факторов успешного развития креативного менеджмента.
8. Организация позитивной динамики для развития креативного мышления персонала отдельных подразделений.

Тема 7. Методы интеграции в креативном менеджменте

Вопросы для обсуждения :

1. Методы исследования и проектирования в креативном менеджменте
2. Раскрытие сущности понятия «дивергенция», его использование в креативном менеджменте .
3. Раскрытие понятия «конвергенция»,его применение в креативном менеджменте
4. Организация «режима» мышления в креативном менеджменте.

Тема 8. Организация совместной деятельности в креативном менеджменте.

Диагностика интегративности групп и подразделений в креативном менеджменте

Вопросы для обсуждения :

1. Активизация и повышение роли человеческого фактора в исследовательской и управленческой деятельности организации.
2. Понятие «творческая активность»
3. Инновационные технологии формирования творческой активности.
4. Способы организации исследовательской деятельности персонала.
5. Методы активизации поиска и решения творческих задач в организации.
6. Роль конфликтных ситуаций в становлении креативного менеджмента.
7. Роль руководителей в повышении творческой активности группы.
8. Роль организованности группы в поиске идей как важного аспекта креативного менеджмента.
9. Действенная групповая эмоциональная идентификация, её влияние на становление креативного менеджмента.
10. Интегративность как способ формирования единства групповых связей и отношений в процессе совместной деятельности.
11. Характеристика основных показателей единства членов группы: интеллектуальное единство, эмоциональное единство, стрессоустойчивость и т.д.

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ Темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1.	Теоретические основы изучения креативного менеджмента. Становление креативного менеджмента в России и зарубежом.	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
2.	Особенности формирования креативного менеджмента в современной организации .	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
3.	Формирование потенциала менеджера креативного типа.	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
4.	Формирование интегрального креативного интеллекта.	Чтение обязательной и дополнительной литературы
5.	Организация принятия решений в условиях креативного менеджмента.	Проработка лекций
6.	Принципы и технологии организации групповой работы в условиях креативного менеджмента.	Чтение обязательной и дополнительной литературы
7.	Методы интеграции в креативном менеджменте.	Проработка лекций
8.	Организация совместной деятельности в креативном менеджменте. Диагностика интегративности группы в креативном менеджменте	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Ответы на пункты плана для практических занятий
4. Разбор практических примеров, продемонстрированных на лекциях и решенных на практических занятиях

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся теста, устного опроса, выполнения заданий по кейсам, написании эссе, подготовке докладов по теме занятий, а также проектов. Оцениваются как фактические знания студентов, так и глубина понимания и способности вычленения и интерпретации целостных смысловых конструкций, а также навыки самостоятельного поиска необходимой информации по теме занятия и ее критической оценки.

Примерный вариант кейса, предлагаемого для самостоятельной работы:

Кейс «Творческие метры»

Меньше всего дизайн-завод «Флакон» напоминает обычный бизнес-центр. Граффити на стенах, разноцветные скамейки и дизайнерские инсталляции во внутреннем дворе. Летом здесь работает бассейн и проходят пляжные вечеринки, осенью – фермерские ярмарки, зимой открывается каток и выставки современного искусства.

Публика на дизайн-заводе – в основном молодые люди в джинсах. Хозяин «Флакона» и гендиректор УК Realogic выглядит под стать клиентам, посещает все мероприятия, которые проходят на «Флаконе», и раз в месяц проводит встречи с арендаторами. Стоимость аренды 1 кв. м в год на «Флаконе» сейчас 18 тыс. руб. Арендаторы проходят своеобразный «фейс-контроль», а конкурс на освобождающиеся площади – три человека на место. Владелец «Флакона» предпочитает представлять арендаторов «жильцами», себя – «ревитализатором». Термин «ревитализация» обычно используют косметологи, говоря об омолаживании кожи, но в данном случае он применяется к городским пространствам – он «омолаживает» территории заводов. Идею для нового бизнеса заключалась в покупке акций «полуживых», а потому дешевых предприятий – очень привлекательной недвижимости в Москве. Первым объектом стал завод «Электроруч» на улице Большая Пироговская, затем – завод «Манометр» возле метро «Курская», в 2003-м – Научно-исследовательский и конструкторский институт химического машиностроения (НИИхиммаш). На площади 40 тыс. кв. м трудились около 300 человек – каждый мог себе позволить 100-метровый кабинет. Было решено и выделить для НИИ 10 тыс. кв. м, а остальные площади сдать в аренду. В 2005 г. был найден новый идеальный объект для поглощения – Завод им. Калинина, где в советские годы производили хрусталь. Проект реконструкции был разработан агентством Knight Frank – строительство на месте завода бизнес-центра. Инвестиции \$40 млн. За заводом числились арендаторы, которые занимали на заводе около 10 тыс. кв. м. Остальные 15 тыс. кв. м находились в непригодном для эксплуатации состоянии. В основном помещения арендовались под склады. Часть занимал автосервис, часть – крупный продавец бассейнов «Аквалэнд». Выручка от аренды едва покрывала коммунальные платежи. Как увеличить доходы, если нет денег на ремонт и реконструкцию помещений? Реализована идея: «Флакон» как место для художественных акций. Творческие мероприятия происходят на «Флаконе» каждую неделю: день Берлина или Нью-Йорка, показ мод, форум молодых предпринимателей или модный спектакль. Имидж творческого кластера помог привлечь лояльных арендаторов из числа креативных компаний. Якорными арендаторами на «Флаконе» стали Seasons Project, брэндинговое и рекламное агентство Firma, компания по пошиву и продаже одежды Fortytwo.

Большой трафик людей, посещающих мероприятия, привлек торговые компании (Fun fun, Good Local, Екереорле и др.), хотя завод находится отнюдь не в проходном месте. Раз в месяц арендаторы собираются, чтобы обсудить планы друг с другом и с владельцем недвижимости. Например, прежде чем устраивать шумный концерт, необходимо согласовать его время с другими жителями дизайн-завода. На «Флаконе» около 100 арендаторов, большинство связаны с дизайном. Однородность арендаторов позволила проводить кросс-акции. Например, у жителей «Флакона»

действует общая скидочная карта на товары и услуги друг друга, каждый Новый год они проводят общую вечеринку.

ЗАДАНИЕ

1. Какие признаки формируют явные источники конкурентного преимущества проекта?
2. Какие дополнительные источники конкурентного преимущества для проекта Вы можете предложить?
3. Какие креативные рекомендации для разработки инновационной стратегии Вы можете предложить предприятию?

Доклады, предлагаемые для самостоятельной подготовки:

1. Активизация и повышение роли человеческого фактора в исследовательской и управленческой деятельности организации.
2. Понятие «творческая активность»
3. Инновационные технологии формирования творческой активности
4. Способы организации исследовательской деятельности персонала.
5. Методы активизации поиска и решения творческих задач в организации.
6. Роль конфликтных ситуаций в становлении креативного менеджмента.
7. Роль руководителей в повышении творческой активности деятельности группы.

Тестовые задания с вопросами открытого и закрытого типа, предлагаемые для самостоятельной проработки:

2. Тестовые задания открытого и закрытого типа

1. Первые исследования креативности были осуществлены _____.

1) Ф.Гальтоном

2. Креативные менеджеры часто опираются на _____ процессы .

1) инсайтные

2) ситуационные

3) общеполитические

4) социальные

3. А. Маслоу выделял в креативности самоактуализирующихся людей _____

уровни.

1) первичный и вторичный

2) интуитивный и рациональный

3) внешний и внутренний

4) наследственный и обретенный

4. К _____ факторам, влияющим на реализацию креативности в организации, относятся: позитивное восприятие организационной культуры; уважение собственного достоинства сотрудников ; разнообразие используемых знаний и навыков.

1) субъективным

2) внутренним

3) неизменяемым

4) объективным

5. Креативные решения необходимы для:

1) разработки стратегического развития организации

2) преодоления кризисных ситуаций

3) формирования системы профессионального развития персонала

4) создания корпоративной культуры

6. Главными признаками креативных решений являются:

- 1) творческий подход
- 2) продуманность формулирования
- 3) гибкость и внезапность
- 4) направленность на системные изменения

7. Нестандартные управленческие решения тиражируются посредством:

- 1) консалтинга
- 2) лизинга
- 3) франшизы
- 4) прямой продажи

8. Креативный менеджмент базируется на методологии:

- 1) системно-креативного анализа
- 2) ситуационно-творческого подхода
- 3) процессного изучения среды
- 4) частного и общего

9. Метод _____ основан на построении связанного графа, выражающего соподчинение и взаимосвязи всех целей.

- 1) Дельфи

10. Морфологический анализ предполагает:

- 1) системный охват множества вариантов решения проблем
- 2) разработку креативных управленческих решений
- 3) структурирование целей организации
- 4) выявление аналогий с известными ранее ситуациями

Тематика эссе, предлагаемых для написания и творческого осмысления:

1. Раскрытие понятия «творческая активность».
2. Сущность понятий «ценность». «целевые установки». «стратегическое мышление» «активность и самостоятельность».
3. Раскрытие основных черт менеджера креативного типа.
4. Использование инновационных технологий в формировании компетенций креативного менеджера по управлению персоналом.
5. Материальная культура организации, её измерение и оценка уровня развития .
6. Внутренняя культура организации и ее влияние на формирование креативного менеджмента.
7. Характеристика интеллектуально-нравственного потенциала менеджера креативного типа.
8. Сущность психофизиологического потенциала менеджера креативного типа.
9. Раскрытие профессионально-познавательного потенциала менеджера креативного типа, способы формирования данного потенциала.
10. Основные факторы успешной деятельности менеджера креативного типа : развитое стратегическое мышление, способность нести ответственность, готовность к изменениям и инновациям.
11. Условия успешной реализации деятельности менеджера креативного типа.
12. Проблемы в деятельности менеджера креативного типа и эффективные способы их разрешения.

13. Классификация основных факторов, влияющих на организационную культуру, способствующую развитию креативности управления.
14. Сущность понятия «креативный интеллект».
15. Принципы формирования креативного интеллекта.
16. Принцип гетерогенности, его сущность и реализация в практической деятельности организации.
17. Принцип деятельностной совместимости, его использование в креативном менеджменте.
18. Принцип рационального сочетания формальной и неформальной организации деятельности, его роль в формировании коллективного интеллекта.
19. Принцип перманентности, его роль в организации и ведении исследовательской

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

6.1 Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Форма проведения промежуточной аттестации (зачета) по дисциплине – устное собеседование обучающегося с преподавателем по списку вопросов. Аргументированный ответ на вопросы преподавателя по одному фильму – максимум 10 баллов. Обучающиеся, совокупно набравшие по итогам работы в семестре и в ходе итогового собеседования 61 балл и более, получают зачет по дисциплине. Обучающиеся, по итогам текущего контроля успеваемости в семестре набравшие 61 балл и более, получают зачет автоматом без прохождения итогового собеседования.

Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации (зачету)

1. Основные категории курса «Креативный менеджмент для начинающих». Цели, задачи курса.
2. Актуальность концепции креативного управления в современном менеджменте.
3. Исторический аспект развития креативного менеджмента..
4. Понятие «креативный менеджер». Специфика реализации его деятельности.
5. Сущность и значение образования в сфере креативного менеджмента.
6. Формирование стратегического мышления-основы креативного менеджмента.
7. Значение фактора времени в реализации принципов креативного менеджмента.
8. Типичные ошибки современных креативных менеджеров.
9. Субкультуры в организациях, их роль в реализации идей креативного менеджмента.
10. Методология и подходы к логическому мышлению.
11. Сущность формальной и символической логики, их реализация в креативном менеджменте..
12. Типология мышления в исследовательской и управленческой деятельности .Их реализация в креативном менеджменте..
13. Сущность системного мышления, его роль в креативном менеджменте..
14. Технократическое мышление, его реализация в креативном менеджменте.
15. Теоретическое и эмпирическое мышление, их реализация в креативном менеджменте.
16. Методы управления креативностью персонала.
17. Роль неформальных групп организации в повышении уровня креативности.
18. Специфика постановки цели и задач в креативном менеджменте.
19. Интуитивное и эвристическое мышление ,их роль в креативном менеджменте.
20. Творческое мышление и его реализация в креативном управлении.
21. Диалектическое мышление и его реализация в креативном управлении.

22. Способы формирования эффективного мышления как основы креативного менеджмента.

23. Влияние корпоративной культуры на формирование креативного менеджмента организации.

24. Креативный менеджмент в управленческой деятельности конкретных организаций.

6.2 Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

Карта критериев оценивания компетенций

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1.	УК-6- способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение жизни	Знает эффективные способы управления своим временем	Конспекты материалов использованных для подготовки к занятию.	1. Изучение авторитетных источников по проблемам практического занятия(отечественных и зарубежных)
			Устный опрос в ходе практических занятий.	2. Ссылки в ответах на разные источники в процесса обсуждения, знание практических примеров по обсуждаемой теме. 3. Использование дополнительных теоретических и практических материалов в сфере креативного менеджмента для ответа на вопросы по теме занятия.
			Итоговое собеседование на зачете.	1. Ссылки на авторитетные источники информации по проблемам креативного менеджмента в ходе собеседования. 2. Привлечение для аргументации по проблемам креативного разных видов информации(

				статистической, научной , а также примеров из практической деятельности зарубежных и отечественных менеджеров и т.д.).
		Умеет реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение жизни	Участие в разрабатываемых группой проектов	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выделение основных проблем в предлагаемом проекте 2. Активное участие в его создании и реализации в ходе практического занятия.
			Устный опрос в ходе практических занятий и решение кейсов.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понимание основной проблемы описываемой ситуации и умение ее решить нестандартными способами.. 2. Устная (в ходе опроса) и письменная (в конспектах) фиксация источников и конкретных мест в них, позволивших получить необходимую информацию.
			Итоговое собеседование на зачете.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Привлечение самостоятельно найденного теоретического и практического материала в сфере креативного менеджмента для обоснования собственной точки зрения. 2. Использование доступных баз данных и информационных ресурсов для формирования собственного креативного мышления.
2.	ПК -4 - способен использовать методы, инструменты	Знает методы, инструменты технологии управления	Конспекты материалов использованных для подготовки к	<ol style="list-style-type: none"> 1. Изучение авторитетных источников по проблемам

	технологии управления человеческими ресурсами при решении профессиональных задач	человеческими ресурсами при решении профессиональных задач	занятию.	практического занятия(отечественных и зарубежных)
			Устный опрос в ходе практических занятий.	1. Ссылки в ответах на разные источники в процесса обсуждения, знание практических примеров по обсуждаемой теме. 2.Использование дополнительных теоретических и практических материалов в сфере креативного менеджмента для ответа на вопросы по теме занятия.
			Итоговое собеседование на зачете.	1.Ссылки на авторитетные источники информации по проблемам креативного менеджмента в ходе ответа на вопросы.
	Умеет применять на практике методы, инструменты технологии управления человеческими ресурсами при решении	Участие в разрабатываемых группой проектов	1.Выделение основных проблем в предлагаемом проекте 2.Активное участие в его создании и реализации в ходе практического занятия.	
		Устный опрос в ходе практических занятий и решение кейсов.	1.Понимание основной проблемы описываемой ситуации и умение ее решить нестандартными способами.. 2.Устная (в ходе опроса) и письменная (в конспектах) фиксация источников и конкретных мест в них, позволивших получить необходимую информацию.	
		Итоговое собеседование на зачете	1. Привлечение самостоятельно найденного теоретического и практического материала в сфере креативного	

				менеджмента для обоснования собственной точки зрения. 2.Использование доступных баз данных и информационных ресурсов для формирования собственного креативного мышления.
--	--	--	--	---

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература:

1. Беляев, Ю. М. Инновационный менеджмент : учебник для бакалавров / Ю. М. Беляев. - 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 218 с. - ISBN 978-5-394-03555-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093437> (дата обращения: 26.05.2020). – Режим доступа: по подписке

2. Кожухар, В. М. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / Кожухар В.М. - Москва : Дашков и К, 2018. - 292 с.: ISBN 978-5-394-01047-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/351616> (дата обращения: 26.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.2 Дополнительная литература:

1. Боно де, Э. Гениально! Инструменты решения креативных задач / Боно де Э., - 2-е изд. - Москва : Альпина Пабл., 2016. - 381 с. (Мировой бестселлер) ISBN 978-5-9614-5463-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/542525> (дата обращения: 26.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

2. Дармилова, Ж. Д. Инновационный менеджмент : учебное пособие для бакалавров / Ж. Д. Дармилова. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 168 с. - ISBN 978-5-394-03476-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093015> (дата обращения: 26.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

3. Медынский, В. Г. Инновационный менеджмент : учебник / В.Г. Медынский. – Москва : ИНФРА-М, 2017. – 295 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-002226-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/768557> (дата обращения: 26.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.3. Интернет-ресурсы

1. www.inno.ru
2. www.innovationtools.com
3. www.innovbusiness.ru
4. www.invur.ru
5. www.quality.eup.ru

6. www.rsci.ru
7. www.trizminsk.org.ru
8. www.unova.ru
9. www.invur.ru
10. www.quality.eup.ru
11. www.rsci.ru
12. www.trizminsk.org.ru
13. www.unova.ru

7.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс. <http://www.consultant.ru/>
2. Межвузовская электронная библиотека (МЭБ). <https://icdlib.nspu.ru/>
3. Национальная электронная библиотека. <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Лицензионное ПО, в том числе и отечественного производства :
платформа для электронного обучения Microsoft Teams

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ
 Н.К. Федорова
23.06.2021

КУЛЬТУРА СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА И ВИРТУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(очная форма обучения)

Фарахутдинов Шамиль Фаритович, Семёнов Максим Юрьевич. Культура современного общества и виртуальная реальность. Рабочая программа для обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль: Общий и функциональный менеджмент, очная форма обучения. Тюмень, 2020.

Рабочая программа дисциплины (модуля) опубликована на сайте ТюмГУ: Культура современного общества и виртуальная реальность [электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

1. Пояснительная записка

Цель дисциплины:

Сформировать у студентов понимание современных процессов, связанных с виртуализацией основных сфер жизнедеятельности современного человека и формирование на этой базе соответствующей культурной среды.

Задачи дисциплины:

1. Ознакомить студентов с категориальным аппаратом и показать основные тенденции в развитии представлений о виртуальной реальности.
2. Представить теоретико-методологические основы виртуальной реальности как культурного феномена.
3. Дать представление обучающимся о роли информационно-коммуникационных систем в формировании виртуальной реальности.
4. Раскрыть особенности репрезентации виртуальной реальности в современной художественной культуре.
5. Показать современные технологии виртуальной реальности.
6. Охарактеризовать современные возможности использования технологий виртуальной реальности в различных сферах жизнедеятельности современного общества.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты обучения: (знаниевый/функциональный)
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	УК-5.	Знает основные теоретические подходы для построения эффективной работы в коллективе, учитывая социальные, конфессиональные и культурные различия. Умеет применять на практике навыки работы в коллективе, учитывая социальные, конфессиональные и культурные различия.
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.	УК-6.	Знает общую концепцию таймменеджмента, временные ресурсы и ограничения, основные поглотители времени.

		Умеет планировать свою персональную траекторию непрерывного образования и саморазвития, определять препятствия, которые мешают достичь успеха.
--	--	--

2. Структура и объем дисциплины

Вид учебной работы	Всего часов	Часов в семестре
		4
Общий объем	4	4
зач. ед. час	144	144
Из них:		
Часы аудиторной работы (всего):	50	50
Лекции	16	16
Практические занятия	34	34
Лабораторные / практические занятия по подгруппам	0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося	94	94
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф. зачет, экзамен)	Зачёт	Зачёт

3. Система оценивания

3.1. Для текущего контроля применяется 100-балльная система оценивания. Баллы проставляются за посещение практических занятий и активную работу на них, а также за выполненные письменных и контрольных работы по каждой теме дисциплины. Результаты текущего контроля учитываются при аттестации. По итогам дисциплины студенты сдают зачёт.

Студент, который набрал за время обучения 61 балл и выше получает зачёт без дополнительных вопросов к зачёту. Обучающиеся, не набравшие достаточного количества баллов для получения зачёта (60 баллов и меньше) сдают «зачёт» по дисциплине «Социология». Зачёт проходит в форме индивидуальной беседы с преподавателем, в рамках которой студент должен ответить на два вопроса из билета.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			Иные виды контактов
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные/	

					практические занятия по подгруппам	ой работы
1	2	3	4	5	6	7
1.	Теоретико-методологические основы виртуальной реальности как культурного феномена	24	2	6	0	0
2.	Виртуальная реальность как среда, формируемая современными информационно-коммуникационным и системами	24	2	6	0	0
3.	Художественная культура и виртуальная реальность	24	2	6	0	0
4.	Виртуальная реальность в образовании и в исследованиях (Блок 1)	24	4	6	0	0
5.	Виртуальная реальность в образовании и в исследованиях (Блок 2)	24	4	6	0	0
6.	Современные технологии виртуальной реальности	24	2	4	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

Тема 1. Теоретико-методологические основы виртуальной реальности как культурного феномена

Этимология понятия «виртуальный». Семантическое поле термина «виртуальная реальность». Характер изменения содержания понятия «виртуальная реальность», в философском дискурсе. Виртуалистика как новое философское направление. Онтологический статус виртуальной реальности. Современные концепции виртуальной реальности. Трансформация фундаментальных измерений человеческой жизни – пространства и времени в виртуальной реальности.

Тема 2. Виртуальная реальность как среда, формируемая современными информационно-коммуникационными системами

Основные элементы и общая характеристика современного информационно-коммуникационного пространства. Социальные сети в интернете как новая среда обитания. Виртуальные сообщества и субкультуры. Тенденции виртуализации социально-экономических отношений (шеринговая экономика, онлайн банкинг, развитие интернет-торговли, ТЕЛЕМЕДИЦИНА). Тенденции виртуализации политической жизни (петиции, интернет-экстремизм: синие киты и прочие «группы смерти»)

Тема 3. Художественная культура и виртуальная реальность

Театр и виртуальная реальность. Кино и виртуальная реальность. Музеи и виртуальная реальность. Голографические перформансы. Виртуальные блоггеры.

Тема 4. Виртуальная реальность в образовании и в исследованиях (Блок 1)

Виртуальная реальность как метод и средство обучения. Социальные сети как современный образовательный ресурс. Современные онлайн курсы, МООКи. Ускорение, удешевление и увеличение эффективности процессов обучения, тренировок и инструктажа, в результате использования VR (имитационные тренажеры для профессиональных спортсменов). VR как фактор сокращения затрат на образование (необходимые обучающие материалы и объекты, персонал).

Тема 5. Виртуальная реальность в образовании и в исследованиях (Блок 2)

VR как фактор сокращения затрат на образование (необходимые обучающие материалы и объекты, персонал). Безопасное спец обучение сложным и потенциально опасным навыкам (медицинские операции, спасательные работы в чрезвычайных ситуациях, пилотирование авиатранспорта, репрезентация военных действий и т.д.). Исследования в маркетинге: улучшение клиентского опыта, дизайна продуктов и торговых площадок; совершенствование (упрощение) и повышение результативности коммуникаций (виртуальный банкинг). Исследования в социальной сфере: краудсорсинг, современные методы онлайн-исследований (онлайн-опросы, онлайн фокус-группы, мобильная этнография, работа с большими данными и т.д.). Исследования в технической сфере: ускорение процесса проектирования и прототипирования объектов, значительное снижение затрат и времени на физическое моделирование.

Тема 6. Современные технологии виртуальной реальности

Компьютерные Очки VR. Имитация тактильных или осязательных ощущений в системах виртуальной реальности. Устройства с обратной связью. Технологии дополненной реальности. Вербальные компоненты системы виртуальной реальности.

Тема 1. Теоретико-методологические основы виртуальной реальности как культурного феномена

Вопросы для обсуждения:

1. Виртуальность в научном понимании. Основные подходы к рассмотрению.
2. Специфика семантического поля виртуальной реальности?
3. Виртуальная реальность как философская категория?
4. Виртуалистика в философии? основные идеи.

Задание для работы в группах.

Определить соотношение виртуального и реального пространства на 10 примерах из жизни. Обсуждение в аудитории.

Тема 2. Виртуальная реальность как среда, формируемая современными информационно-коммуникационными системами

Вопросы для обсуждения:

1. Перечислите функции виртуальных социальных сетей?
2. Какова роль современных виртуальных сообществ?
3. Субкультуры в виртуальном пространстве: активность и типы самопрезентации.
4. Современные практики отцифровки и диджитализации социально-экономических отношений?

Индивидуальное практическое задание (Эссе):

Написание и обсуждение эссе на тему: "Как изменится моя повседневность без Интернета?"

Тема 3. Художественная культура и виртуальная реальность

Вопросы для обсуждения:

1. Практики виртуализации художественной сферы
2. Использования виртуальной реальности в театрах
3. Кинематограф и виртуальная реальность: общее и особенное
4. Блоггеры в виртуальной среде и реальной жизни.

Тема 4. Виртуальная реальность в образовании и в исследованиях (Блок 1)

Вопросы для обсуждения:

1. Виртуализация в образовании: достоинства и недостатки
2. Риски опосредованного взаимодействия учителя и учащегося, преподавателя и студента.
3. Информационные технологии в современном высшем образовании.
4. Технологический трансфер и заимствование элементов образовательного процесс: от общего к высшему образованию
5. Vr-Технологии обучения.

Групповое задание:

Проведите анализ системы Moodle с позиции пользователя, заказчика образовательной услуги. Выделите сильные и слабые стороны. Определите возможные рекомендации к улучшению данной информационной системы.

Тема 5. Виртуальная реальность в образовании и в исследованиях (Блок 2)

Вопросы для обсуждения:

1. Применение VR технологий в естественно-научной сфере
2. Применение VR технологий в сфере медицины
3. Применение виртуальных технологий в продажах и продвижении товаров.
4. Применение ИКТ в социологических и маркетинговых исследованиях.

Групповое задание:

Смоделировать и провести опрос в группе с использованием ИКТ.

Тема 6. Современные технологии виртуальной реальности

Групповое задание:

Каждая группа готовит обзор (в виде проекта) на современные технологии виртуальной реальности. Затем проходит защита проектов.

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1.	Теоретико-методологические основы виртуальной реальности как культурного феномена	Изучение теоретических основ анализа виртуальной реальности как культурного феномена; подготовка к практическим занятиям; работа с литературой.
2.	Виртуальная реальность как среда, формируемая современными информационно-коммуникационными системами	Изучение сущности виртуальной реальности с позиции среды, формируемой ИКТ системами; подготовка к практическим занятиям; работа с литературой; эссе.
3.	Художественная культура и виртуальная реальность	Изучение основных теоретико-методологических подходов к анализу взаимосвязи художественной культуры и виртуальной реальности; подготовка к практическим занятиям; работа с литературой.
4.	Виртуальная реальность в образовании и в исследованиях (Блок 1)	Изучение основных особенностей использования виртуальной реальности в сфере образования; подготовка к практическим занятиям; работа с литературой.
5.	Виртуальная реальность в образовании и в исследованиях (Блок 2)	Изучение основных особенностей использования виртуальной реальности в научных исследованиях; подготовка к практическим занятиям; работа с литературой.
6.	Современные технологии виртуальной реальности	Изучение актуальных технологий виртуальной реальности; подготовка к практическим занятиям; работа с литературой.

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Ответы на пункты плана для практических занятий
4. Разбор практических примеров, продемонстрированных на лекциях и решенных на практических занятиях

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся индивидуальных и групповых заданий.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

6.1 Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине – зачет, который проходит в форме устного ответа студента на вопросы.

Вопросы к зачёту:

1. Семантическое поле термина «виртуальная реальность»
2. Виртуалистика как новое философское направление

3. Онтологический статус виртуальной реальности
4. Современные концепции виртуальной реальности
5. Характеристика современного информационно-коммуникационного пространства
6. Виртуальные сообщества и субкультуры
7. Виртуализация социально-экономических отношений
8. Тенденции виртуализации политической жизни
9. Феномен компьютерной виртуальной реальности в произведениях современного искусства
10. Художественная культура и виртуальная реальность
11. Виртуальная реальность как метод и средство обучения
12. Социальные сети как современный образовательный ресурс
13. Современные онлайн курсы
14. VR Технологии в деятельности современного исследователя
15. Современные технологии виртуальной реальности
16. Вербальные компоненты системы виртуальной реальности
17. Искусственный интеллект: современные возможности и ограничения
18. Социальные эффекты искусственного интеллекта
19. Изменения в повседневных практиках человека в условиях виртуальных технологий
20. Управление сферой виртуальных технологий

6.2 Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

Карта критериев оценивания компетенций

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1.	УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	<p>Знает основные теоретические подходы для построения эффективной работы в коллективе, учитывая социальные, конфессиональные и культурные различия.</p> <p>Умеет применять на практике навыки работы в коллективе, учитывая социальные, конфессиональные и культурные различия.</p>	Опрос на занятии, групповая работа, собеседование	<p>Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимая вопроса и правильности выполнения предложенных заданий.</p> <p>Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 «Положения о текущем контроле успеваемости и</p>

				промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО»
2.	УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.	Знает общую концепцию таймменеджмента, временные ресурсы и ограничения, основные поглотители времени. Умеет планировать свою персональную траекторию непрерывного образования и саморазвития, определять препятствия, которые мешают достичь успеха.	Опрос на занятии, групповая работа, собеседование	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимая вопроса и правильности выполнения предложенных заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 «Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО»

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература:

1. Осипов, Г. В. Становление информационного общества в России и за рубежом: Учебное пособие / Осипов Г.В., Лисичкин В.А., Вирин М.М.; Под общ. ред. Садовниченко В.А. - М.:Юр.Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 304 с.: - (Социальные науки и математика). - ISBN 978-5-91768-534-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1005670> (Дата обращения : 21.05.2020).

7.2 Дополнительная литература:

1. Орлова Э.А. Социология культуры [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов/ Орлова Э.А.— Электрон. текстовые данные.— Москва, Киров: Академический Проект, Константа, 2016.— 576 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60039.html> (Дата обращения : 21.05.2020).

2. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”) / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва :Дашков и К, 2017. - 260 с.: ISBN 978-5-394-02257-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/415250> (Дата обращения : 21.05.2020).

7.3 Интернет-ресурсы:

1. Социологический журнал - <https://www.jour.fnisc.ru/index.php/socjour>
2. Журнал «Социологические исследования» - <http://socis.isras.ru>

7.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>
2. Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>
3. Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости):

Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам.

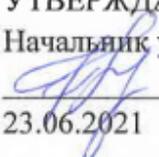
Лицензионное ПО:

Платформа для электронного обучения Microsoft Teams.

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ
 Н.К. Федорова
23.06.2021

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(очная форма обучения)

Седельникова Е.Б. Маркетинговый анализ. Рабочая программа для обучающихся по направлениям подготовки (специальностям), реализуемым по индивидуальным образовательным траекториям (очная форма обучения). Тюмень, 2021.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ: Маркетинговый анализ [электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

© Тюменский государственный университет, 2021.

© Седельникова Е.Б., 2021.

1. Пояснительная записка

Цель дисциплины – формирование у студентов практических навыков, знаний теоретических и методических основ маркетингового анализа и его инструментов для принятия обоснованных управленческих решений в условиях неопределённости рыночной ситуации.

Задачи дисциплины:

- понять необходимость и содержание маркетингового анализа;
- сформировать необходимые навыки анализа данных о покупателях, конкуренции и конкурентах, об элементах комплекса маркетинга;
- узнать и научиться использовать приемы демонстрации аналитической информации, необходимой для принятия управленческих решений.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты обучения: (знаниевые/функциональные)
ПК-3. Способен формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга	ПК-3	знает основы экономических знаний в маркетинговой деятельности предприятия; знает современные методы маркетингового анализа с целью критической оценки планируемых управленческих решений по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия, разработки и обоснования маркетинговой стратегии; умеет применять современные методы маркетингового анализа с целью критической оценки планируемых управленческих решений по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия, разработки и обоснования маркетинговой стратегии.

2. Структура и объем дисциплины

Таблица 1

Вид учебной работы	Всего часов	Часов в семестре
		7
Общая трудоемкость	зач.ед. 4	4
	час 144	144
из них:		
Часы контактной работы (всего):	50	50
лекции	16	16
практические занятия	34	34
лабораторные / практические занятия по подгруппам	0	0
Консультации и иная контактная работа	0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося	94	94
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

3. Система оценивания

3.1. Оценивание достижений обучающихся в течение семестра осуществляется на основе балльно-рейтинговой системы. Баллы начисляются студентам за следующие активности:

- 1) посещение лекций – 1 балл;
- 2) работа на практическом занятии (кейсы, творческие задания, задачи и т.п.)– 0-5 баллов;

Для получения зачета по дисциплине обучающимся необходимо набрать за семестр не менее 61 балла. Студенты, набравшие по итогам работы в семестре менее 61 балла, сдают зачет по дисциплине в письменной форме.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			Консультации и иная контактная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные/ практические занятия по подгруппам	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Цели и содержание маркетингового анализа.	18	2	4	0	0
2.	Анализ покупателей.	18	2	4	0	0
3.	Анализ конкуренции и конкурентов.	18	2	4	0	0
4.	Анализ товаров и товарной	18	2	4	0	0

	политики.					
5.	Анализ ценовой политики.	18	2	4	0	0
6.	Анализ сбыта и сбытовой политики	18	2	4	0	0
7	Анализ маркетинговых коммуникаций.	18	2	4	0	0
8	Анализ организации маркетинга на предприятии	18	2	6	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины по темам

1 тема. Цели и содержание маркетингового анализа

Основные вопросы лекции:

1. Основные понятия маркетингового анализа.
2. Целевая ориентация маркетинга.
3. Управление маркетингом и комплекс маркетинга.
4. Общая последовательность маркетингового анализа.

Практическое занятие №1,2

А. Беседа по вопросам семинара:

1. Что такое маркетинговый анализ?
2. Какие виды маркетингового анализа вы знаете?
3. Что относится к анализу внешней сферы?
4. Для чего необходимы и как используются результаты маркетингового анализа?
5. Опишите вкратце сущность системы анализа маркетинговой информации. Будет ли, по вашему мнению, пользоваться этой системой небольшой магазин мужской одежды в небольшом городе? Почему?

Б. Работа в группах по решению кейса по теме.

2 тема. Анализ покупателей.

Основные вопросы лекции:

1. Анализ потребностей и мотивации покупателей.
2. Определение покупательских предпочтений товаров, намерений совершить покупку.
3. Анализ поведения до, во время и после покупки.
4. Сегментация покупателей.

Практическое занятие №3,4

А. Беседа по вопросам семинара:

1. Составление сопряженного анализа потребительской ценности.
2. Анализа потребительской ценности при прогнозировании объема продаж.
3. Как определить границы рынка товара?
4. Установление потребностей покупателей?
5. Как выделить сегменты рынка?
6. Выявление отличительных потребностей?
7. Подбор названий для сегментов?
8. Оценка размеров сегментов?

Б. Защита домашнего задания "Определение особенностей покупательского поведения потребителей конкретного предприятия"

В. Работа в группе по выполнению задания "Анализ потребителей"

Г. ABC-анализ сегментов

3 тема. Анализ конкуренции и конкурентов.

Основные вопросы лекции:

1. Анализ основных факторов, определяющих интенсивность конкуренции на рынке.
2. Оценка общего характера конкурентной среды и интенсивности конкуренции.
3. Прогнозирование тенденций изменения конкурентной среды и отдельных ее факторов.

Практическое занятие №5,6

А. Беседа по вопросам семинара:

1. Основные факторы, определяющие конкуренцию, и системы их проявления?
2. Оценка факторов конкуренции.
3. Прогноз развития сил конкуренции на рынке
4. Оценка конкурентов.

Б. Выполнение заданий:

1. Составьте матрицу формирования конкурентной карты рынка.
2. Проведите оценку конкурентов по системе «111-555».
3. Сделайте сравнительный анализ деятельности фирм конкурентов.

4 тема. Анализ товаров и товарной политики.

Основные вопросы лекции:

1. Общая характеристика товарной политики предприятия.
2. Расчет показателей конкурентоспособности товаров.
3. Оценка товаров по показателя «цена – качество», «важность» и «исполнение».
4. Анализ маркетинговых показателей ассортимента. Анализ структуры ассортимента.

Анализ прибыльности товаров в ассортименте.

Практическое занятие №7,8

А. Самостоятельная работа в малых группах по заданиям:

1. Анализ ассортимента по показателям.
2. ABC - анализ ассортимента
3. Анализ фирменного стиля
4. Анализ конкурентоспособности товара

Б. Проведение мастер-классов каждой группы по обучению других участников групп.

Инструкция по проведению мастер-класса, задание, данные для анализа выдаются заранее на лекции по указанной теме.

Общее задание: Составьте вопросы и указания, с помощью которых можно провести маркетинговый анализ товаров.

5 тема. Анализ ценовой политики.

Основные вопросы лекции:

1. Общая характеристика ценовой политики.
2. Анализ факторов влияющих на ценообразование.
3. Анализ конкурентоспособности цены.

Практическое занятие №9,10

А. Беседа по вопросам:

1. От каких обстоятельств зависит готовность покупателей платить ту или иную цену, их чувствительность к цене и ее изменениям?

2. Что вам потребуется для определения типа конкуренции и оценки влияния конкуренции на ценообразование?

3. В каких случаях используют метод паритетов цены и качества?

Б. Выполнение задания:

Составьте перечень вопросов и пояснений к ним, с помощью которых можно дать общую характеристику ценовой политики предприятия или проанализировать эту политику в отношении отдельных товаров из ассортимента предприятия.

В. Решение задач по теме "Анализ ценовой политики"

6 тема. Анализ сбыта и сбытовой политики.

Основные вопросы лекции:

1. Общая характеристика сбытовой политики.
2. Задачи анализа сбыта.
3. Анализ каналов распределения
4. Анализ работы с посредниками.

Практическое занятие №11,12

Работа в малых группах. Работа по схеме, отработанной по теме 4.

Типы заданий:

1. Анализ каналов распределения
2. Оценка содержания сбытовой политики как процесса
3. Оценка эффективности сбыта
4. Анализ продаж.

7 тема. Анализ маркетинговых коммуникаций.

Основные вопросы лекции:

1. Общая характеристика маркетинговых коммуникаций предприятия.
2. Оценка эффективности влияния на целевую аудиторию.
3. Оценка экономической эффективности.
4. Выявление недостатков и пути улучшения маркетинговых коммуникаций и эффективности их действия.

Практическое занятие №13,14

Решение ситуационных задач, работа в малых группах.

8 тема. Анализ организации маркетинга на предприятии.

Основные вопросы лекции:

1. Оценка выполнения функций маркетинга на предприятии.
2. Роль и влияние маркетинга на предприятии.
3. Финансирование маркетинга.
4. Аудит маркетинговой деятельности

Практическое занятие №15,16,17

А. Работа в малых группах по заданию "Аудит маркетинга на предприятии"

Б. Анализ процесса "Маркетинг"

В. Решение ситуационной задачи

Г. Составление и защита информационных карт по направлениям маркетингового анализа

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1.	Цели и содержание маркетингового анализа.	Чтение рекомендованной и дополнительной учебной, научной литературы. Подготовка к семинару
2.	Анализ покупателей.	Чтение рекомендованной и дополнительной учебной, научной литературы. Подготовка к семинару Выполнение домашнего задания
3.	Анализ конкуренции и конкурентов.	Чтение рекомендованной и дополнительной учебной, научной литературы. Подготовка к семинару Сбор данных по заданию
4.	Анализ товаров и товарной политики.	Чтение рекомендованной и дополнительной учебной, научной литературы. Подготовка к семинару
5.	Анализ ценовой политики.	Чтение рекомендованной и дополнительной учебной, научной литературы. Подготовка к семинару
6.	Анализ сбыта и сбытовой политики	Чтение рекомендованной и дополнительной учебной, научной литературы.
7.	Анализ маркетинговых коммуникаций.	Чтение рекомендованной и дополнительной учебной, научной литературы.
8.	8 . Анализ организации маркетинга на предприятии	Чтение рекомендованной и дополнительной учебной, научной литературы.

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Поиск ответов на вопросы для обсуждения по теме.
4. Изучение интернет-источников для подготовки к работе в группах.
5. Подготовка презентаций: поиск информации из разных источников, формирования

доклада, создание презентации и подготовка к публичному выступлению

Контроль самостоятельной работы осуществляется при публичной защите презентаций, проектов, при собеседовании по теме.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

6.1 Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Форма проведения промежуточной аттестации (зачета) по дисциплине – письменный ответ на два вопроса, из которых первый из тем № 1,2,3,4 а второй из тем № 5,6,7,8.

Обучающиеся, по итогам текущего контроля успеваемости в семестре набравшие 61 балл и более, получают зачет автоматом без прохождения итогового собеседования.

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Цели и содержания маркетингового анализа.
2. Методы сбора информации
3. Инструменты анализа (кластерный анализ)
4. Выбор методов сбора данных
5. Организация и проведение сбора данных
6. Анализ покупателей (покупательских предпочтений)
7. Анализ спроса на продукцию
8. Анализ конкуренции
9. Анализ товара
10. Анализ товарной политики
11. Анализ ассортимента
12. Анализ конкурентоспособности продукции
13. Оценка риска невостребованной продукции
14. Анализ рынков сбыта продукции и сбытовой политики
15. Анализ ценовой политики
16. Анализ конкурентоспособности цены
17. Анализ рекламы
18. Анализ эффективности маркетинговых коммуникаций
19. Аудит маркетинга
20. Эффективность маркетинга

6.2 Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

Карта критериев оценивания компетенций

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1	ПК-3. Способен формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга	<p>знает основы экономических знаний в маркетинговой деятельности предприятия;</p> <p>знает современные методы маркетингового анализа с целью критической оценки планируемых управленческих решений по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия, разработки и обоснования маркетинговой стратегии;</p> <p>умеет применять современные методы маркетингового анализа с целью критической оценки планируемых управленческих решений по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия, разработки и обоснования маркетинговой стратегии.</p>	Задания для промежуточной аттестации	<p>Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий.</p> <p>Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".</p>

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература:

1. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебник / А. Д. Шеремет: учебник/ А. Д. Шеремет. - 2. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017. - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/go.php?id=558699> (дата обращения: 18.06.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Комплексный экономический анализ : учебное пособие / М. В. Мельник, А. И. Кривцов, О. В. Горлова: учебное пособие/ М. В. Мельник, А. И. Кривцов, О. В. Горлова. - Москва: Издательство "ФОРУМ"; Москва: ИНФРА-М, 2014. - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/429320>. (дата обращения: 18.06.2021). – Режим доступа: по подписке.

7.2 Дополнительная литература:

3. Бизнес-анализ деятельности организации : Учебник / Усенко, ЧернышеваГончарова: Учебник/ Усенко, Чернышева, Гончарова. - Москва: Альфа-М; Москва: ИНФРА-М, 2013. - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/go.php?id=415581>. (дата обращения: 18.06.2021). – Режим доступа: по подписке

4. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учебное пособие / И. К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2020. - 392 с. - ISBN 978-5-905554-08-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1054208> (дата обращения: 18.06.2021). – Режим доступа: по подписке.

7.3 Интернет-ресурсы:

<http://www.marketing.spb.ru/>

<http://www.t-80.ru/marketing>

<http://www.smart.ru/clients/iesc/>

<http://www.adnews.ru/>

<http://globalmarketing.louisville.net/>

<http://www.surbis.ru/evrasia/marketing/>

<http://www.konsi.nnov.ru/>

<http://consulting.indi.ru/>

<http://www.mlm.da.ru/index.html>

<http://www.promarket.ru>

<http://www.marketolog.da.ru/>

<http://www.marketingmix.com/>

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>

Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>

Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам дисциплин, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам.

Лицензионное ПО, в том числе отечественного производства:

платформа для электронного обучения MicrosoftTeams.

Свободно распространяемые ПО, в том числе отечественного производства:

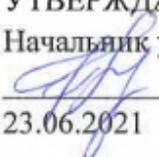
Adobe Reader;

7-Zip

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ
 Н.К. Федорова
23.06.2021

МЕДИААНАЛИЗ И МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(очная форма обучения)

Шумилова Ю.А. Медиаанализ и медиапланирование. Рабочая программа для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», направленность (профиль): Общий и функциональный менеджмент, форма обучения очная, заочная. Тюмень, 2020.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ: Медиаанализ и медиапланирование [электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.utmn.ru/sveden/education/#>

1. Пояснительная записка

Цель освоения дисциплины - формирование у студентов целостной системы мышления, знаний и умений в вопросах использования медиаисследований и медиапланирования на различных каналах СМИ для создания эффективной рекламной и PR-кампании, соответствующей стратегическим целям организации.

Задачи изучения дисциплины:

- 1) получение практических навыков использования различных методов исследований для медиаанализа;
- 2) освоение основных параметров медиапланирования, практическое использование критериев выбора рекламоносителя,
- 3) формирование навыков составления медиаплана и оценки его эффективности;
- 4) знакомство с профессиональными программами по медиапланированию.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты обучения: (знаниевый/функциональный)
ПК-3: Способность формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга.	ПК-3.	Знает практические аспекты определения, реализации и контроля выполнения задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга. Умеет формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга, с учетом специфики организации.

2. Структура и объем дисциплины

Таблица 1

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Часов в семестре
		7
Общий объем зач. ед. час.	4	4
	144	144
Из них:		
Часы аудиторной работы (всего):	50	50
Лекции	16	16
Практические занятия	34	34
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося	94	94
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф.зачет, экзамен)	Зачет	Зачет

3. Система оценивания

3.1. Студенты, которые набрали 61 и более баллов получают зачет автоматически. Студенты, которые набрали менее 61 баллов, участвуют в промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Зачет проводится по установленному графику, студенту необходимо письменно ответить на два вопроса. Первый вопрос - из тем № 1,2,3, а второй – из тем № 4,5,6.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			Иные виды контактной работы
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные/практические занятия по подгруппам	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Медиапланирование и его роль в рекламной кампании.	24	2	4	0	0
2.	Средства массовой информации (СМИ) и рынок рекламы	24	2	6	0	0
3.	Исследования аудитории СМИ	24	2	6	0	0
4.	Основные показатели медиаанализа	24	2	6	0	0
5.	Основы разработки медиаплана	24	4	6	0	0
6.	Организация работ по медиапланированию и оценка его результатов	24	4	6	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

Тема 1. Медиапланирование и его роль в рекламной кампании.

Понятие медиапланирования. Место медиапланирования в маркетинговой деятельности фирмы. Цели и задачи медиапланирования. Источники информации для медиапланирования. Медиапланирование как бизнес-процесс. Влияние маркетинговых характеристик объекта на процесс медиапланирования. Медиаплан и его связь с маркетинговым планом.

Тема 2. Средства массовой информации (СМИ) и рынок рекламы.

Традиционные, новые СМИ и социальные медиа в системе информационного пространства. Характеристика рынка СМИ. Пресса. Чтение газет и журналов. Виды и характеристика изданий. Телевидение. Просмотр телепередач. Виды и характеристики телевидения. Радио. Прослушивание радио. Виды и характеристики радио. Интернет.

Рынок рекламы. Виды рекламы с точки зрения носителей рекламы. Структура рекламного рынка. Особенности рекламы в различных медиа.

Субъекты рынка рекламы в СМИ. Характеристика рекламных посредников: рекламные агентства, агентства байеры, агентства селлеры. Основные функции рекламных посредников. Потребители рекламной информации, их характеристика. Особенности взаимодействия основных субъектов на рынке рекламы.

Тема 3. Исследования аудитории СМИ.

Значение медиаисследований. Развитие рынка медиаизмерений в России. Основные участники рынка медиаисследований. Методические аспекты медиаисследований. Понятие выборки. Виды выборки: вероятностные и невероятностные. Ошибка выборки. География исследования. Периодичность проведения исследований.

Методы сбора информации: анкетирование, интервью, фокус-группы, электронные способы регистрации аудитории.

Социально-демографические характеристики аудитории. Измерение аудитории ТВ. Измерение аудитории прессы. Измерение аудитории радио и наружной рекламы.

Методики сбора информации об аудитории эфирных СМИ. Особенности измерения аудитории прессы и Интернет-аудитории.

Классификация баз данных компании TNS, их назначение и характеристика: Marketing Index, TV Index, National Readership Survey, Radio Index, Gallup Net, RISC.

Проблемы медиаисследований в России.

Тема 4. Основные показатели медиаанализа.

Количественные показатели медиапланирования (объем достигаемой аудитории).

Показатели медиаэффектов отдельного носителя (рейтинг носителя, средний рейтинг за период, количество контактов с аудиторией; охватные характеристики аудитории: доля, охват, индекс соответствия и т.д. Охват (Reach) и специфика его расчета. Частота (Frequency). Показатели и примеры расчета рейтинга СМИ. Взаимосвязь показателей Rating, HUT и Share.

Показатели эффектов медиаплана: показатели медиаэффектов (суммарный рейтинг – GRP, сумма рейтингов в целевой группе – TRP); показатели финансовой эффективности кампании (цена за пункт – Cost per Point (CPP), цена за рейтинг – Cost per Rating (CPR), цена за тысячу контактов – Cost per Thousand (CPT)) и т.д.

Тема 5. Основы разработки медиаплана.

Понятие медиаплана. Основные этапы разработки медиаплана. 1 этап. Постановка цели разработки медиаплана. 2 этап. Определение целевой аудитории. Понятие целевой аудитории. Описание целевой группы коммуникации. 3 этап. Оценка рекламной деятельности конкурентов. 4 этап. Определение бюджета рекламной кампании. Понятие бюджета. Методы определения рекламного бюджета. 5 этап. Определение медиастратегии. Понятие медиастратегии. Понятие охвата и частоты рекламных контактов. Охват целевой аудитории, виды охватов, их характеристика и графическое изображение: для новых товаров: блиц-охват, клин-охват, обратный клин, «быстрая мода»; для существующих товаров: охват при обычном цикле покупок, схема известности, схема смещающегося охвата, схема сезонного опережения. Определение эффективного охвата. Концепции эффективной частоты: теория «трех ударов» Гелберта Кругмана; теорию трех показов Хьюберт Зельски; теория КолинаМак Доналда; теория одного контакта Джон Филипп Джонса; теория эффективной частоты Дж. Р. Россистера и Л. Перси; концепция непрерывного рекламного воздействия Эрвина Эфрона. 6 этап. Выбор медиа. Подходы к выбору медиа. Распределение бюджета по медианосителям. 7 этап. Подготовка медиаплана. Медиабриф: понятие и структура. Составление таблиц: медиаобсчета, графика размещения рекламы, бюджета рекламной кампании. 8 этап. Оценка эффективности медиаплана. Методы предварительного тестирования эффективности СМИ. Посттестирование эффективности использования СМИ:

Тема 6. Организация работ по медиапланированию и оценка его результатов.

Медиапланирование как составляющая организации и планирования рекламной деятельности. Процедуры медиапланирования. Организация рекламной деятельности рекламодателем. Документарное обеспечение медиапланирования. Контроль прохождения рекламной кампании в СМИ. Оценка эффективности рекламной кампании в СМИ

Применение прикладных профессиональных программ в медиапланировании. Обзор программных продуктов для целей медиапланирования: Galileo, SuperNova, MarkData Media Workstation, TV Planet, Schedule Builder, EXCOMMEDIAPLANER, ПРОБА-MEDIA и др.

Характеристика программного обеспечения Galileo, его разновидности, состав ПО, функции сервисных кнопок: ПО TV Planet, ПО PaloMars, ПО AdEx, ПО Super Nova. Общий алгоритм работы с ПО Galileo.

Планы практических занятий

Тема 1. Медиапланирование и его роль в рекламной кампании.

Место медиапланирования в маркетинговой деятельности фирмы.

Медиапланирование как бизнес-процесс.

Медиаплан и его связь с маркетинговым планом.

Тема 2. Средства массовой информации (СМИ) и рынок рекламы.

Характеристика рынка СМИ: Пресса. Телевидение. Радио. Интернет.

Рынок рекламы.

Особенности рекламы в различных медиа.

Тема 3. Исследования аудитории СМИ.

Методические аспекты медиаисследований.

Методы сбора информации.

Измерение аудитории СМИ.

Классификация баз данных компании TNS, их назначение и характеристика: Marketing Index, TV Index, National Readership Survey, Radio Index, Gallup Net, RISC.

Проблемы медиаисследований в России.

Тема 4. Основные показатели медиаанализа.

Показатели медиаэффектов отдельного носителя.

Показатели эффектов медиаплана

Тема 5. Основы разработки медиаплана.

Постановка цели разработки медиаплана.

Определение целевой аудитории. \

Оценка рекламной деятельности конкурентов.

Определение бюджета рекламной кампании.

Выбор медиа.

Подготовка медиаплана.

Тема 6. Организация работ по медиапланированию и оценка его результатов.

Организация рекламной деятельности рекламодателем.

Документарное обеспечение медиапланирования.

Оценка эффективности рекламной кампании в СМИ

Обзор программных продуктов для целей медиапланирования: Galileo, SuperNova, MarkData Media Workstation, TV Planet, Schedule Builder, EXCOMMEDIAPLANER, ПРОБА-MEDIA и др.

Темы лабораторных работ

1. Анализ СМИ как носителя рекламы по выданному плану – 2 тема (4 часа)
2. Маркетинговое исследование аудитории СМИ – 3 тема (4 часа)
3. Медиаанализ рекламной кампании – 4 тема (2 часа)
4. Разработка медиаобсчета по данным заказчика – 5 тема (2 часа)

5. Разработка плана размещения рекламы на радио при помощи функции Planner программы Super Nova. – 6 тема (2 часа)

Образцы средств для проведения текущего контроля

Примеры вопросов для устного опроса

Тема 1. Медиапланирование и его роль в рекламной кампании

1. Структура рекламной кампании.
2. Цели и задачи медиапланирования.
3. Характеристика и анализ исходных данных для медиапланирования – товар, целевая аудитория.
4. Информационная система медиапланирования.
5. Основные методы анализа маркетинговых ситуаций (ситуационный анализ, SWOT-анализ).
6. Анализ рынка товаров, каналов распространения товаров, целевой аудитории, конкурентов, рекламной активности конкурентов и т.п. Использование результатов анализа при медиапланировании.
7. Формулирование маркетинговых проблем, для решения которых требуется реклама и PR.
8. Преобразование маркетинговых требований в медиа цели.

Тема 2. Средства массовой информации (СМИ) и рынок рекламы

1. ТВ вещание в России: структура и характеристика.
2. Характеристика рынка печатных средств массовой информации в России и за рубежом.
3. Особенности развития радиовещания в России.
4. Развитие и характеристика рынка наружной рекламы в России.
5. Интернет как средство размещения рекламы.
6. Виды рекламных материалов в прессе. История исследования аудитории СМИ в России и за рубежом.
7. Понятия коммуникации. Типы, виды, формы и модели коммуникации.

Примерные задачи для решения

Тема 4. Основные показатели медиаанализа

Задача 1. В городе N проживает 1038,7 тыс. человек. Из них 8,94% мужчин в возрасте 35-44. Известно, что 33,0 тыс. мужчин в возрасте 35-44 слушали Радио V с 10.00 до 10.15. Вычислите рейтинг данного интервала времени для данной целевой группы.

Задача 2. Рейтинг передачи А составил 10%, при этом доля этой передачи составила 20%. Сколько всего людей смотрело телевизор в момент выхода передачи А в эфир, если в городе N проживает 1200,0 тыс. человек?

Задача 3. Рейтинг носителя А — 15%, а в целевой группе — 25%. Найти индекс соответствия.

Задача 4. В городе N проживает 1150,0 тыс. человек. Из них 250 тыс. человек смотрели передачу А. Известно, что для целевой группы индекс соответствия составил 120. Найти рейтинг передачи А в целевой группе и размер целевой группы, если ее численность в населении города составляет 300,0 тыс. человек.

Примерные кейсы

Тема 6. Организация работ по медиапланированию и оценка его результатов

Кейс 1. В начале весенне-летнего сезона компания ООО «Наш Текстиль», выпускающая спецодежду, разработала новые модели брюк и курток, отличающихся высокой прочностью и удобствами при проведении сельскохозяйственных работ. Компания планирует продать 10 000 шт. костюмов. Стоимость костюма от 560 руб. до 3,5

тыс. руб. ООО «Наш Текстиль» владеет небольшой сетью собственных магазинов «Спецодежда» в Екатеринбурге (2 магазина) и области (1 магазин в городе Каменск-Уральский). Менеджеры компании хорошо понимают, что при успешной рекламной кампании и маркетинговых мероприятиях их товар мог бы пользоваться большой популярностью у разных слоев населения. Для того чтобы увеличить продажи, ООО «Наш Текстиль» готово потратить на рекламу около 280 тыс. рублей (Екатеринбург+ регионы).

Задание:

1. Основываясь на какие факторы, вы будете строить рекламную стратегию? Перечислите.

2. Кто является целевой аудиторией рекламы спецодежды? Дайте характеристику.

3. Каковы основные этапы вашей стратегии продвижения новой торговой сети?

4. Какие средства маркетинговых коммуникаций вы выберете для продвижения спецодежды?

5. Определите основные и вспомогательные средства рекламы. Обоснуйте выбор.

6. Сделайте примерную разбивку бюджета для проведения рекламной кампании (формат «Excel»).

Кейс 2. Разработать медиаплан рекламной кампании. Целевая группа: мужчины 25-38. Товар — пена для бритья. Средство рекламы — радио. Период проведения — 2 недели. Формат радиоспота 30 сек. Время размещения 7.00-8.00.

Социально-демографические характеристики московской аудитории радиостанций и стоимость размещения (в долл. США)¹

Радиостанции	Рейтинг по генеральной совокупности, %	Рейтинг радиостанции среди мужчин 25-38, %	Стоимость размещения рекламы за 30 сек.
Радио России	19,1	3,7	330
Маяк	14,7	3,0	490
Русское радио (105,7 МГц)	11,9	19,4	240
Европа Плюс (106,2; 69,8 МГц)	8,3	17,4	200
Радио-7 (На семи холмах)	5,4	9,0	100
Радио канал «Говорит Москва»	5,2	2,1	90
Хит FM (107,4МГц)	5,0	16,3	100
Радио Максимум	4,8	18,3	210
Эхо Москвы (73,82 МГц, 91 МГц)	4,6	3,9	100
Серебряный дождь (100,1 МГц)	3,4	9,5	285
Радио Ностальжи	2,7	5,1	90
Радио Ретро (72,92 МГц)	2,5	1,1	80
Авторadio (68 МГц)	2,2	1,8	80
Радио Надежда	1,6	1,8	75
Деловая волна (105,2 МГц)	1,5	2,0	100
Открытое радио 2x2	1,5	3,5	100
Радио Москва	1,2	0,3	100
М-радио (71,3 МГц)	1,2	3,3	90
Радио 101	1,2	2,6	101
Радио Панорама (106,6 МГц)	0,7	4,8	80
Радио Классика (102,4 МГц)	0,7	2,7	70

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№	Темы	Формы СРС, включая требования к
---	------	---------------------------------

темы		подготовке к занятиям
1.	Медиапланирование и его роль в рекламной кампании.	Изучение материалов лекции по теме, чтение обязательной литературы, подготовка к устному опросу по вопросам темы, работа над эссе
2.	Средства массовой информации (СМИ) и рынок рекламы	Подготовка к практическим занятиям: чтение дополнительной литературы, подготовка к опросу и работа над презентацией
3.	Исследования аудитории СМИ	Изучение материалов лекции по теме, подготовка к опросу, подбор материала для выполнения творческого задания
4.	Основные показатели медиаанализа	Изучение материалов лекции по теме
5.	Основы разработки медиаплана	Изучение материалов лекции по теме, подготовка к выполнению творческого задания
6.	Организация работ по медиапланированию и оценка его результатов	Изучение материалов лекции по теме, подготовка к выполнению творческого задания и работа над презентацией

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Поиск ответов на вопросы для обсуждения по теме.
4. Изучение интернет-источников для подготовки к презентации

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся творческих работ, выступлении с презентациями, решении задач и защите лабораторных работ.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

6.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Форма проведения зачета– письменный ответ на два вопроса.

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Понятие медиапланирования. Цели и задачи медиапланирования.
2. Традиционные, новые СМИ и социальные медиа в системе информационного пространства.
3. Характеристика рынка СМИ. Пресса.
4. Характеристика рынка СМИ. Телевидение.
5. Характеристика рынка СМИ. Радио.
6. Структура рекламного рынка. Особенности рекламы в различных медиа.
7. Характеристика основных субъектов рынка рекламы в СМИ
8. Понятие и значение медиаисследований.
9. Классификация баз данных компании TNS, их назначение и характеристика.
10. Методы сбора информации при проведении медиаисследований.
11. Методы исследования аудитории прессы.
12. Методы исследования аудитории телевидения.
13. Методы исследования аудитории радио.
14. Количественные показатели медиапланирования
15. Понятие рейтинга, его расчет, факторы, влияющие на его величину. GRP и TRP.
16. Показатель «доля аудитории передачи» (Reach), его расчет.
17. Понятие и расчет показателя (частотат) (Frequency).

18. Ценообразование на рекламное время в СМИ.
19. Понятие и описание целевой аудитории.
20. Структура медиаплана.
21. Этапы разработки медиаплана
22. Методы формирования рекламного бюджета.
23. Оценка рекламной деятельности конкурентов.
24. Расчет показателей CPP, CPR, CPT, их взаимосвязь.
25. Методы определения рекламного бюджета.
26. Показатель «индекс соответствия», его значение и практическое применение.
27. Выбор рекламных носителей.
28. Виды охватов при рекламе новых и существующих товаров
29. Теории эффективной частоты.
30. Понятие медиастратегии.
31. Медиабриф: понятие и структура.
32. Оценка эффективности медиаплана: претест и посттест.
33. Современные прикладные программные продукты для медиапланирования.

6.2. Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1	ПК-3: Способность формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга.	<p>Знает практические аспекты определения, реализации и контроля выполнения задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга.</p> <p>Умеет формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга, с учетом специфики организации.</p>	Устный опрос, творческое задание, вопросы к зачету: 1-18, 24-29	<p>Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий.</p> <p>Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".</p>

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература:

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. 495 с. Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028523>. (Дата обращения: 25.05.2020).

2. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 486 с. - ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093675> (Дата обращения: 25.05.2020).

7.2. Дополнительная литература:

1. Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью: учебник / Е.А. Осипова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. 381 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1068921> (Дата обращения: 25.05.2020).

2. PR в сфере коммерции: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. И.М. Синяевой. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. 298с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1018359> (Дата обращения: 25.05.2020).

7.3. Интернет-ресурсы

www.cossa.ru — интернет-издание о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде.

www.advi.ru – российский журнал о творческом брендинге

<http://mediascope.net/> - медиа-измерения и мониторинга рекламы СМИ (TNS).

www.cheamedia.ru/ - сервис для планирования региональной рекламы он-лайн

www.advertology.ru – сайт о рекламе, маркетинге и PR

<http://www.mediaguide.ru/> Media Guide

<http://www.acvi.ru/> Аналитический Центр Видео Интернетшл

<http://www.mediageo.ru/> Атлас СМИ

www.gipp.ru ГИПП (сайт Гильдии издателей периодической печати)

<http://www.nat.ru> НАТ (Национальная ассоциация теле вещателей)

<http://www.pressaudit.ru> Национальная тиражная служба

<http://www.reklama-online.ru> Общероссийская система подачи рекламы в региональные СМИ «Реклама-ОНЛАЙН»

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>

Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>

Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам.

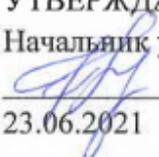
Лицензионное ПО:

платформа для электронного обучения Microsoft Teams.

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ
 Н.К. Федорова
23.06.2021

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВАЛЮТНО-КРЕДИТНЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, 38.03.01 Экономика
(очная форма обучения)

Бабурина Н.А. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения Рабочая программа для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» направленность (профиль): Прикладная экономика, форма обучения очная. Тюмень, 2020.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ: Международные валютно-кредитные и финансовые отношения [электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

© Тюменский государственный университет, 2020.

© Бабурина Н.А., 2020.

1. Пояснительная записка

Целью изучения дисциплины «Международные валютно-кредитные и финансовые отношения» выступает формирование у студентов целостной системы теоретических знаний о фундаментальных закономерностях развития международных финансов и валютно-кредитных отношений в условиях глобализации экономики для последующего применения их на практике.

Задачами дисциплины «Международные валютно-кредитные и финансовые отношения» являются:

1. Формирование системных знаний о:
 - сущности международных финансов и валютных отношений;
 - исторической обусловленности, закономерностях, структуре и принципах функционирования национальной, региональной и мировой валютных систем;
 - экономической природе и механизмах формирования валютного курса;
 - функциональном назначении и институциональной структуре валютного рынка;
 - валютных операциях, их видах и особенностях;
 - формах международных расчетов и их применении в международных экономических отношениях;
 - сущности, функциях, роли и видах международного кредита;
 - роли международных валютно-кредитных и финансовых организаций в мировой финансовой системе.
2. Выработка системного подхода к анализу современных международных финансов и валютно-кредитных отношений.
3. Развитие навыков анализа и интерпретации данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях в сфере международных валютно-кредитных и финансовых отношений, подготовки информационного обзора и аналитического отчета.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты обучения: (знаниевый/функциональный)
ПК-2: ПК-2: Способность применять статистический инструментарий для количественного выражения экономических закономерностей, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты.	ПК-2.	Знает источники информации, содержащие исходные данные для формирования экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов. Умеет собрать необходимые исходные данные хозяйствующего субъекта для проведения анализа.

2. Структура и объем дисциплины

Таблица 1

Вид учебной работы	Всего часов	Часов в семестре
--------------------	-------------	------------------

		6
Общий объем зач. ед. час.	4	4
	144	144
Из них:		
Часы аудиторной работы (всего):	50	50
Лекции	16	16
Практические занятия	34	34
Лабораторные/практические занятия по подгруппам	0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося	94	94
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф.зачет, экзамен)	Зачет	Зачет

3. Система оценивания

3.1. Для текущего контроля применяется 100-балльная система оценивания. Баллы проставляются за посещение практических занятий и активную работу на них, а также за выполненные работы по каждой теме дисциплины. Результаты текущего контроля учитываются при промежуточной аттестации. Перевод баллов в оценки осуществляется по следующей шкале: - от 0 до 60 баллов – «не зачтено»; - от 61 до 100 баллов – «зачтено». Обучающиеся, не набравшие достаточного количества баллов для оценки, сдают зачет. Форма проведения зачета – задание для зачета, включающее в себя теоретические вопросы по дисциплине, требующие устного ответа, и контрольные задачи.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			Иные виды контактной работы
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные/практические занятия по подгруппам	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Мировые финансы и мировой финансовый рынок	16	2	4	0	0
2.	Валютные отношения и форма их организации	30	2	8	0	0
3.	Валютный рынок	28	4	4	0	0
4.	Валютные операции	16	2	4	0	0
5.	Международные расчеты	16	2	4	0	0
6.	Международный кредит как экономическая	16	2	4	0	0

	категория					
7.	Международные валютно-кредитные организации	22	2	6	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

Тема 1. Мировые финансы и мировой финансовый рынок

Мировые финансы и трансформация их роли в экономике. Генезис мировых финансов в условиях глобальных экономических изменений. Международные публичные и международные частные финансы. Международные финансовые ресурсы. Финансовая глобализация: сущность и влияние на международный бизнес. Мировые финансовые кризисы.

Экономическая природа, функциональное назначение мирового финансового рынка. Субъекты мирового финансового рынка. Сегменты мирового финансового рынка. Мировой валютный, кредитный, страховой рынок, рынок ценных бумаг и производных финансовых инструментов. Этапы формирования и современное развитие мирового финансового рынка.

Тема 2. Валютные отношения и форма их организации

Валютные отношения как основа международных финансов. Валютные отношения: содержание и уровни организации. Субъекты валютных отношений. Правовое регулирование валютных отношений.

Валютная система как форма организации валютных отношений. Виды и структурирующие элементы валютно-финансовых систем.

Организация валютных отношений на основе межгосударственного регулирования. Ретроспектива развития мировой валютной системы и ее влияние на изменение международного бизнеса. Концепции трансформации структурных принципов мировой валютной системы в современных исторических и политических условиях.

Региональный уровень организации валютных отношений. Валютная интеграция: предпосылки, эффекты, примеры.

Организация валютных отношений в рамках национальной экономики. Ключевые детерминанты трансформации валютных отношений на государственном уровне в условиях либерализации валютно-финансовых отношений и глобализации мировой экономики.

Тема 3. Валютный рынок

Валютный рынок в широком смысле слова и в узком понимании. Валютный рынок с институциональной и организационной точек зрения. Факторы, способствующие формированию валютного рынка. Функции валютного рынка. Особенности современного валютного рынка.

Классификация валютного рынка: по сфере распространения, по отношению к валютным ограничениям, по видам режимов валютных курсов, по степени организованности, по формам расчетов, по срокам осуществляемых валютных операций, по объемам сделок, по наличию посредника, по характеру валютных операций.

Участники валютного рынка и их характеристика. Классификация участников валютного рынка: с экономической точки зрения, с институциональной точки зрения, по степени коммерческого риска, по степени организованности, по степени воздействия на состояние рынка.

Валюта как объект валютного рынка. Содержание и сфера применения понятия «валюта». Классификация валют: по принадлежности; по отношению к валютным запасам

страны, по принципу построения; по степени конвертируемости; по видам валютных операций; по степени стабильности; по материально-вещественной форме. Характеристика видов валют по каждому классификационному признаку.

Ценообразование на валютном рынке. Валютный курс как стоимостная категория. Целесообразность исчисления валютного курса. Режим валютного курса: понятие и виды. Режим фиксированных курсов. Режим плавающих валютных курсов. Промежуточные режимы валютного курса. Факторы, влияющие на формирование валютного курса: конъюнктурного и структурного характера.

Классификация валютных курсов. Характеристика видов валютных курсов: по методу валютной котировки; по способу фиксации; по отношению к паритету покупательной способности валют; по виду валютной сделки; по способу установления; по наличию котировки на валютном рынке; по отношению к участникам валютной сделки; в зависимости от учета инфляции. Теории регулирования валютных курсов и их основные положения.

Тема 4. Валютные операции

Содержание валютных операций. Валютная позиция: виды и характеристика. Классификация валютных операций: по содержанию, по срокам исполнения.

Кассовые валютные сделки. Дата валютирования. Сделки спот, tom, tod. Кассовые сделки при асимметричных датах валютирования. Спот курс.

Срочные валютные сделки и их особенности. Валютный форвард: содержание, основные черты и цель заключения. Виды форвардных контрактов: форвардный контракт с полной поставкой и расчетный форвардный контракт. Форвардный курс. Форвардная маржа. Правило большого пальца. Методы котировки форвардного курса.

Валютный фьючерс. Сравнительная характеристика валютного форварда и фьючерса. Особенности рынка валютных фьючерсов. Фьючерсная маржа: начальная и вариационная.

Валютный опцион: содержание и отличительные черты. Участники опционной сделки. Опционный курс. Опционный срок. Виды валютных опционов: опцион на покупку, опцион на продажу, двойной опцион. Стили исполнения опционов: американский и европейский. Расчет дохода по опциону.

Операции своп на валютном рынке: содержание и виды. Валютный своп. Дата валютирования и дата окончания свопа. Buy/sell своп и sell/buy своп. Виды валютного свопа по срокам. Процентный своп. Нога свопа. Валютно-процентный своп.

Арбитражные сделки с валютой: содержание и виды. Валютный арбитраж: пространственный и временной. Процентный арбитраж: арбитраж с форвардным покрытием и без форвардного покрытия.

Тема 5. Международные расчеты

Понятие международных расчетов, условия их осуществления. Корреспондентские отношения и виды корреспондентских счетов: ЛОРО, НОСТРО. Участники международных расчетов. Особенности международных расчетов. Валютно-финансовые и платежные условия внешнеторгового контракта: валюта цены и способ ее установления, валюта платежа, курс пересчета при несовпадении валюты цены и валюты платежа, условия платежа, формы международных расчетов.

Банковский перевод: содержание и виды. Порядок расчета банковским переводом. Способы осуществления банковского перевода. Преимущества и недостатки банковского перевода.

Унифицированные правила по инкассо. Финансовые и коммерческие документы. Виды инкассо: чистое инкассо и документарное инкассо. Стороны по инкассо. Основные виды документарного инкассо. Механизм осуществления инкассовой формы расчетов. Преимущества и недостатки документарного инкассо.

Документарный аккредитив. Унифицированные правила и обычаи для документарных аккредитивов. Механизм осуществления аккредитивной формы расчетов. Принципы приема банком документов при документарном аккредитиве. Формы документарного аккредитива. Преимущества и недостатки документарного аккредитива.

Тема 6. Международный кредит как экономическая категория

Сущность и функции международного кредита как экономической категории. Принципы международного кредита. Стороны международного кредита. Роль международного кредита в экономике.

Формы международного кредита и их классификация: по источникам, по назначению, по видам, по валюте займа, по срокам, по сфере функционирования, по обеспечению, в зависимости от техники предоставления, в зависимости от категории кредитора.

Сущность и назначение коммерческого (фирменного) кредита, его характеристика. Основные виды и формы предоставления коммерческого кредита: продажа товара с рассрочкой платежа, вексельный кредит, кредит по открытому счету, аванс. Банковский международный кредит, его преимущества. Виды банковского международного кредита, их сущность и назначение. Финансирование внешнеторговых операций с помощью лизинга, факторинга, форфейтинга.

Тема 7. Международные валютно-кредитные организации

Цели, принципы и характеристика международных финансовых институтов. Причины возникновения и предпосылки развития международных валютно кредитных и финансовых организаций, их роль в мировой экономике.

Международный валютный фонд (МВФ). Цель учреждения и функционирования МВФ. Организационная структура МВФ. Формирование ресурсов МВФ. Роль и место МВФ в международных валютно кредитных отношениях. Основные направления деятельности МВФ.

Группа Всемирного банка, ее характеристика и структура: Международный банк реконструкции и развития (МБРР); Международная ассоциация развития (МАР); Международная финансовая корпорация (МФК); Международное агентство по гарантированию инвестиций (МАГИ); Международный центр по урегулированию инвестиционных споров (МЦУИС).

Банк международных расчетов: цели создания, задачи, функции, роль в мировой валютной системе.

Европейский банк реконструкции и развития (ЕБРР). История возникновения и организационная структура. Цель и задачи функционирования. Кредитно-инвестиционная политика ЕБРР.

Планы практических занятий

Тема 1. Мировые финансы и мировой финансовый рынок

1. Сущность мировых финансов и мировых финансовых ресурсов.
2. Влияние глобализации на трансформацию сущности и роли мировых финансов в экономике.
3. Мировой финансовый рынок и его структура.
4. Участники мирового финансового рынка.

Тема 2. Валютные отношения и форма их организации

1. Понятие «валютные отношения» и уровни их организации.
2. Валютная система: понятие, виды и элементы.
3. Мировая валютная система: эволюция и современные принципы организации.

4. Трансформация валютных отношений на уровне региональной экономики и валютная интеграция в Европе.
5. Национальная валютная система: трансформация в условиях глобальных экономических изменений.

Тема 3. Валютный рынок

1. Понятие и функции валютного рынка
2. Классификация валютных рынков
3. Участники валютного рынка
4. Понятие «валюта». Классификация валют
5. Валютный курс: понятие, целесообразность исчисления и факторы определяющие
6. Классификация валютных курсов
7. Теории регулирования валютного курса

Тема 4. Валютные операции

1. Понятие и виды валютных операций
2. Кассовые валютные операции (операции спот)
3. Валютный форвард
4. Валютный фьючерс
5. Валютный опцион
6. Операции своп
7. Арбитражные сделки с валютой

Тема 5. Международные расчеты

1. Понятие международных расчетов и их особенности
2. Банковский перевод
3. Документарное инкассо
4. Документарный аккредитив

Тема 6. Международный кредит как экономическая категория

1. Сущность международного кредита и его роль в экономике
2. Формы международного кредита

Тема 7. Международные валютно-кредитные организации

1. Роль международных валютно-кредитных организаций в мировой валютной системе
2. Международный валютный фонд
3. Группа Всемирного банка
4. Банк международных расчетов
5. Европейский банк реконструкции и развития

Образцы средств для проведения текущего контроля

Темы эссе

1. Детерминанты развития валютных отношений: трансформация в ретроспективе.
2. Исторические и современные факторы, определяющие развитие валютных отношений.
3. Развитие валютных отношений ретроспективе и на современном этапе: факторы влияния.
4. Валютная интеграция в Европе: вызовы и перспективы
5. Детерминанты нестабильности Еврозоны в современных условиях.
6. Угрозы стабильности Еврозоны на современном этапе

Перечень вопросов для подготовки к дискуссии «Финансовая глобализация: за и против»

1. Что представляет собой глобализация?
2. Что такое финансовая глобализация?
3. Каково влияние финансовой глобализации на экономику и мировую финансовую систему?
4. Какие угрозы и вызовы влечет за собой финансовая глобализация для экономических субъектов?
5. Какие перспективы открывает финансовая глобализация?

Перечень вопросов для подготовки к дебатам по концепциям развития мировой валютной системы

1. В чем заключается рассматриваемая концепция?
2. Кто выступает сторонниками данной концепции?
3. Каковы преимущества рассматриваемой концепции по сравнению с другими?
4. Существуют ли недостатки рассматриваемой концепции и в чем они заключаются?
5. Применялась ли данная концепция ранее в рамках эволюции мировой валютной системы?
6. Возможно ли применение данной концепции в современных экономических условиях?

Темы докладов

1. Криптовалюты: особенности обращения и проблемы регулирования.
2. Валютный курс российского рубля и факторы его определяющие.
3. Валютная политика в системе регулирования валютных отношений и ее влияние на международный бизнес.
4. Валютная политика РФ в современных экономических условиях
5. Влияние валютно-финансовой интеграции на развитие международного бизнеса.
6. Развитие валютно-финансового сотрудничества стран Евразийского экономического союза.
7. Проблемы использования международных расчетов во внешнеторговых операциях в условиях экономического кризиса
8. Особенности функционирования платежной системы TARGET (платежная система на выбор студента - SIC, CHIPS, Euro1 и пр.).
9. SWIFT: история развития и особенности функционирования в современных условиях.
10. Взаимодействие SWIFT с национальными и международными платежными системами.
11. Ценные бумаги как инструменты финансирования международного бизнеса.
12. Особенности банковского финансирования международного бизнеса.
13. Проектное финансирование международного бизнеса: проблемы и перспективы.
14. Лизинг и его роль в финансировании международного бизнеса в современных экономических условиях.
15. Факторинг как форма финансирования международного бизнеса: особенности развития на современном этапе.
16. Форфейтинг: проблемы применения в международном бизнесе.
17. Финансирование инновационной деятельности субъектов международного бизнеса в современных экономических условиях.
18. Анализ деятельности Международного валютного фонда в мировой валютной системе.
19. Группа Всемирного банка: структура и значение в мировой валютной системе.
20. Оценка деятельности и перспектив развития Банка международных расчетов.
21. Региональные банки развития: назначение и особенности функционирования.

1. Форма организации и регулирования валютных отношений, закрепленная национальным законодательством или межгосударственными соглашениями, – это _____ система.
- 1) денежная
 - 2) валютная
 - 3) финансовая
 - 4) кредитная
2. Юридическое регулирование валютных отношений осуществляется с помощью:
- 1) валютных ограничений
 - 2) валютного законодательства
 - 3) валютных допущений
 - 4) валютных постановлений
3. Режим курса национальной валюты является элементом _____ валютной системы.
- 1) мировой
 - 2) региональной
 - 3) национальной
 - 4) областной
4. Совокупность форм, методов, рычагов и инструментов воздействия государства, национальных и международных финансовых и валютно-кредитных органов и организаций на валютные отношения:
- 1) валютная система
 - 2) валютный рынок
 - 3) валютный механизм
 - 4) валютная политика
5. В статьях соглашения о Международном валютном фонде в 1944 году были оформлены принципы _____ валютной системы.
- 1) Парижской
 - 2) Генуэзской
 - 3) Бреттон-Вудской
 - 4) Ямайской
6. Официальная демонетизация золота произошла в период функционирования _____ валютной системы.
- 1) Парижской
 - 2) Генуэзской
 - 3) Бреттон-Вудской
 - 4) Ямайской
7. По срокам осуществляемых валютных операций валютный рынок делится на:
- 1) оптовый и розничный
 - 2) текущий и срочный
 - 3) наличный и безналичный
 - 4) свободный и несвободный
8. Хеджер на валютном рынке стремится к:
- 1) максимизации прибыли
 - 2) минимизации риска
 - 3) увеличению объема торгов
 - 4) достижению высокой конкурентной позиции
9. Чем выше темп инфляции в стране, при нивелировании влияния других факторов, тем _____ курс национальной валюты.
- 1) выше
 - 2) ниже
 - 3) стабильнее

- 4) менее прогнозируем
10. Соотношение между двумя валютами, которое вытекает по отношению к третьей валюте – это:
- 1) кросс-курс
 - 2) форвардный курс
 - 3) спот курс
 - 4) маржа

Типовые задачи

Задача 1.

Для приобретения оборудования иностранного партнера российская нефтяная компания должна приобрести 2 000 000 долларов США. Одним из коммерческих банков был предложен курс доллара США к российскому рублю:

S_k USD/RUR	56,3709	56,3845
---------------	---------	---------

По какому из этих курсов будет произведена покупка долларов США компанией и сколько ей понадобится российских рублей для совершения этой сделки?

Задача 2.

Коммерческий банк установил следующие курсы валют:

S_k USD/RUR	56,5112	56,5274
---------------	---------	---------

Найти:

1. Сколько российских рублей будет получено клиентом при обмене 150 долларов США.
2. Сколько российских рублей необходимо клиенту для приобретения 150 долларов США.
3. Сколько долларов США будет получено клиентом при обмене 1500 российских рублей.
4. Сколько долларов США необходимо продать клиенту, чтобы получить 1500 российских рублей.

Задача 3.

Коммерческий банк выставил следующие котировки валют:

S_k USD/EUR	0,8745	0,8757
---------------	--------	--------

Определить курсовой спрэд в абсолютном и относительном выражении.

Задача 4.

Коммерческий банк объявил следующие котировки валют:

S_k USD/RUR	55,7310	55,8711
---------------	---------	---------

S_k EUR/RUR	68,0359	68,0786
---------------	---------	---------

Определить кросс-курс покупки и продажи доллара к евро.

Задача 5.

Коммерческий банк установил собственные курсы валют (GBR/RUR, USD/RUR, EUR/RUR) и имел на начало рабочего дня открытую короткую позицию по GBR (150), открытую длинную позицию по USD (470), открытую длинную позицию по EUR (320).

В течение операционного дня банк купил 2730 GBR за EUR, продал 1500 USD за рубль, купил 1700 EUR за USD, купил 750 USD за GBR.

Определите валютные позиции по каждой валюте, и определите совокупную валютную позицию на конец рабочего дня.

Какие операции необходимо сделать для достижения коммерческим банком закрытых позиций по валютам?

Задача 6.

Коммерческий банк приобретает по 6 месячному форварду 1 000 000 американских долларов за рубли. Даны следующие курсы валют:

S_k USD/RUR	53,4519	53,5148
<i>FM</i>	0,0871	0,0967

Определить форвардный курс и результат форвардной сделки для банка (экономия или дополнительные затраты), если спот курс американского доллара к российскому рублю через 6 месяцев составит:

S_k через 6 мес. USD/RUR	53,5119	53,5764
----------------------------	---------	---------

Задача 7.

Коммерческий банк продает GBR по форварду с поставкой через 6 месяцев.

S_k GBR/RUR	89,2807	89,3403
---------------	---------	---------

% ставка по GBR - 8% годовых;

% ставка по RUR - 13% годовых.

Определить форвардный курс по этой сделке.

Задача 8.

Коммерческий банк приобретает 3 000 000 USD за AUD. Сколько ему понадобится AUD, чтобы купить данное количество USD по 3 месячному форварду, если даны следующие котировки валют:

S_k USD/RUR	51,5567	51,5594
<i>FM</i>	0,4531	0,4579
S_k AUD/RUR	47,2503	47,2671
<i>FM</i>	0,4147	0,3954

Задача 9.

Коммерческий банк выступает держателем 3 месячного опциона на продажу 1 500 000 CAD.

S_k CAD/RUR	47,2557	47,4989
3 месяца	0,5111	0,4299

Премия составляет 0,2 RUR за CAD.

Определить цену страйк и результат сделки для коммерческого банка, если спот курс через три месяца составит:

1) CAD/RUR	49,1156	49,2931
2) CAD/RUR	47,2359	47,4503
3) CAD/RUR	45,1345	45,1756

Задача 10.

Коммерческий банк выступает надписателем 6 месячного опциона на покупку 2 700 000 USD. По данной сделке установлены следующие курсы валют:

S_k USD/RUR	55,2587	55,4956
6 месяцев	0,2654	0,2376

Премия составляет 0,15 RUR за USD.

Определить цену страйк и результат сделки для банка, если спот курс через шесть месяцев составит:

1) USD/RUR	56,1156	56,2931
2) USD/RUR	55,2359	55,4503
3) USD/RUR	54,5387	54,5503

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1.	Мировые финансы и мировой финансовый рынок	Проработка лекций, чтение обязательной и дополнительной литературы, знакомство с содержанием электронных источников, подготовка к дискуссии.
2.	Валютные отношения и форма их организации	Проработка лекций, чтение обязательной и дополнительной литературы, знакомство с содержанием электронных источников, написание эссе, подготовка к дебатам, составление инфографики по этапам эволюции валютно-финансовых систем.
3.	Валютный рынок	Проработка лекций, чтение обязательной и дополнительной литературы, знакомство с содержанием электронных источников, написание доклада и подготовка к презентации
4.	Валютные операции	Проработка лекций, чтение обязательной и дополнительной литературы, знакомство с содержанием электронных источников
5.	Международные расчеты	Проработка лекций, чтение обязательной и дополнительной литературы, знакомство с содержанием электронных источников, написание доклада и подготовка к презентации
6.	Международный кредит как экономическая категория	Проработка лекций, чтение обязательной и дополнительной литературы, знакомство с содержанием электронных источников, написание доклада и подготовка к презентации
7.	Международные валютно-кредитные организации	Проработка лекций, чтение обязательной и дополнительной литературы, знакомство с содержанием электронных источников, написание доклада и подготовка к презентации

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы, электронных источников
3. Ответы на пункты плана для практических занятий
4. Разбор практических примеров, продемонстрированных на лекциях и решенных на практических занятиях

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся теста и сдачи других видов работ.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

6.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Форма проведения зачета – задание для зачета, включающее в себя теоретические вопросы по дисциплине, требующие устного ответа, и контрольные задачи.

Перечень вопросов для подготовки к зачету:

1. Международные финансы: содержание и тенденции развития.
2. Сущность и виды мирового финансового рынка.
3. Мировая валютная система как форма организации валютных отношений.
4. Эволюция и современное состояние мировой валютной системы.
5. Опыт функционирования и современное состояние Европейской валютной системы.
6. Валюта: содержание и виды.
7. Валютный рынок как система сложившихся экономических и организационных отношений, его виды и функции.
8. Участники валютного рынка.
9. Валютный курс как финансовая категория.
10. Виды валютного курса.
11. Валютная котировка: определение и методы.
12. Теории регулирования валютного курса.
13. Валютные операции: сущность и виды. Валютная позиция.
14. Кассовые (наличные) сделки с иностранной валютой.
15. Форвардные сделки с иностранной валютой.
16. Фьючерсные сделки с иностранной валютой.
17. Опционные сделки с иностранной валютой.
18. Сделки "своп" с иностранной валютой.
19. Арбитраж как валютная операция.
20. Международные расчеты и их формы.
21. Банковский перевод как форма международных расчетов.
22. Документарное инкассо как форма международных расчетов.
23. Документарный аккредитив как форма международных расчетов.
24. Рыночное и государственное регулирование валютной системы.
25. Международный кредит: сущность, функции и основные формы.
26. Балансы международных расчетов: виды и их характеристика.
27. Методологические основы построения платежного баланса.
28. Измерение сальдо платежного баланса.
29. Регулирование платежного баланса: концепции и методы.
30. Платежный баланс РФ.
31. Основы функционирования Международного валютного фонда.
32. Характеристика и структура Группы Всемирного банка.
33. Направления деятельности региональных банков развития.
34. Валютно-кредитные и финансовые организации Европейского союза.
35. Цели и задачи Банка международных расчетов.

Пример контрольных задач.

Задача 1.

Коммерческий банк установил следующие курсы валют:

S_k EUR/RUR 72,8639 73,9375

Найти:

1. Сколько российских рублей отдаст банк при обмене 500 евро клиента.
2. Сколько российских рублей будет получено банком при продаже 500 евро клиенту.
3. Сколько евро продаст банк при обмене 35 000 российских рублей клиента.
3. Сколько евро будет получено банком, если клиент при обмене получит 35 000 российских рублей.

Задача 2.

Коммерческий банк объявил следующие котировки валют:

S _к USD/JPY	2,4356	2,8754
S _к EUR/JPY	3,7389	3,9796

1. Определить кросс-курс покупки и продажи доллара США к евро.
2. Определить кросс-курс покупки и продажи евро к доллару США.

Задача 3.

Компания покупает по 3 месячному форварду 3 500 000 американских долларов за рубли. Банком контрагентом даны следующие курсы валют:

S _к USD/RUR	56,3118	56,8456
FM	0,0654	0,0453

Определить форвардный курс и результат форвардной сделки для компании (экономия или дополнительные затраты), если спот курс американского доллара к российскому рублю составит:

S _к через 3 мес. USD/RUR	56,9185	57,1791
-------------------------------------	---------	---------

6.2. Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1.	ПК-2: Способность применять статистический инструментарий для количественного выражения экономических закономерностей, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты.	Знает источники информации, содержащие исходные данные для формирования экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов. Умеет собрать необходимые исходные данные хозяйствующего субъекта для проведения анализа.	Задание для зачета	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература:

1. Авагян, Г. Л. Международные валютно-кредитные отношения [Электронный ресурс]: Учебник/Авагян Г. Л., Вешкин Ю. Г., 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 704 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/518978> (Дата обращения: 21.05.2020)

7.2. Дополнительная литература:

1. Авдокушин, Е. Ф. Международные финансовые отношения (основы финансовики) [Электронный ресурс] / Авдокушин Е.Ф. - Москва : Дашков и К, 2017. - 132 с URL: <https://znanium.com/catalog/product/415190> (Дата обращения: 21.05.2020)
2. Баранова, А. Ю. Мировая экономика и финансовые отношения в условиях глобализации [Электронный ресурс]: Учебное пособие / А.Ю. Баранова. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 106 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/425619> (Дата обращения: 21.05.2020)
3. Кузнецова, В. В. Международные валютно-кредитные отношения. Практикум [Электронный ресурс]: Учебное пособие для академического бакалавриата/Кузнецова В.В. - М.: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 264 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1026442> (Дата обращения: 21.05.2020)
4. Кучеров, И. И. Валютно-правовое регулирование в Российской Федерации: эволюция и современное состояние [Электронный ресурс]: Монография / И.И. Кучеров. - Москва : НИЦ ИНФРА-М: ИЗиСП, 2013. - 234 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/442511> (Дата обращения: 21.05.2020)
5. Международные финансы [Электронный ресурс]: Учебное пособие / В.С. Золотарев, О.М. Кочановская, Е.Н. Карпова, А.Я. Черенков. - 3-е изд., доп. и перераб. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=429036> (Дата обращения: 21.05.2020)

7.3. Интернет-ресурсы

1. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>
2. Официальный сайт Банка международных расчетов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bis.org/>
3. Официальный сайт Всемирного банка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.worldbank.org>
4. Официальный сайт Всемирной торговой организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wto.org>
5. Официальный сайт Европейского банка реконструкции и развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ebrd.com>
6. Официальный сайт Института современного развития (ИНСОП) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://insor-russia.ru>
7. Официальный сайт Института экономической политики имени Е.Т. Гайдара [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iep.ru>
8. Официальный сайт Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctad.org>
9. Официальный сайт Международного валютного фонда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.imf.org>
10. Официальный сайт Международной торговой палаты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iccwbo.org/>
11. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru>

12. Официальный сайт СРО Национальная финансовая ассоциация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://new.nfa.ru/>
13. Официальный сайт Правительства РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.government.gov.ru>
14. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
15. Официальный сайт Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.forecast.ru/>
16. Официальный сайт Центра стратегических разработок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.csr.ru>
17. Официальный сайт Банка России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru>.
18. Официальный сайт Экономической экспертной группы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eeg.ru>
19. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>

Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>

Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам.

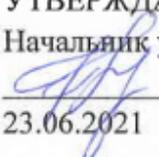
Лицензионное ПО:

платформа для электронного обучения MicrosoftTeams.

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ

Н.К. Федорова
23.06.2021

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(очная форма обучения)

Симонова Л.М. Международный менеджмент. Рабочая программа для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, очная, заочная формы обучения. Тюмень, 2020.

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень высшего образования бакалавриат), утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ от 12.01.2016 №7.

Рабочая программа дисциплины (модуля) опубликована на сайте ТюмГУ: Управленческая экономика [электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

© Тюменский государственный университет, 2020.

© Симонова Л.М., 2020.

1. Пояснительная записка

Цель курса – раскрыть теоретические основы менеджмента международной компании на всех его уровнях (стратегическом, оперативном и тактическом), проанализировать практический опыт ряда ведущих международных корпораций как по освоению и закреплению на новых рынках, так и по принимаемым в них организационным, структурным и ресурсным управленческим решениям.

Задачи изучения дисциплины:

- формирование системы знаний о развитии международного менеджмента в глобальной экономике;
- изучение теоретико-методологических подходов к исследованию моделей, технологий и инструментария управления международным бизнесом;
- приобретение навыков решения экономических и управленческих задач по управлению международными деловыми операциями;
- освоение основных приемов анализа международной деятельности компании и совершенствования ее системы управления.

1.1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты обучения: (знаниевый/функциональный)
ПК-1: Способность осуществлять стратегический анализ, участвовать в разработке и реализации корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий.	ПК-1.	Знает практические аспекты осуществления стратегического анализа, разработки и реализации корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий. Умеет применять методы стратегического анализа, технологию разработки и реализации корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий при решении управленческих задач с учетом специфики организации.
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	УК-5.	Знает о наличии межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-

		историческом, этическом и философском контекстах.
--	--	---

2. Структура и объем дисциплины

Таблица 1

Вид учебной работы	Всего часов	Часов в семестре
		5
Общий объем зач. ед. час.	4	4
	144	144
Из них:		
Часы аудиторной работы (всего):	50	50
Лекции	16	16
Практические занятия	34	34
Лабораторные/практические занятия по подгруппам	0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося	94	94
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф.зачет, экзамен)	Зачет	Зачет

3. Система оценивания

3.1. Для текущего контроля применяется 100-балльная система оценивания. Баллы проставляются за посещение практических занятий и активную работу на них, а также за выполненные письменные творческие и тестовые задания по каждой теме дисциплины. Результаты текущего контроля учитываются при промежуточной аттестации. Перевод баллов в оценки осуществляется по следующей шкале: от 91 до 100 баллов – «отлично»; от 76 до 90 баллов – «хорошо»; от 61 до 75 баллов – «удовлетворительно». Обучающиеся, не набравшие достаточного количества баллов для оценки, сдают зачет. Форма проведения зачета – контрольная работа, которая включает тестовое задание по всему изученному материалу и оценивается максимально в 100 баллов. Фактическое количество баллов определяется отношением правильно выполненных тестовых заданий к общему их количеству.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 3

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			Иные виды контактной работы
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные/практические занятия по подгруппам	

1	2	3	4	5	6	7
1.	Глобализация экономики: новые возможности международного бизнеса и задачи международного менеджмента. Превращение национальной модели менеджмента в международную	20	2	4	0	0
2.	Анализ внешней среды международного бизнеса и управление рисками ведения международных деловых операций. Адаптация международной фирмы к условиям деятельности в принимающей стране	20	2	4	0	0
3.	Причины, мотивы и модели интернационализации бизнеса в фирме. Стратегические подходы в международном менеджменте	20	4	6	0	0
4.	Международные корпорации и финансовые группы в мировой экономике: особенности управления и организационного развития	21	2	6	0	0
5.	Слияния и поглощения как стратегия корпоративного роста международной компании. Современные тенденции международного рынка слияний и поглощений компаний	21	2	4	0	0
6.	Специфика формирования, управления и развития международных совместных предприятий	21	2	4	0	0
7.	Международные стратегические альянсы как феномен глобальной экономики	21	2	6	0	0

	Итого (часов)	144	16	34	0	0
--	---------------	-----	----	----	---	---

1.2. Содержание дисциплины (*модуля*) по темам

Тема 1. Глобализация экономики: новые возможности международного бизнеса и задачи международного менеджмента. Превращение национальной модели менеджмента в международную.

Экономический смысл глобализации. Глобализация как высшая стадия интернационализации и высший этап интеграции. Интернационализация воздействия производства и потребления на мировую экосистему. Социальные последствия глобализации.

Глобализация и необходимость формирования новой модели менеджмента: эволюция международной модели менеджмента и ее отличия от национальной. Задачи международного менеджмента и требования, предъявляемые к глобальному менеджеру. Профессиональные качества менеджера международного класса. Смена парадигмы менеджмента в контексте глобализации. Особенности и современные тенденции международного менеджмента

Тема 2. Анализ внешней среды международного бизнеса и управление рисками ведения международных деловых операций. Адаптация международной фирмы к условиям деятельности в принимающей стране

Основные компоненты внешней среды международного бизнеса. Политический и экономический анализ бизнес-окружения в стране размещения. Профиль внешней среды. Виды рисков. События микро- и макрополитического (экономического) риска. Правовая система страны размещения.

Риск-менеджмент в международной фирме Способы минимизации рисков ведения международных деловых операций.

Методы адаптации к условиям предпринимательской деятельности за рубежом: к иностранным обычаям, культурным особенностям, принятым стандартам.

Тема 3. Причины, мотивы и модели интернационализации бизнеса в фирме. Стратегические подходы в международном менеджменте.

Мотивация интернационализации деятельности фирм и их подготовка к ведению операций на международных рынках. Причины выхода фирм на международные рынки. Специфика международного предпринимательства. Подготовка российских предприятий для успешной деятельности на международных рынках

Модель интернационализации деятельности фирмы. Теории интернационализации. Этапы (стадии) интернационализации: цели, ключевые решения и инструменты управления. Стратегии проникновения международных компаний на российский рынок. Модель интернационализации российских фирм.

Стратегические подходы в международном менеджменте: меню и проблема выбора. Интернациональная, мультинациональная, транснациональная и глобальная стратегии международного бизнеса: анализ преимуществ, недостатков, областей функционального применения и системы ограничений.

Тема 4. Международные корпорации и финансовые группы в мировой экономике: особенности управления и организационного развития.

Понятие ТНК и их роль в мировой экономике. Эволюция ТНК и их особенности. Предпосылки формирования глобальных ТНК. Модель и индекс транснационализации. Глобальный монополизм и его следствия.

Организационное строение ТНК и их классификация. Конкурентные преимущества международных корпораций и способы их обретения

Страновой и региональный анализ деятельности международных ФПП (американские ТНК, европейские, индустриально развитых стран Азии и России).

Тема 5. Слияния и поглощения как стратегия корпоративного роста международной компании. Современные тенденции международного рынка слияний и поглощений компаний.

Основные интеграционные стратегии компаний: внешние причины, мотивы и цели. Выбор интеграционной стратегии. Риски приобретения компаний. Компания как объект поглощения.

Стратегия слияний и поглощений и стратегия органического роста: сравнительный анализ. Значимые проблемы и последствия слияний и поглощений.

Современные тенденции международного рынка слияний и поглощений компаний. Факторы активизации процессов слияний и поглощений. Крупнейшие мегасделки современности. Эффективность трансформационных сделок. Специфика трансформационных сделок в России.

Тема 6. Специфика формирования, управления и развития международных совместных предприятий

Совместное предпринимательство в международном бизнесе. Формы совместного предпринимательства и их характерные особенности (консорциумы, аукционные общества, международные экономические организации, свободные экономические зоны, совместные предприятия).

Цели создания предприятий с иностранными инвестициями. Международные совместные предприятия: особенности формирования, управления и развития. Виды международных совместных предприятий. Баланс сил и баланс интересов. Эффективность управления в МСП: факторы успеха и рисков. Отличия МСП от других форм стратегических альянсов.

Тема 7. Международные стратегические альянсы как феномен глобальной экономики

Глобализация и динамика формирования стратегических альянсов, их эволюция.

Формирование стратегических альянсов. Феномен альянса, его сущность. Цели и мотивы поведения партнеров. Основные формы МСА. Отраслевые особенности альянсов.

Риски и эффективность в МСА. Факторы успешной деятельности СА.

Планы семинарских занятий

Тема 1. Глобализация экономики: новые возможности международного бизнеса и задачи международного менеджмента. Превращение национальной модели менеджмента в международную

1. Основные направления глобализации экономики и ее социальные последствия.

2. Глобализация и необходимость формирования новой модели менеджмента: превращение национальной модели в международную (эволюция международной модели менеджмента и ее отличия от национальной)

3. Задачи международного менеджмента и требования, предъявляемые к глобальному менеджеру

Тема 2. Анализ внешней среды международного бизнеса и управление рисками ведения международных деловых операций. Адаптация международной фирмы к условиям деятельности в принимающей стране

1. Анализ международного бизнес-окружения: виды рисков

2. Методы оценки политических и экономических рисков.

3. Риски в коммерческой деятельности фирмы на мировом рынке и способы их минимизации.

Тема 3. Причины, мотивы и модели интернационализации бизнеса в фирме. Стратегические подходы в международном менеджменте.

1. Специфика, цели и мотивы международного предпринимательства.

2. Теоретические основы интернационализации бизнеса. Стадии интернационализации.

3. Типология стратегических подходов в международном менеджменте.

4. Модель интернационализации российской компании.

Тема 4. Международные корпорации и финансовые группы в мировой экономике: особенности управления и организационного развития

1. Роль ТНК и их особенности. Модель и индекс транснационализации.

2. Мотивация и эволюция транснациональных корпораций.

3. ТНК как эффективная форма международного предпринимательства.

4. Американские транснациональные корпорации в мировой экономике.

5. Отличительные черты европейских ТНК.

6. Особенности ТНК индустриально развитых стран Азии.

Тема 5. Слияния и поглощения как стратегия корпоративного роста международной компании. Современные тенденции международного рынка слияний и поглощений компаний.

1. Новая бизнес-модель: переосмысление стратегии развития международной компании.

2. Основные интеграционные стратегии компаний: внешние причины, мотивы и цели. Выбор интеграционной стратегии. Риски приобретения компаний. Компания как объект поглощения.

3. Стратегия слияний и поглощений и стратегия органического роста: сравнительный анализ. Значимые проблемы и последствия слияний и поглощений

4. Современные тенденции международного рынка слияний и поглощений компаний

5. Специфика трансформационных сделок в России

Тема 6. Специфика формирования, управления и развития международных совместных предприятий

1. Сущность международных совместных предприятий: понятие МСП, их виды, мотивы создания

2. Баланс и конфликты интересов в управлении совместными предприятиями.

Взаимодействие бизнес-культур в международном совместном предприятии.

3. Проблема доверия в МСП.

Тема 7. Международные стратегические альянсы как феномен глобальной экономики

1. Динамика формирования стратегических альянсов и их эволюция.

2. Цели и мотивы поведения партнеров.

3. Основные формы МСА.

4. Отраслевые особенности альянсов.

5. Риски и эффективность МСА.

6. Факторы успешной деятельности альянсов.

7. Доверие как ключевой фактор успеха МСА.

Образцы средств для проведения текущего контроля

Тема 1. Глобализация экономики: новые возможности международного бизнеса и задачи международного менеджмента. Превращение национальной модели менеджмента в международную

Собеседование. Вопросы для обсуждения и дискуссии

1. С чем у вас ассоциируется понятие «глобализация»: постройте ассоциативный ряд из 8-10 понятий.

2. В чем вам видится экономический смысл интегрирования?

3. Прокомментируйте высказывание: «глобализация – просто иное название интеграции...».

4. Что выступает ограничителем интеграционных процессов в эпоху глобализации?
5. Перечислите известные вам формы горизонтальной и вертикальной взаимозависимости стран?
6. Приведите известные вам примеры метатехнологий.
7. Что включают в себя технологии high-hume и чем они отличаются от технологий high-tech?
8. Г.Киссинджер высказал мнение, что глобализация – просто иное название продвижения интересов США в мире, Прокомментируйте это суждение.
9. Каковы социальные последствия глобализации? И в чем могут быть ее уроки для России?
10. Перечислите основные противоречия современного этапа глобализации.

Тема 2. Анализ внешней среды международного бизнеса и управление рисками ведения международных деловых операций. Адаптация международной фирмы к условиям деятельности в принимающей стране

Оценить истинность (+) или ложность (-) высказываемых суждений.

1. Риски, связанные с предпринимательством за границей, аналогичны рискам на национальном рынке.
2. Обычаи, язык, уровень жизни, религия относятся к политико-правовым факторам, влияющим на деятельность предприятий за рубежом.
3. Динамика и тенденции роста ВВП, финансовая политика, конкурентная среда, участие региональных экономических группировках относятся к экономическим факторам, влияющими на деятельность предприятий за рубежом.
4. Этапы эволюции национальной компании в международную: ТНК – СП – консорциум – внешнеторговые сделки.
5. ТНК – это корпорации, функционирующие в строгой зависимости от страны регистрации

Тема 3. Причины, мотивы и модели интернационализации бизнеса в фирме. Стратегические подходы в международном менеджменте

Тест закрытый

1. «Психологическое расстояние» между странами – это:

- а) территориальная удаленность страны базирования от страны пребывания
- б) культурная «схожесть» страны базирования и страны пребывания
- в) восприятие менеджментом компании степени близости (удаленности) зарубежного целевого рынка
- г) реальные культурные различия между странами

2. В модели интернационализации деятельности фирмы выделяют:

- а) 2 стадии
- б) 4 этапа
- в) 3 фазы
- г) 5 стадий

3. Решение о целесообразности выхода на международный рынок принимается на:

- а) начальной стадии
- б) подготовительной стадии
- в) стадии экспансии
- г) стадии глобальной рационализации

4. Крупные национальные компании, использующие преимущества протекционистской политики в своей стране, на начальной стадии интернационализации избирают стратегию:
- а) лидерства по издержкам
 - б) фокусирования
 - в) концентрации
 - г) сходную с малыми фирмами
5. Малые инновационные фирмы на начальной стадии интернационализации используют стратегию:
- а) лидерства по издержкам
 - б) фокусирования
 - в) комбинированную стратегию
 - г) сходную с крупными фирмами
6. На начальной стадии интернационализации осуществление регулярного экспорта составляет по объему _____ от общего объема реализации :
- а) от 10 до 39%
 - б) не более 10%
 - в) свыше 40%
 - г) не более 5%
7. Разработка микс-маркетинга и реализация компанией стратегии концентрации на стране характерны для _____ стадии
- а) начальной
 - б) подготовительной
 - в) экспансионистской
 - г) глобальной рационализации
8. Проблемы, связанные с нарушением координации деятельности подразделений в рамках корпоративной стратегии и снижением степени управляемости международной компанией становятся критическими на:
- а) начальной стадии
 - б) подготовительной стадии
 - в) стадии экспансии
 - г) стадии глобальной рационализации
9. Из перечисленных стратегий пока не достижима для российских фирм, ведущих международный бизнес, стратегия:
- а) глобальной рационализации
 - б) локализации
 - в) экспансии на локальных рынках
 - г) адаптации
10. Стратегия глобальной рационализации – это переориентация на стратегию:
- а) стандартизации
 - б) локализации деятельности
 - в) экспансии на локальных рынках
 - г) адаптации

Тема 4. Международные корпорации и финансовые группы в мировой экономике: особенности управления и организационного развития

Творческое задание

- 1) основываясь на актуальных данных по 100 ведущим транснациональным корпорациям мира, составьте наиболее полный «портрет и профиль деятельности» ведущей транснациональной корпорации современного мира;
- 2) на основе последних фактологических данных по 100 ведущим транснациональным корпорациям мира просчитать индекс транснационализации для какой-либо (по выбору) американской, европейской, японской и российской ТНК. Сравнить эти значения и сделать выводы. Просчитать индекс транснационализации еще для трех российских ТНК, сформулировать рекомендации; разработать поэтапную модель транснационализации деятельности российских корпораций на базе финансово-промышленных групп

Тема 5. Слияния и поглощения как стратегия корпоративного роста международной компании. Современные тенденции международного рынка слияний и поглощений компаний

Тест закрытый

1. Что можно отнести к преимуществам слияний и поглощений как стратегии развития международных компаний:
 - а) ослабление конкуренции и обретение стратегических нематериальных активов,
 - б) выплата премии акционерам и «золотых парашютов» менеджерам,
 - в) интегрирование компаний, действующих в разных незнакомых сферах деятельности,
 - г) высокий уровень риска.
2. В настоящее время 80% стоимости общемирового потока ПИИ приходилось:
 - а) на транснациональную стратегию слияний и поглощений,
 - б) на инвестиции в создание СП, филиалов,
 - в) на “Greenfield investment”,
 - г) ни один из пунктов.
3. Стратегия корпоративного развития международной компании за счет внутренних источников инвестирования заемных средств и накопленной прибыли в существующий бизнес – это:
 - а) интеграционная стратегия,
 - б) стратегия слияний,
 - в) стратегия поглощений,
 - г) стратегия органического роста.
4. Что выгодно отличает стратегию слияний и поглощений от стратегии органического роста в международном бизнесе:
 - а) оперативность, выигрыш во времени,
 - б) быстрая адаптация компании к незнакомым рынкам,
 - в) одномоментное обретение конкурентных преимуществ,
 - г) все вышеперечисленное.
5. В стоимости крупнейших 500 компаний мира доля нематериальных активов составляет:
 - а) ровно половину,
 - б) меньше 50%,
 - в) свыше 60%,
 - г) свыше 80%.
6. Наиболее авторитетный в мире автор исследования о конкурентоспособности стран и наций:
 - а) О.Тоффлер
 - б) М.Портер
 - в) Й.Шумпетер

г) Дж.Даннинг

7. Исключением из перечня форм международных инвестиционных связей является:

- а) международная миграция рабочей силы
- б) портфельные инвестиции
- в) концессии
- г) свободные экономические зоны

8. Государство с закрытой экономикой – это:

- а) государство-автаркия
- б) страна с ограничениями для въезда и выезда
- в) страна с закрытыми национальными границами
- г) страна, не экспортирующая и не импортирующая товары и услуги

9. Основу господства международных корпораций на мировом рынке составляют:

- а) прямые инвестиции
- б) портфельные инвестиции
- в) ссудный капитал
- г) заемный капитал

10. К глобальным проблемам мирового хозяйства относят проблемы:

- а) общие для всех стран
- б) характерные в большей степени для развивающихся стран
- в) которые можно разрешить лишь совместными усилиями всех стран
- г) возникшие в эпоху глобализации

Тема 6. Специфика формирования, управления и развития международных совместных предприятий

Тест открытый

Вопрос	Ответ
1. Предприятие с прямыми инвестициями в производство и/или маркетинг в нескольких странах (обычно 4 или более) чья родительская (головная) компания находится в одной стране, являющаяся штаб – квартирой (базой) для координирования выполнения текущих операций и деятельности по всему миру	
2. Емкое и образное выражение, в котором обозначены долгосрочные перспективы (планы) компании, основные причины ее работы и главные цели, которые она стремится достичь	
3. Особая форма организации крупных финансовых групп, конгломератов в Южной Корее	

4.Профессиональные навыки (квалификация) для управления операциями во многих странах, обычно приобретаемые из практики работы в различных странах	
5.Поведение, базирующееся на вере и приоритетность одной своей собственной этнической группе или культуре; часто демонстрирует неуважение к культуре других стран	

Тема 7. Международные стратегические альянсы как феномен глобальной экономики

Собеседование. Вопросы для обсуждения и дискуссии

1. В чем состоит сущность МСА? Почему они получили наибольшее распространение в эпоху глобализации?
2. Какие стратегические цели приводят международные фирмы к необходимости создания альянсов? Какова в этом отношении специфика инновационных фирм?
3. Какие новые профессиональные требования выдвигает создание МСА к международному менеджеру?
4. В чем состоят отличия международных стратегических альянсов от национальной их разновидности?
5. В чем отличия международных совместных предприятий от других организационных форм МСА?
6. Какой тип альянсов наиболее характерен для нефтегазового сектора экономики, Приведите примеры. Для автомобильной отрасли? Для наукоемких отраслей?
7. В чем состоят особенности современных МСА в России?
8. Подсчитайте баланс возможных выгод и издержек фирмы от вступления ее в международный альянс.
9. Какова роль глобализации в создании МСА (в категориях «возможность-необходимость»)?
10. Проанализируйте разность стратегий конкуренции и сотрудничества. Существуют ли они независимо друг от друга?

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 5

№ темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1.	Глобализация экономики: новые возможности международного бизнеса и задачи международного менеджмента. Превращение национальной модели менеджмента в международную	Изучение актуальных проблем, тенденций и задач международного менеджмента, подготовка к практическим занятиям, собеседованию

2.	Анализ внешней среды международного бизнеса и управление рисками ведения международных деловых операций. Адаптация международной фирмы к условиям деятельности в принимающей стране	Изучение методических основ анализа внешней среды международного бизнеса и оценки рисков ведения международных деловых операций, подготовка к практическим занятиям, собеседованию, тестированию
3.	Причины, мотивы и модели интернационализации бизнеса в фирме. Стратегические подходы в международном менеджменте	Изучение теоретических основ и ключевых моделей интернационализации деятельности фирмы, подготовка к практическим занятиям и тестированию
4.	Международные корпорации и финансовые группы в мировой экономике: особенности управления и организационного развития	Изучение содержания, строения, классификации, механизмов управления и роли ТНК и ФПГ в мировой экономике, подготовка к практическим занятиям, творческим заданиям, тестированию
5.	Слияния и поглощения как стратегия корпоративного роста международной компании. Современные тенденции международного рынка слияний и поглощений компаний	Изучение интеграционных стратегий компаний, мотивов, целей и рисков их приобретения в различных странах, подготовка к практическим занятиям, тестированию
6.	Специфика формирования, управления и развития международных совместных предприятий	Изучение теоретических основ международного предпринимательства, форм, особенностей и рисков МСП в различных странах, подготовка к практическим занятиям, выполнению творческих заданий, тестированию
7.	Международные стратегические альянсы как феномен глобальной экономики	Изучение феномена международных стратегических альянсов, причин и мотивов их формирования, основных форм и отраслевых особенностей, подготовка к практическим занятиям, тестированию

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Ответы на пункты плана для практических занятий
4. Разбор практических примеров, продемонстрированных на лекциях и решенных на практических занятиях

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся теста, практических и творческих заданий, кейсов, ролевых игр и контрольной работы.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

6.1.Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Зачет. Форма проведения зачета – контрольная работа.

Пример заданий на контрольную работу.

Итоговый тест закрытого типа

Выберите единственно верный вариант ответа из нескольких предложенных:

1. Международный менеджмент отстаивает:
 - а) местнический подход
 - б) концепцию адаптивного менеджмента
 - в) этноцентризм
 - г) глобализм

2. Наивысший риск экспроприации в странах:
 - а) испытывающих постоянные политические перевороты
 - б) с нестабильной экономикой
 - в) с низким уровнем образования и экономического развития
 - г) с большим числом МНК

3. Тарифы и квоты являются инструментами:
 - а) изоляции
 - б) экономического развития
 - в) политического развития
 - г) протекционизма

4. Наиболее распространенная международная стратегия малых и средних фирм:
 - а) франчайзинг
 - б) импортирование
 - в) лицензирование
 - г) совместные предприятия

5. Процесс, вызванный изменением в международной конкуренции, насыщением местных рынков и потребностью фирмы в экспансии, называется:
 - а) интернационализацией
 - б) локализацией
 - в) вертикальной интеграцией
 - г) стратегическим планированием

6. Рассмотрение всей мировой экономики как единого рыночного пространства без границ и использование возможностей комбинации ресурсов во всемирном масштабе носит название:
 - а) интернационализации
 - б) транснационализации
 - в) глобализации
 - г) интеграции

7. Международная модель менеджмента отличается от страновой (национальной) модели
 - а) базовой структурой менеджмента
 - б) функциональными областями менеджмента
 - в) принципами структурообразования
 - г) спецификой национально-культурного фактора и межстранового взаимодействия

8. Аутсорсинг – это технология ведения международного бизнеса путем:
- а) переноса рутинных операций с головного предприятия в международную сеть филиалов
 - б) перераспределения компетенций между штаб-квартирой и дочерними структурами, расположенными в разных странах мира
 - в) перепоручения отдельных функций внешним зарубежным исполнителям
 - г) совместного производства на зарубежной территории
9. Важнейшим требованием к менеджменту в международном бизнесе в условиях нарастающей изменчивости бизнес-окружения является:
- а) стабильность его принципов и правил
 - б) неизменность методов и технологий управления
 - в) адаптивность и ситуативность
 - г) наличие страховки
10. В кросс-культурных исследованиях Хофстедом были использованы следующие критерии:
- а) отношение к труду, материализм, уход от неопределенности, иерархическая дистанция.
 - б) иерархическая дистанция, властные полномочия, индивидуализм.
 - в) категория времени, уход от неопределенности, маскулинизация.
 - г) иерархическая дистанция, уход от неопределенности, индивидуализм, маскулинизация
11. ТНК отличается от национальной компании:
- а) неоднородной бизнес-средой,
 - б) стратегиями конкуренции,
 - в) измерением результатов деятельности в различных валютных единицах,
 - г) оргструктурой, отражающей помимо прочего и географическое разнообразие,
 - д) все вышеперечисленное
12. Международную компанию, которая воплощает не только продуктивное, функциональное и географическое разнообразие, но и разности культур и языка, принято называть:
- а) мультинациональной компанией,
 - б) многокультурной корпорацией,
 - в) глобальной компанией,
 - г) транснациональной корпорацией
13. Что отличает ТНК от ФПГ:
- а) большая теснота административных и хозяйственных связей,
 - б) меньший масштаб охвата,
 - в) структурные различия,
 - г) все вышеперечисленное
14. Какой из факторов в наибольшей степени воздействовал на появление так называемых «глобальных компаний»:
- а) потребность в установлении контроля над поставщиками стратегических ресурсов,
 - б) рост расходов на НИОКР и сокращение цикла продукта,
 - в) поиск новых рынков сбыта и реализация эффекта масштаба,
 - г) потребность в снижении издержек и использование дешевых факторов производства

15. Какие из транснациональных корпораций, действующих в России, можно отнести к глобальным компаниям, ТНК «четвертого поколения»:
- ИБМ,
 - Хьюлетт Паккард,
 - Кока-кола,
 - Амоко,
 - все вышеперечисленное
16. Корпорации интеграционного типа относят к ТНК:
- первого поколения,
 - второго поколения,
 - третьего поколения,
 - четвертого поколения
17. Колониальные ТНК – это корпорации:
- первого поколения,
 - второго поколения,
 - третьего поколения,
 - четвертого поколения
18. Какая из нижеперечисленных форм зарубежных филиалов обладает наибольшей степенью самостоятельности:
- ассоциированная компания,
 - дочерняя компания,
 - отделение,
 - представительство
19. К новым формам транснационализации относят:
- связи между материнской компанией и подразделениями по линии сферы деятельности,
 - связи между материнской компанией и подразделениями по линии собственности,
 - создание зарубежных филиалов при помощи ПИИ,
 - все вышеперечисленное
20. Основное отличие международного совместного предприятия (МСП) от других форм экономических союзов
- долговременный характер
 - наличие межфирменного кооперационного соглашения
 - образование новой самостоятельной деловой единицы
 - акционерная основа

6.2. Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1.	ПК-1: Способность осуществлять	Знает практические аспекты	Итоговый тест	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические

	стратегический анализ, участвовать в разработке и реализации корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий.	<p>осуществления стратегического анализа, разработки и реализации корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий.</p> <p>Умеет применять методы стратегического анализа, технологию разработки и реализации корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий при решении управленческих задач с учетом специфики организации.</p>		<p>вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий.</p> <p>Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".</p>
2.	УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	<p>Знает о наличии межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.</p> <p>Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.</p>	Итоговый тест	<p>Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий.</p> <p>Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".</p>

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература:

1. Менеджмент: теория, практика и международный аспект: учебник / под ред. Н.Ю. Кониной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 432 с. - Текст :

электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039452> (дата обращения: 03.11.2020).

2. Международный маркетинг : учебно-методическое пособие / сост. А. К. Кайдашова. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 135 с.- Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1149653> (дата обращения: 03.11.2020).

7.2.Дополнительная литература:

1. Владимирова, И. Г. Международный менеджмент: учеб. / И. Г. Владимирова. - Москва: КноРус, 2011. - 448 с.

2. Королев, В.И. Современные проблемы менеджмента в международном бизнесе [Электронный ресурс]: Монография / В.И. Королев, Л.Г. Зайцев, А.Д. Заикин; Под ред. проф. В.И. Королева - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 400 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=426905> (дата обращения 15.01.2013).

3. Международный маркетинг-менеджмент: курс лекций с пакетом учеб.-метод. поддержки для студ., обуч. по спец. "Мир. экономика"/ ред. В. И. Черенков. - 2-е изд., перераб.. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2007. - 605 с..

4. Орехов, С. А. Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс] : Учебное пособие / С. А. Орехов, В. А. Селезнев, Н. В. Тихомирова; под общ. ред. д.э.н., проф. С. А. Орехова. - 3-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. - 440 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=415590>

5. Пивоваров, С. Э. Международный менеджмент: учеб. для студ. вузов, обуч. по спец. "Менеджмент"/ С. Э. Пивоваров, Л. С. Тарасевич. - 4-е изд.. - Санкт-Петербург: ПИТЕР, 2008. - 720 с.

6. Симонова Л.М. Международный бизнес: взаимодействие деловых культур.-СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2003.- 202с.

7. Симонова Л.М. Международный менеджмент: практикум/ Л. М. Симонова. - Тюмень: ТюмГУ, 2007. - 200 с.

8. Симонова Л.М. Международный менеджмент: учеб. пособие/ Л. М. Симонова. - Тюмень: ТюмГУ, 2007. - 202 с.

9. Сейфуллаева М. Э. Международный менеджмент: учеб. пособие / М. З. Сейфуллаева. - Москва : КноРус, 2011. - 232 с.

10. Яковлева, Е. А. Международный менеджмент: Учебное пособие / Яковлева Е.А., Безрукова Т.Л., Шибяев М.А. - Воронеж:ВГЛТУ им. Г.Ф. Морозова, 2013. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/858734> (дата обращения: 03.11.2020).

7.3. Интернет-ресурсы:

Страны

Министерство иностранных дел (МИД): <http://www.mid.ru>

Государственный комитет статистики РФ: <http://www.gks.ru>

Государственный таможенный комитет РФ: <http://www.customs.ru>

Институт мировой экономики и международных отношений: <http://www.imemo.ru>

Всероссийский научно-исследовательский конъюнктурный институт (ВНИКИ): <http://www.vniki.ru>

Обзоры мировых и отечественных рынков: <http://www.marketsurveys.ru>

Институт экономики и организации промышленного производства: <http://www.ieie.nsc.ru>

Институт проблем глобализации (ИПРОГ): <http://www.imperativ.narod.ru/del/del-pref.html>

Институт транснациональных корпораций: <http://www.itnc.ru>

Аналитические материалы по вопросам постиндустриального развития в мире: <http://www.postindustrial.ru>

Инвестиционные возможности России: <http://www.ivr.ru>

Библиотека экономической и деловой информации: <http://ek-lit.agava.ru>

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>

Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <http://icdlib.nspu.ru/>

Национальная электронная библиотека <http://rusneb.ru/>

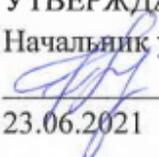
8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам.

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ

Н.К. Федорова
23.06.2021

МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕСЕ
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(очная форма обучения)

Симонова Л.М. Межкультурные коммуникации в бизнесе. Рабочая программа для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль): Общий и функциональный менеджмент, очная форма обучения. Тюмень, 2021.

Рабочая программа дисциплины (модуля) опубликована на сайте ТюмГУ: <http://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

1. Пояснительная записка

Цель курса- ознакомить с природой и сложностями межкультурных коммуникаций, с потенциальными барьерами на пути к пониманию представителей разных стран и культур с выработкой рекомендаций по эффективному обмену коммуникаций в международном бизнесе

Задачи изучения дисциплины:

- дать представление о функциях коммуникаций, особенностях и составных частях коммуникационного процесса, различных деловых культурах, об основных методах и подходах к их изучению;
- содействовать формированию и развитию навыков эффективных межкультурных коммуникаций с представителями иных культур;
- стремиться к выработке кросс-культурной компетенции и толерантного отношения к представителям других культур.

1.1. Место дисциплины (модули) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина входит в блок дисциплин по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений. Для освоения данной дисциплины необходимы знания и умения, приобретенные обучающимися в результате освоения следующих, предшествующих данной, дисциплин: Общий менеджмент и деловые навыки менеджера, Корпоративное управление и социальная ответственность бизнеса. Согласно логике учебного плана, данная дисциплина находится в содержательно-методической взаимосвязи с другими разделами ОП – практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, Риск-менеджмент и эффективность бизнес-решений и другими дисциплинами.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты обучения (знаниевые/функциональные)
УК-4: Способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	УК-4.	Знает теорию коммуникаций и специфику межкультурной коммуникации Умеет выстраивать деловые коммуникации, анализировать коммуникационные процессы, выявлять барьеры и коммуникационные шумы, устранять их причины и разрабатывать предложения по повышению эффективности межкультурной коммуникации
УК-5: Способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	УК-5.	Знает основы управления разнообразием; особенности национальных моделей управления человеческими ресурсами. Умеет выбирать эффективные каналы, формы и методы коммуникаций с учетом национальной деловой культуры и

		ситуации в конкретной стране; выстраивать эффективное кросс-культурное взаимодействие персонала и совместную работу; воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
--	--	--

2. Структура и объем дисциплины

Таблица 1

Вид учебной работы	Всего часов	Часов в семестре
		4
Общий объем	зач. ед.	4
	час.	144
Из них:		
Часы контактной работы (всего):	50	50
Лекции	16	16
Практические занятия	34	34
Лабораторные/практические занятия по подгруппам	0	0
Консультации и иная контактная работа	0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося	94	94
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф.зачет, экзамен)	Зачет	Зачет

3. Система оценивания

3.1. Для текущего контроля применяется 100-балльная система оценивания. Баллы проставляются за посещение практических занятий и активную работу на них, а также за выполненные письменные творческие и тестовые задания по каждой теме дисциплины. Результаты текущего контроля учитываются при промежуточной аттестации. Перевод баллов в оценки осуществляется по следующей шкале: от 91 до 100 баллов – «отлично»; от 76 до 90 баллов – «хорошо»; от 61 до 75 баллов – «удовлетворительно». Обучающиеся, не набравшие достаточного количества баллов для оценки, сдают зачет. Форма проведения зачета – письменная работа по предложенным к зачету вопросам.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2

№ п/п		Объем дисциплины (модуля), час.		
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)	Консультации

	Наименование тем и/или разделов		Лекции	Практические занятия	Лабораторные/практические занятия по подгруппам	и иная контактная работа
1	2	3	4	5	6	7
1.	Межкультурная коммуникация: современные тенденции и актуальные проблемы. Межэтническая напряженность и управление культурными различиями	36	4	8	0	0
2.	Концепция деловой культуры в международной системе координат	36	4	8	0	0
3.	Основные теории межкультурной коммуникации	36	4	8	0	0
4.	Кросскультурные коммуникации и навыки ведения переговоров в международном контексте	36	4	10	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

1.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

Тема 1. Межкультурная коммуникация: современные тенденции и актуальные проблемы. Межэтническая напряженность и управление культурными различиями

Понятие и предпосылки возникновения межкультурной коммуникации; история развития межкультурной коммуникации. Необходимость изучения дисциплины, ее предмет, цели, методы и задачи. Основные направления и актуальные проблемы. Изучение межэтнических отношений и выявление возможных очагов межэтнической напряженности. Индивидуальные различия как основа межгрупповых конфликтов. Культурный шок в освоении «чужой» культуры и способы его преодоления. Управление межкультурными различиями. Специфика профессиональной деятельности и подготовки менеджеров, работающих в ситуациях межкультурного взаимодействия. Глобальный бизнес: взаимопроникновение и синергия культур. Значение межкультурной коммуникации в современных условиях.

Тема 2. Концепция деловой культуры в международной системе координат

Проблемы адекватного определения и «измерения». Понятие деловой культуры, ее элементы. Уровни культуры: глобальный, кластерный, национальный, корпоративный. Их взаимодействие. Неоднородность культурного пространства: доминирующая культура,

субкультуры и контркультуры. Сила культуры и факторы ее определяющие. Культура и коммуникации. Культура и поведение.

Различия в подходах к изучению культуры: культурные универсалии и системы ценностей в зависимости от национальной принадлежности и типа личности (Д.Мэрдок, Дж.Рокич, Оллпорт, Вернон, Линдзи). Система ценностей как детерминанта поведения. Верования и ценностные ориентации как основа кросс-культурных сопоставлений (С.Иошимури, У.Нойман). Классификация и ранжирование деловых культур по типу ценностных ориентаций. Культурные контрасты в системах ценностей наций (на примере американской, японской и арабской культур). Культурные различия и этика. Особенности восприятия других культур. Предубеждения и стереотипы в межкультурном взаимодействии. Понятие, сущность и функции стереотипов. Этническая стереотипизация. Явление этноцентризма. Стереотипизация и повышение эффективности межэтнического взаимодействия.

Тема 3. Основные теории межкультурной коммуникации

Теория ценностной ориентации культур Ф. Клакхона и Ф. Стротбека; социальные ориентации и их влияние на различие национальных культур (Г.Лейн, Дж.Дистефано). Базовые критерии межкультурных различий (Г.Хофстеде, Ф.Тромпенарс). Теория культурных измерений Г. Хофстеде; концепция «культурной грамматики» Э. Холла; характеристика культуры по доминантному способу действия Р. Льюиса

Тема 4. Кросс-культурные коммуникации и навыки ведения переговоров в международном контексте

Коммуникационный процесс и его особенности; коммуникационные роли менеджера. Коммуникации и межличностные отношения. Вербальные и невербальные коммуникации и их особенности в различных странах. Основные направления изучения невербальной коммуникации: сенсорика, проксемика, хронемика, кинесика, такесика. Паравербальная коммуникация. Зависимость коммуникации от национально-культурного контекста. Этнические основания и взаимосвязи языка, мышления и культуры. Роль языка в межэтническом общении. Высоко- и низкоконтекстуальные культуры. Переменные бизнес-культуры и их воздействие на коммуникацию. Культурный шум. Обучение международным коммуникациям и управление ими. Этнические символы и «подарочные конфликты» в межкультурном взаимодействии. Условия эффективной межкультурной коммуникации. Влияние культуры на процесс переговоров. Организация подготовки и проведения переговоров с учетом поведенческих особенностей в деловых культурах различных стран. Сравнение стилей ведения переговоров. Управление переговорным процессом. Развитие культурной восприимчивости. Национально-культурная корректность.

Планы семинарских занятий

Тема 1. Межкультурная коммуникация: современные тенденции и актуальные проблемы. Межэтническая напряженность и управление культурными различиями

1. Понятие и предпосылки возникновения межкультурной коммуникации; история развития межкультурной коммуникации.
2. Межкультурная коммуникация как учебная дисциплина: предмет, объект и задачи. Необходимость изучения. Основные направления и актуальные проблемы
3. Категории «свой» и «чужой» в национальной культуре.
4. Культурный шок в освоении чужой культуры и способы его преодоления.
5. Глобальный бизнес: взаимопроникновение и синергия культур.

6. Значение межкультурной коммуникации в современных условиях.

Тема 2. Концепция деловой культуры в международной системе координат

1. Понятие деловой культуры, ее элементы и уровни
2. Системы ценностных ориентаций в национальных деловых культурах.
3. Верования как основа кросс-культурных взаимодействий в бизнесе
4. Культурные различия и этика
5. Предвзвещения и стереотипы в межкультурном взаимодействии.
6. Этническая стереотипизация. Явление этноцентризма.

Тема 3. Основные теории межкультурной коммуникации

1. Теория межкультурной коммуникации Э.Холла
2. Теория межкультурной коммуникации: гипотеза Сэпира-Уорфа; теория конфликтов; теория адаптации.
3. Культурный релятивизм
4. Теория межкультурной коммуникации Р. Льюиса
5. Базовые критерии межкультурных взаимодействий по Ф.Тромпенарсу и Г. Хофстеде
6. Перспективы развития межкультурной коммуникации
7. Учет национальных стереотипов в деятельности международного менеджера.

Тема 4. Кросс-культурные коммуникации и навыки ведения переговоров в международном контексте

1. Коммуникационный процесс и его особенности; коммуникационные роли менеджера.
2. Высоко- и низкоконтекстуальные культуры.
3. Вербальные и невербальные коммуникации и их особенности в различных странах.
4. Основные направления изучения невербальной коммуникации: сенсорика, проксемика, хронемика, кинесика, такесика.
5. Паравербальная коммуникация.
6. Условия эффективной межкультурной коммуникации.
7. Влияние культуры на процесс переговоров.
8. Модели ведения переговоров.
9. Диалог культур.

Образцы средств для проведения текущего контроля

Тема 1. Межкультурная коммуникация: современные тенденции и актуальные проблемы. Межэтническая напряженность и управление культурными различиями

Собеседование. Вопросы для обсуждения и дискуссии

1. Как соотносятся между собой понятия: межкультурные коммуникации и кросс-культурный менеджмент?
2. Что такое кросс-культурный шок? Доводилось ли вам когда-нибудь его испытывать? В каких обстоятельствах?
3. Кто может обладать «иммунитетом» против кросс-культурного шока?
4. Каковы его последствия?
5. Выработайте рекомендации по преодолению каждого из этапов кросс-культурного шока?

6. Что такое реверсивный шок и чем он может быть вызван?
7. Каковы рекомендации по преодолению реверсивного шока?
8. Какие превентивные меры для избежания кросс-культурного шока вы бы порекомендовали своему соотечественнику накануне его отъезда за рубеж?
9. Приведите примеры межэтнических конфликтов. Какие методы разрешения межэтнических конфликтов можно порекомендовать?
10. Что такое hate-crime? Что вкладывается в понятие «культура отмены»?

Тема 2. Концепция деловой культуры в международной системе координат

Собеседование. Вопросы для обсуждения и дискуссии

1. Каким образом культура обуславливает поведение людей в обществе, организации?
2. Каким образом культура воздействует на деловую коммуникацию?
3. Какие уровни культуры вы знаете, на каких из них должен концентрировать свое внимание менеджер?
4. В чем различия между творческим динамичным обобщением явлений и характеристик и использованием устойчивых стереотипов?
5. В чем состоят положительные стороны и опасности использования менеджером устойчивых стереотипов?
6. Какое явление отражено в образном высказывании Р.Льюиса: «Очки» своей культуры неизменно затуманивают взор собеседников разной национальности»? Каковы ваши рекомендации для преодоления этого явления?

Тема 3. Основные теории межкультурной коммуникации

Практические задания

1. Попросите своего однокурсника другой национальности рассказать, как он осознает свою этническую идентичность.
2. Постарайтесь вспомнить случаи и обосновать причины ваших симпатий и антипатий к другим народам.
3. Обоснуйте, почему вы считаете свою культуру «своей», а чужую – «чужой»?
4. Может ли какая-либо другая культура стать «своей»?
5. Как влияют стереотипы на процесс межкультурного общения?
6. В чем проявляются особенности вербальной и невербальной немецко-русской коммуникации?
7. Проанализируйте свое поведение при общении с соотечественниками и представителями других культур. Есть ли какие-либо отличия в поведении? Как вы их можете объяснить?
8. Попробуйте поздороваться с незнакомым человеком. Какова будет реакция незнакомца?
9. При общении с собеседником установите намного меньшую дистанцию. Какую реакцию это вызовет у собеседника? Почему?

Тема 4. Кросс-культурные коммуникации и навыки ведения переговоров в международном контексте

Тест закрытый

1. С точки зрения стилей общения, какие из следующих стран относятся к обществу с низким контекстом культуры?

- А. Соединенные Штаты
- Б. Япония
- В. Италия
- Г. Арабские страны

2. В каких культурах сообщения являются неявными и часто закодированными?

- А. Культуры с низким контекстом
- Б. Умеренно-контекстуальные культуры
- В. Культуры с высоким контекстом
- Г. Культуры с переменной контекстуальностью

3. Что обычно используется японцами в качестве инструмента убеждения в ходе переговоров?

- А. Давление
- Б. Время
- В. Межгрупповые соединения
- Г. Гостеприимство

4. Какой из нижеперечисленных шагов в переговорном процессе, по мнению большинства, наиболее важен?

- А. Построение межличностных отношений
- Б. Планирование
- В. Обмен информацией
- Г. Убеждение

5. В контексте переговоров, Тромпенаарс и Хэмпден-Тернер отметили, что американские переговорщики:

- А. Склонны начинать переговоры в экстремальном начальном положении
- Б. Как правило, очень эмоциональны при проведении переговоров
- В. Обычно имеют склонность прийти на вечеринку, чтобы заключить соглашение
- Г. Как правило, тянут время

6. Исследование Тромпенаарса и Хэмпден-Тернера показывает, что арабские переговорщики:

- А. Склонны начинать переговоры с нейтрального исходного положения
- Б. Анализируют вещи субъективно и склонны урезать сроки, если этого требуют общие принципы ведения переговоров
- В. Не верят в уступки и никогда не отвечают взаимностью на уступки оппонента
- Г. Не эмоциональны при проведении переговоров

7. В странах с низким контекстом

- А. Сообщения часто весьма закодированы
- Б. Время в течение речевого поведения является одним из многих распространенных форм невербальной общения

- В. Паузы в течение речевого поведения являются одним из распространенных форм невербальной общения
Г. Смысл сообщения явно доводится до собеседника

9. Вы - в Японии. Клиент дает вам свою карту. Вы возьмете ее
А.левой рукой
Б.правой рукой
В.двумя руками
Г.после рукопожатия

10. В каких из нижеперечисленных стран важно прибыть вовремя на бизнес встречу
А. Мексика
Б. Португалия
В. Швеция
Г. Египет

11. Вы организуете обед для группы арабских посетителей. Каких блюд не должно быть в меню
А. Говядина
Б. Курица
В. Свинина
Г. Ягненок

12. Вы находитесь в Персидском заливе. У вас назначена встреча с клиентом в его офисе. Вы можете ожидать, что он
А. примет Вас в своем кабинете при закрытых дверях, откажется от перерывов и посвятит все свое внимание только Вам
Б. оставит дверь открытой и прервет встречу, чтобы поговорить с теми, кто хочет его видеть
В. закроет дверь, дабы избежать того, кто нуждается в нем в срочном порядке
Г. пригласит Вас отобедать с ним

13. Польский стиль общения
А. весьма прямой с большим количеством зрительного контакта
Б. явно не прямой с небольшим зрительным контактом
В. очень не прямой с большим количеством зрительного контакта
Г. прямой и исключаящий зрительный контакт

14. Вы делаете ряд предложений, и Ваш болгарский коллега стоит, кивая головой. Означает ли это:
А. Да, я согласен полностью
Б. Продолжайте, я слушаю
В. Нет, я не согласен
Г. Он Вас приветствует

15. Вы делаете ряд предложений, и Ваш японский коллега стоит, кивая головой. Означает ли это:
А. Да, я согласен полностью
Б. Продолжайте, я слушаю
В. Нет, я не согласен
Г. Он Вас приветствует

Игровое задание

Проведите ролевую игру, имитирующую общение российского менеджера с экспатом. Какие методы вербальных, невербальных и паравербальных коммуникаций вы могли бы порекомендовать для использования в этом случае? Какие методы активного слушания рекомендуется использовать для успешной коммуникации с иностранцем?

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 5

№ темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1.	Межкультурная коммуникация: современные тенденции и актуальные проблемы. Межэтническая напряженность и управление культурными различиями	Изучение актуальных проблем и тенденций межкультурного общения, подготовка к практическим занятиям, собеседованию
2.	Концепция деловой культуры в международной системе координат	Изучение теоретических основ деловой национальной культуры, подготовка к практическим занятиям, собеседованию, анализу кейс-ситуаций
3.	Основные теории межкультурной коммуникации	Изучение основных теорий межкультурной коммуникации, методик измерения и сопоставительного анализа деловых культур и организационного поведения, подготовка к практическим занятиям и тестированию
4.	Кросс-культурные коммуникации и навыки ведения переговоров в международном контексте	Изучение практик межкультурной коммуникации, их видов, барьеров коммуникаций и методов их преодоления, подготовка к практическим занятиям, тестированию и ролевой игре

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Ответы на пункты плана для практических занятий
4. Разбор практических примеров, продемонстрированных на лекциях и решенных на практических занятиях

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся теста, практических и творческих заданий, кейсов, ролевых игр и контрольной работы.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

6.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

ЗАЧЕТ: в виде письменной работы по вопросам

Вид: Вопросы для зачета

Краткая характеристика: вопросы направлены на проверку знаний и умений по

основным разделам курса.

Критерии оценивания:

Зачет принимается в период зачетной недели, если студент не набрал 61 и более балл. Форма проведения – письменный ответ. Продолжительность выполнения задания - астрономический час. Студенты необходимо письменно ответить на два вопроса. Каждый вопрос оценивается по 50 баллов. Баллы зависят от того насколько полно и точно студент раскрыл вопрос. Затем применяется указанная шкала перевода баллов в оценку.

Вопросы к зачету.

1. Межкультурная коммуникация как учебная дисциплина: предмет, объект и задачи. Необходимость изучения. Основные направления и актуальные проблемы.
2. Коммуникационный процесс и его особенности; коммуникационные роли менеджера.
3. Кросскультурный шок и способы его преодоления.
4. Глобальный бизнес: взаимопроникновение и синергия культур.
5. Понятие деловой культуры, ее элементы и уровни.
6. Системы ценностных ориентаций в национальных деловых культурах.
7. Верования как основа кросс-культурных взаимодействий.
8. Результаты межкультурной коммуникации. Нетерпимость и толерантность в межкультурном взаимодействии.
9. Культурные различия и этика.
10. Этническая стереотипизация. Явление этноцентризма.
11. Сущность межкультурной коммуникации и ее виды.
12. Базовые критерии межкультурных различий по Г.Хофстеду.
13. Теория межкультурной коммуникации Э.Холла.
14. Базовые критерии межкультурных взаимодействий по Ф.Тромпенарсу.
15. Теория межкультурной коммуникации Р.Льюиса.
16. Учет национальных стереотипов в деятельности международного менеджера.
17. Высоко- и низкоконтекстуальные культуры.
18. Вербальные и невербальные коммуникации, их соотношение и особенности в различных странах.
19. Основные направления изучения невербальной коммуникации: сенсорика, проксемика, хронемика, кинесика, такесика.

20. Паравербальная коммуникация.
21. Условия эффективной межкультурной коммуникации.
22. Влияние культуры на процесс переговоров.
23. Модели ведения переговоров.
24. Диалог культур в международном бизнесе.
25. Культурная чувствительность и кросс-культурная компетентность как значимые факторы менеджера.

6.2. Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1.	УК-4 - способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	Знает теорию коммуникаций и специфику межкультурной коммуникации Умеет выстраивать деловые коммуникации, анализировать коммуникационные процессы, выявлять барьеры и коммуникационные шумы, устранять их причины и разрабатывать предложения по повышению эффективности межкультурной коммуникации	Задания для промежуточной аттестации, вопросы к зачету	Компетенция сформирована при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных практических заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 «Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО «ТюмГУ»
2.	УК-5 - способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-	Знает основы управления разнообразием; особенности национальных моделей управления человеческими ресурсами.	Задания для промежуточной аттестации,	Компетенция сформирована при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при

	<p>историческом, этическом и философском контекстах.</p>	<p>и</p> <p>Умеет выбирать эффективные каналы, формы и методы коммуникаций с учетом национальной деловой культуры и ситуации в конкретной стране; выстраивать эффективное кросс-культурное взаимодействие персонала и совместную работу; воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>вопросы к зачету</p>	<p>глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных практических заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 «Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО «ТюмГУ»»</p>
--	--	---	-------------------------	---

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература:

7.1. Основная литература:

1. Персикова, Т. Н. Корпоративная культура: учебник / Т. Н. Персикова. - Москва : Логос, 2020. - 288 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1212400> (дата обращения: 30.04.2021).

7.2 Дополнительная литература:

1. Гальчук, Л. М. Основы кросс-культурной коммуникации и менеджмента : практический курс = Essentials of Cross-cultural Communication and Management : a Practical Course : учебное пособие / Л. М. Гальчук. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2019. — 240 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1014759> (дата обращения: 30.04.2021).

2. Холден, Найджел Дж. Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента: Н.Дж. Холден; Пер. с англ. под ред. проф. Б.Л. Ерёмкина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 384 с. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028506> (дата обращения: 30.04.2020).

7.3 Интернет-ресурсы:

Библиотека экономической и деловой информации: <http://ek-lit.agava.ru>

Библиотека Либертариума: <http://www.libertarium.ru>

Business Week: <http://www.businessweek.com>

International Financial Statistics: <http://www.imf.com>

Wall Street Journal: <http://www.wsj.com>

World Agricultural Situation: <http://www.econ.ag.gov>

Journal of Commerce: <http://www.joc.com>

Коммерсант: <http://www.kommersant.ru>

Эксперт: <http://www.expert.ru>

Рейтинги российских компаний: <http://old.raexpert.ru/expert200/rating.asp>

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

ProQuest Dissertations &Theses Global / ФГБУ «Государственная публичная научно-техническая библиотека России». URL: <https://search.proquest.com/index>

Национальная электронная библиотека. URL: <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам.

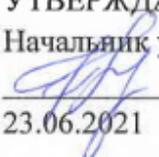
Лицензионное ПО, в том числе отечественного производства: платформа для электронного обучения Microsoft Teams.

Свободно распространяемое ПО, в том числе отечественного производства: Adobe Reader; 7-Zip

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ

Н.К. Федорова
23.06.2021

МЕНЕДЖМЕНТ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(очная форма обучения)

Черноморченко С.И., Деев А.С. Менеджмент в ресторанном бизнесе. Рабочая программа для обучающихся по направлениям подготовки (специальностям), реализуемым по индивидуальным образовательным траекториям, форма(ы) обучения (очная). Тюмень, 2020.

Рабочая программа дисциплины (модуля) опубликована на сайте ТюмГУ: Менеджмент в ресторанном бизнесе [электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

© Тюменский государственный университет, 2021.

© Черноморченко С.И., Деев А.С., 2021.

1. Пояснительная записка

Цель дисциплины «Менеджмент в ресторанном бизнесе» - формирование у студентов основных знаний о феномене «менеджмент в ресторанном бизнесе», его структурных компонентах, а также о способах и методах формирования успешной практической деятельности в любой современной организации в сфере ресторанного бизнеса, существующей и действующей порой в непредсказуемых ситуациях.

Данная цель обуславливает постановку следующих задач:

- ознакомить с основным терминологическим аппаратом;
- раскрыть эффективные принципы ресторанного менеджмента;
- сформировать способность к самосовершенствованию и самообразованию;
- развить способность находить организационно-управленческие решения;
- определить готовность нести ответственность за организационно – управленческие решения с позиции социальной значимости принимаемых решений;
- выработать способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений

1.1 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты (знаниевые/функциональные)
ПК-1 - способен осуществлять стратегический анализ, участвовать в разработке и реализации корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий	ПК-1	1.Знает сущность стратегического анализа ;
		2.Знает основные направления разработки и реализации корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий
		Умеет реализовывать стратегический анализ в практической деятельности организации ресторанного бизнеса
ПК -4 - способен использовать методы, инструменты технологии управления человеческими ресурсами при решении профессиональных задач	ПК-4	Знает эффективные методы, инструменты и технологии управления человеческими ресурсами в организациях ресторанного бизнеса

		Умеет применять на практике методы, инструменты технологии управления человеческими ресурсами при решении профессиональных задач в организациях ресторанного бизнеса
--	--	--

2. Структура и объем дисциплины

Таблица 1

Вид учебной работы	Всего часов	Часов в семестре
		6
Общая трудоемкость	зач.ед.	4
	час	144
Из них:		
Часы аудиторной работы (всего):	50	50
Лекции	16	16
Практические занятия	34	34
Лабораторные / практические занятия по подгруппам	0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося	94	94
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

3. Система оценивания

3.1. Для текущего контроля применяется 100-балльная система оценивания. Баллы проставляются за :

- посещение практических занятий и активную работу на них- 1 балл,
- выполненные письменных работ по каждой теме дисциплины- 2 балла;
- работу над ситуациями – 3 балла;
- работу над проектами – 3 балла;
- работу в деловых играх – 3-6 баллов.

Результаты текущего контроля учитываются при промежуточной аттестации. Перевод баллов в оценки осуществляется по следующей шкале: от 61 до 100 баллов – «зачтено»; от 60 до 0 баллов – «не зачтено». Форма проведения зачета – устный ответ на два вопроса.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2

Форма тематического плана для очной формы обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.		
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)	Иные виды контактной

			Лекции	Практические занятия	Лабораторные/ практические занятия по подгруппам	работы
1	2	3	4	5	6	7
1.	Организация сферы ресторанного бизнеса как объект управления	18	2	4	0	0
2.	Современные тенденции развития менеджмента в ресторанном бизнесе	18	2	4	0	0
3.	Классификация ресторанов ,принципы управления ими в соответствии с видом деятельности	18	2	4	0	0
4.	Основные особенности реализации ресторанного менеджмента в Тюменском регионе	18	2	4	0	0
5.	Бренд-менеджмент::с оздание креативного ресторана	18	2	4	0	0
6.	Особенности деятельности руководителя организации в	18	2	4	0	0

	сфере ресторанного бизнеса. Власть и влияние в организациях ресторанного бизнеса. .Власть и лидерство					
7.	Эффективная структура управления организаций ресторанного бизнеса	18	2	4	0	0
8.	Способы формирования эффективной организационн ой культуры в ресторанном бизнесе	18	2	6	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины по темам

Тема 1. Организация сферы ресторанного бизнеса как объект управления.

Краткая характеристика дисциплины. Предмет «Менеджмент ресторанного бизнеса», цель курса, основные определения курса. Становление научных теорий по изучению креативного менеджмента в работах зарубежных и российских исследователей. Краткий анализ основных работ. Актуальность менеджмента в ресторанном бизнесе в современном менеджменте. Состояние современных исследований по менеджменту в ресторанном бизнесе, их роль в практической деятельности современного менеджера и влияние на эффективность деятельности современной организации. Сущность понятия "менеджмент в ресторанном бизнесе". Специфика понятия "ресторанный бизнес". Проблемы менеджмента в ресторанном бизнесе в России и за рубежом. Особенности реализации менеджмента в региональных организациях ресторанного бизнеса(на примере организаций ЯНАО ,ХМАО и г.Тюмени)

Тема 2. Современные тенденции развития менеджмента в ресторанном бизнесе

Востребованность сервисных услуг ресторанного бизнеса, отличительные особенности российского ресторанного бизнеса, развитие этнических ресторанов и ресторанов быстрого обслуживания, увеличение количества и размеров сети ресторанов как основная тенденция развития ресторанного бизнес

Тема 3. Классификация ресторанов ,принципы управления ими в соответствии с видом деятельности.

. Основные типы предприятий общественного питания: ресторан, кафе, бар, кофейня, столовая и др. Полновесные рестораны, их характеристика. Специализированные рестораны, их основные виды.. Рестораны быстрого обслуживания. Рестораны национальной кухни. Семейные рестораны. Тематические рестораны .Концепция ресторанного сервиса. Факторы, определяющие возможность эффективной работы ресторана. Выбор места расположения. Оценка и формирование спроса на услуги ресторанного бизнеса. Бизнес-география: наличие конкурирующих предприятий общественного питания.Формирование и оформление меню ресторана. Технологический процесс в ресторане. Меню как основа, определяющая всю деятельность ресторана. Типы меню. Порядок расположения блюд в меню. Классификация блюд: «звезды», «загадки», «рабочие лошадки», «собачки». Определение цен. Факторы, которые должны быть учтены при составлении меню. Оформление меню. Организация производственно-технологического процесса в ресторане. Цеховая структура производства в ресторане. Технологическое оборудование помещений ресторана. Комплекс оборудования цехов ресторана на основе взаимосвязанных модульных элементов. Подбор технологического оборудования в ресторанах разного вида..

Тема 4. Основные особенности реализации ресторанного менеджмента в Тюменском регионе

История возникновения организаций ресторанного бизнеса в Тюменском регионе. Основные виды организации в сфере ресторанного бизнеса в Тюменском регионе. Проблемы в организации деятельности разных видов организации в сфере ресторанного бизнеса в Тюменском регионе..Перспективы развития ресторанного бизнеса .Традиции и инновации в организациях сферы ресторанного бизнеса в Тюменском регионе и г.Тюмени. Основные принципы формирования креативного управления в организациях ресторанного бизнеса. Принципы формирования креативного интеллекта. Принцип гетерогенности, его сущность и реализация в практической деятельности организации. Принцип деятельностной совместимости, его использование в креативном менеджменте. Принцип рационального сочетания формальной и неформальной организации деятельности, его роль в формировании коллективного интеллекта. Принцип перманентности, его роль в организации и ведении исследовательской деятельности. Принцип имитации как возможность оценки, использования и мотивации способностей воспроизводить подход к проблеме и анализировать гипотезы других членов творческой группы. Условия успешной реализации менеджеров креативного типа.

Тема 5. Бренд-менеджмент::создание креативного ресторана

Корпоративная философия как инструмент создания фирменного стиля. Имидж ресторана. Сайт ресторана. Организация рекламы и паблик рилейшнз в ресторанном сервисе. Продвижение ресторанных услуг. Презентация ресторана. Дизайн и техническая эстетика в ресторане. Свет и цвет в интерьере. Музыка как элемент формирования фирменного стиля. Бизнес-план открытия ресторана. План работ по открытию ресторана. Оценка финансовых вложений. Содержание и основные разделы бизнес-плана. Производственный план. План маркетинговой и рекламной деятельности. Инвестиционный план. Современные тенденции развития ресторанного бизнеса. Востребованность сервисных услуг ресторанного бизнеса. Отличительные особенности российского ресторанного бизнеса. Развитие этнических ресторанов и ресторанов быстрого обслуживания. Увеличение количества и размеров сети ресторанов как основная тенденция ресторанного бизнеса

Тема 6. Особенности деятельности руководителя организации в сфере ресторанного бизнеса. Власть и влияние в организациях ресторанного бизнеса. Власть и лидерство

Понятие «команда управления». Формирование «коллективного разума» команды управления. Основные правила и принципы формирования «коллективного разума» команды управления. Проблемы формирования креативной команды управления. Использование социально-психологических тренингов в формировании креативно действующих коллективов. Достоинства и недостатки в использовании подобных тренингов. Роль группообразования в успешной и креативной работе персонала. Организация сотрудничества как эффективной технологии развития внутригрупповой активности. Менеджер как бизнес – управляющий. Личностно-психологические качества менеджера организации ресторанного бизнеса. Власть и личное влияние менеджера ресторана. Формы воздействия руководителя на подчиненных.

Тема 7. Эффективная структура управления организаций ресторанного бизнеса

Понятие "структура управления". Специфика структуры управления в организациях ресторанного бизнеса. Проблемы в структуре управления организациями ресторанного бизнеса. Способы распределения полномочий в организациях ресторанного бизнеса. Основные принципы управления организациями ресторанного бизнеса, их характеристика. Организационная структура ресторана. Организация подбора персонала. Группа «Офис или администрация». Группа «Сервис». Группа «Кухня». «Техническая» группа. Метрдотель главный распорядитель и организатор работы по подготовке и обслуживанию гостей в ресторане.

Тема 8. Способы формирования эффективной организационной культуры в ресторанном бизнесе

Содержание понятия «организационная культура ресторана». Функции, система ценностей и показатели организационной культуры ресторана. Культура общения работника ресторана с гостями. Виды конфликтных ситуаций с гостями ресторана. Управление конфликтами в ресторане. Морально-психологический климат в трудовом коллективе ресторана. Этическая культура ресторанного сервиса. Профессиональная этика работника ресторана. Кодекс профессиональной этики. Особенности профессионального поведения работника ресторана

Планы практических занятий

Тема 1. Организация сферы ресторанного бизнеса как объект управления

Вопросы для обсуждения:

1. Краткая характеристика дисциплины. Предмет «Менеджмент ресторанного бизнеса», цель курса, основные определения курса.
2. Становление научных теорий по изучению креативного менеджмента в работах зарубежных и российских исследователей.
3. Актуальность менеджмента в ресторанном бизнесе в современном менеджменте.
4. . Сущность понятия "менеджмент в ресторанном бизнесе". Специфика понятия "ресторанный бизнес".
5. Проблемы менеджмента в ресторанном бизнесе в России и за рубежом. Особенности реализации менеджмента в региональных организациях ресторанного бизнеса(на примере организаций ЯНАО ,ХМАО и г.Тюмени)

Тема 2. Современные тенденции развития менеджмента в ресторанном бизнесе

Вопросы для обсуждения:

1. Востребованность сервисных услуг ресторанного бизнеса.
2. Отличительные особенности российского ресторанного бизнеса,
3. Развитие этнических ресторанов и ресторанов быстрого обслуживания, увеличение количества и размеров сети ресторанов как основная тенденция развития ресторанного бизнес

Тема 3. Классификация ресторанов ,принципы управления ими в соответствии с видом деятельности

Вопросы для обсуждения;

1. Основные типы предприятий общественного питания: ресторан, кафе, бар, кофейня, столовая и др.
2. Полновесные рестораны, их характеристика.
3. Специализированные рестораны, их основные виды.. Рестораны быстрого обслуживания.
4. Рестораны национальной кухни.
5. Семейные рестораны.
6. Тематические рестораны .Концепция ресторанного сервиса.
7. Факторы, определяющие возможность эффективной работы ресторана.

Тема 4. Основные особенности реализации ресторанного менеджмента в Тюменском регионе

Вопросы для обсуждения:

1. История возникновения организаций ресторанного бизнеса в Тюменском регионе.
2. Основные виды организации в сфере ресторанного бизнеса в Тюменском регионе.
3. Проблемы в организации деятельности разных видов организации в сфере ресторанного бизнеса в Тюменском регионе..
4. Перспективы развития ресторанного бизнеса .Традиции и инновации в организациях сферы ресторанного бизнеса в Тюменском регионе и г.Тюмени. Основные принципы формирования креативного управления в организациях ресторанного бизнеса..

Тема 5. Бренд-менеджмент::создание креативного ресторана

Вопросы для обсуждения:

1. Корпоративная философия как инструмент создания фирменного стиля.
2. Имидж ресторана. Сайт ресторана.
3. Организация рекламы и паблик рилейшнз в ресторанном сервисе. Продвижение ресторанных услуг.
4. Презентация ресторана.

5. Бизнес-план открытия ресторана. План работ по открытию ресторана. Оценка финансовых вложений.
6. . Отличительные особенности российского ресторанного бизнеса. .
7. Увеличение количества и размеров сети ресторанов как основная тенденция ресторанного бизнеса

Тема 6. Особенности деятельности руководителя организации в сфере ресторанного бизнеса. Власть и влияние в организациях ресторанного бизнеса. Власть и лидерство

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие «команда управления». Формирование « коллективного разума» команды управления. Основные правила и принципы формирования «коллективного разума» команды управления в организациях ресторанного бизнеса.
2. Менеджер ресторана как бизнес – управляющий.
3. Личностно-психологические качества менеджера организации ресторанного бизнеса.
4. Власть и личное влияние менеджера ресторана .
5. Формы воздействия руководителя на подчиненных.

Тема 7. Эффективная структура управления организаций ресторанного бизнеса

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие "структура управления".
2. Специфика структуры управления в организациях ресторанного бизнеса. Проблемы в структуре управления организациями ресторанного бизнеса
3. Способы распределения полномочий в организациях ресторанного бизнеса
4. Основные принципы управления организациями ресторанного бизнеса, их характеристика.
5. Организационная структура ресторана.
6. Организация подбора персонала.
7. Группа «Офис или администрация». Группа «Сервис». Группа «Кухня». «Техническая» группа. Метрдотель главный распорядитель и организатор работы по подготовке и обслуживанию гостей в ресторане.

Тема 8. Способы формирования эффективной организационной культуры в ресторанном бизнесе

Вопросы для обсуждения:

1. Содержание понятия «организационная культура ресторана».
2. Функции, система ценностей и показатели организационной культуры ресторана .Культура общения работника ресторана с гостями.
3. Виды конфликтных ситуаций с гостями ресторана.
4. Управление конфликтами в ресторане.
5. Морально-психологический климат в трудовом коллективе ресторана. Этическая культура ресторанного сервиса.
6. Профессиональная этика работника ресторана.
7. Кодекс профессиональной этики. Особенности профессионального поведения работника рестора

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ Темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1.	Организация сферы ресторанного бизнеса как объект управления	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
2.	Современные тенденции развития менеджмента в ресторанном бизнесе	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
3.	Классификация ресторанов принципы управления ими в соответствии с видом деятельности.	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
4.	Основные особенности реализации ресторанного менеджмента в Тюменском регионе.	Чтение обязательной и дополнительной литературы
5.	Бренд-менеджмент: создание креативного ресторана	Проработка лекций
6.	Особенности деятельности руководителя организации в сфере ресторанного бизнеса. Власть и влияние в организациях ресторанного бизнеса. Власть и лидерство.	Чтение обязательной и дополнительной литературы
7.	Эффективная структура управления организаций ресторанного бизнеса	Проработка лекций
8.	Способы формирования эффективной организационной культуры в ресторанном бизнесе	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Ответы на пункты плана для практических занятий
4. Разбор практических примеров, продемонстрированных на лекциях и решенных на практических занятиях

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся теста, устного опроса, выполнения заданий по кейсам, написании эссе, подготовке докладов по теме занятий, а также проектов. Оцениваются как фактические знания студентов, так и глубина понимания и способности вычленения и интерпретации целостных смысловых конструкций, а также навыки самостоятельного поиска необходимой информации по теме занятия и ее критической оценки.

Примерный вариант кейса, предлагаемого для самостоятельной работы:

Проанализируйте ситуацию и ответьте на следующие вопросы:

1. Проведите идентификацию рисков ресторанного бизнеса в современных российских регионах.
2. Какую роль в структуре рисков играют кадровые риски?
3. Опишите структуру маркетинговых рисков для данного бизнеса?
4. От каких ключевых факторов зависит успех бизнеса в сфере общественного питания?
5. Наступление каких рисков для ресторанного бизнеса спровоцировала эпидемия коронавируса?
6. Какую роль в рискованных факторах ресторанного бизнеса играет государственная политика?
7. Насколько эффективны оказались меры государственной поддержки малого и среднего бизнеса в российских регионах в условиях наступившей эпидемии?
8. Какие антикризисные мероприятия должны быть реализованы государством в приоритетном порядке?
9. Представьте себя на месте владельца ресторана в Тюмени? Чтобы вы стали делать для преодоления эпидемического кризиса, с учетом того что продать ресторан в текущей ситуации, практически нереально? Предложите свой вариант антикризисной стратегии.

Ресторатор Игорь Бухаров: кризис заставляет задуматься о том, что нужно изменить

Игорь Бухаров — о том, как ресторанная отрасль переживает нынешний кризис, вызванный пандемией, и как правильно распорядиться тем окном возможностей, которое он все же открывает

Нынешний кризис — пятый в моей трудовой деятельности, и я смотрю на него философски и понимаю, что это — окно возможностей. Если сконцентрировать в себе все силы, найти себе соинвесторов и партнеров, то можно сделать хороший проект и выиграть. Наша отрасль — предприятия питания — многообразная: это организация питания в армии, на заводе, в детском саду, в школе. Это и буфет на вокзале, ресторан на улице и закрытые столовые. И если, скажем, школа сейчас закрылась, то люди оказались на улице. В Ярославле школьно-базовая столовая обслуживала 158 школ — это более 700 человек работников.

Или возьмем ресторан высокой кухни. В хорошем месте арендованное помещение, которое стоит гигантских денег, высококвалифицированные сотрудники, большие цены... И он тоже сейчас

закрыт. И для работников предприятий питания для школьников, и сотрудников дорогих московских ресторанов есть один общий ключевой вопрос — сколько же продлится эта история? Для школьных столовых — до 1 сентября? Или же школьники будут находиться на онлайн-обучении и дальше? В то же время если брать организацию питания где-то на буровой или в армии, то там работают столовые, и они продолжают кормить людей. Так что отрасль в целом по-разному сталкивается с нынешним кризисом. Однако очевидно, что по ресторанному бизнесу нанесен очень сильный удар. Хотя теоретически рестораны не закрыты — там не работает зал обслуживания. И получается такая двойная история. Ведь вам вроде бы разрешено работать на доставку. Однако если у вас даже и была доставка, то она вам приносила 10–15% дохода. Большие предприятия, которые работали на доставку, могли давать чуть больше. Однако, как правило, ресторанам, у которых основной поток шел через зал, который сейчас не работает, доставка далеко не всегда дает возможность существовать. Потому что даже 10–15% от товарооборота, который был, ничего вам не даст — это убыток. Обращаться же к агрегаторам доставки тоже не решение, потому что их услуги стоят слишком дорого. Если бы сказали, что 1 мая вы уже откроетесь, то это — одна ситуация. Как понимаю, в таком случае уйдет с рынка около трети предприятий — тех, которые неправильно выбрали концепцию, неправильно подобрали меню, выбрали помещение со слишком большой арендой и т.д. Если карантин продлится и в мае, что, скорее всего, произойдет, то все еще усложнится — людям нужно же платить зарплату и сохранить еще часть денег на открытие заведения. Оптимальный вариант для предпринимателя — договориться со своим персоналом, как это было в 1998, 2008 и 2014 годах. Сказать, что сейчас весна, посидите месяц без сохранения на даче у себя или возвращайтесь на время в свой город, если иногородний. Идите на биржу труда, получите хоть какие-то деньги. Если я вам сейчас заплачу, то я не смогу открыться, у меня денег не будет. Закрыть ресторан проще простого — повесил замок и ушел, а открыть — это уже как запустить новое предприятие. Сегодня все усложняется тем, что рестораторы даже не понимают, какой будет спрос после коронавируса (если раньше мы говорили: до войны и после, то теперь будем говорить: до коронавируса и после). Пока можно только точно сказать, что изменятся потребительские свойства, упадет платежеспособность. Один из основных вопросов — отношения с арендодателем. Он вам говорит: вы же работаете, это ваши предпринимательские риски, займите деньги в банке, но заплатите за аренду. Однако в банк можно прийти, если понимать, как вы будете работать дальше. При этом в переговорах с арендодателями тоже не все так однозначно. Ведь зачастую им также можно напомнить про предпринимательские риски. Они сами часто закредитованы. У вас были деньги построить один торговый центр, а вам банк дал денег, и вы построили три. Теперь вы говорите, что вы закредитованы... Хорошо, я, владелец ресторана, уйду сейчас, но что — очередь выстроится на мое место? Конечно, в нынешних условиях такого не будет. В середине апреля мы организовали подписание декларации, в которой выражаем солидарность со своими коллегами-рестораторами в их переговорах с арендодателями. Последних мы призываем договориться. Мы сделали то же самое в 2014 году — тогда это сняло накал. Во время любого кризиса кто-то становится богаче, а кто-то беднее. У нас до недавнего времени предприятий в формате dark kitchen — фабрик без залов обслуживания, которые работают только на доставку, — не было. Думаю, что они будут появляться сейчас. Не останутся в стороне от процесса и большие супермаркеты — они будут отдавать часть своих помещений под кухню готовой продукции и будут доставлять ее по своему району. Не трудно представить, как это скажется на ресторанах. При этом рестораны высокой кухни, их в Москве, например, 2,5–3 тыс., останутся. Люду будут к ним ходить из тех, кто зарабатывает на кризисе. И, с другой стороны, останется "Макдоналдс". А вот те семейные, небольшие ресторанчики, куда вы приходите с удовольствием, вы всех там знаете, может быть, живете в одном районе, сегодня могут уйти с рынка. Это не значит, что они обязательно уйдут: если владелец помещения адекватный, то ему нужно, чтобы оно не простаивало.

В целом же нам нужна новая экономическая политика — не как набор мер из 1921 года, а как лозунг. Нужно, чтобы были устранены мешающие развитию экономики законодательные препоны — казуистические законы, часто противоречащие друг другу. Сейчас видно, что очень многие вещи можно сделать онлайн. Так давайте переведем еще больше государственных услуг в онлайн, чтобы не надо было ходить ни по каким конторам, чтобы не заставляли собирать разные бумаги. По словам главы Федерации рестораторов и отельеров, в связи с ограничениями, введенными для борьбы с эпидемией COVID-19, сейчас не работают три четверти предприятий питания, но на помощь государства они не смогут рассчитывать

Доклады, предлагаемые для самостоятельной подготовки:

1. Активизация и повышение роли человеческого фактора в исследовательской и управленческой деятельности организации ресторанного бизнеса.
2. Понятие «творческая активность» в ресторанном бизнесе.
3. Инновационные технологии формирования творческой активности в менеджменте ресторанного бизнеса
4. Способы организации деятельности персонала ресторанного бизнеса.
5. Методы активизации поиска и решения инновационных задач в организации ресторанного бизнеса.
6. Роль конфликтных ситуаций в становлении менеджмента ресторанного бизнеса.
7. Роль руководителей в повышении творческой активности деятельности группы в организациях ресторанного бизнеса.

Тестовые задания с вопросами открытого и закрытого типа, предлагаемые для самостоятельной проработки:

2. Тестовые задания открытого и закрытого типа

1. К _____ факторам, влияющим на реализацию креативности в организации, относятся: позитивное восприятие организационной культуры; уважение собственного достоинства сотрудников ; разнообразие используемых знаний и навыков.

- 1) субъективным
- 2) внутренним
- 3) неизменяемым
- 4) объективным

2. Креативные решения в ресторанном бизнесе необходимы для:

- 1) разработки стратегического развития организации
- 2) преодоления кризисных ситуаций
- 3) формирования системы профессионального развития персонала
- 4) создания корпоративной культуры

3. Главными признаками инновационных решений в ресторанном бизнесе являются:

- 1) творческий подход
- 2) продуманность формулирования
- 3) гибкость и внезапность
- 4) направленность на системные изменения

4. Нестандартные управленческие решения в ресторанном бизнесе тиражируются посредством:

- 1) консалтинга

- 2) лизинга
- 3) франшизы
- 4) прямой продажи

5. Инновационный менеджмент в ресторанном бизнесе базируется на методологии:

- 1) системно-креативного анализа
- 2) ситуационно-творческого подхода
- 3) процессного изучения среды
- 4) частного и общего

6. Метод _____ основан на построении связанного графа, выражающего соподчинение и взаимосвязи всех целей.

- 1) Дельфи

7. Морфологический анализ предполагает:

- 1) системный охват множества вариантов решения проблем
- 2) разработку креативных управленческих решений
- 3) структурирование целей организации
- 4) выявление аналогий с известными ранее ситуациями

Тематика эссе, предлагаемых для написания и творческого осмысления:

1. Полновесные рестораны, их характеристика.
2. Специализированные рестораны, их основные виды..
3. Рестораны быстрого обслуживания.
4. Рестораны национальной кухни.
5. Семейные рестораны. Тематические рестораны.
6. Концепция ресторанного сервиса. Факторы, определяющие возможность эффективной работы ресторана.
7. Выбор места расположения.
8. Оценка и формирование спроса на услуги ресторанного бизнеса.
9. Бизнес-география: наличие конкурирующих предприятий общественного питания.
10. Формирование и оформление меню ресторана.
11. Технологический процесс в ресторане.
12. Меню как основа, определяющая всю деятельность ресторана.
13. Типы меню.
14. Порядок расположения блюд в меню.
15. Классификация блюд: «звезды», «загадки», «рабочие лошадки», «собачки».
16. Определение цен.
17. Факторы, которые должны быть учтены при составлении меню.
18. Оформление меню.
19. Организация производственно-технологического процесса в ресторане.
20. Цеховая структура производства в ресторане.
21. Технологическое оборудование помещений ресторана.
22. Комплекс оборудования цехов ресторана на основе взаимосвязанных модульных элементов. Подбор технологического оборудования.
23. Посуда и приборы. Мебель.
24. Трудовой коллектив ресторана и его структура.
25. Подготовка и процесс обслуживания гостей.
26. Организационная структура ресторана

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

6.1 Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Форма проведения промежуточной аттестации (зачета) по дисциплине – устное собеседование обучающегося с преподавателем по списку вопросов. Аргументированный ответ на вопросы преподавателя по одному фильму – максимум 10 баллов. Обучающиеся, совокупно набравшие по итогам работы в семестре и в ходе итогового собеседования 61 балл и более, получают зачет по дисциплине. Обучающиеся, по итогам текущего контроля успеваемости в семестре набравшие 61 балл и более, получают зачет автоматом без прохождения итогового собеседования.

Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации (зачету):

1. Сущность понятия "Менеджмент в ресторанном бизнесе".
2. Классификация ресторанов.
3. Концепция и профиль ресторана.
4. Классификация предприятий общественного питания.
5. Требования и нормы для разных типов и классов предприятий общественного питания. Основные типы предприятий общественного питания: ресторан, кафе, бар, кофейня, столовая и др.
6. Полновесные рестораны, их характеристика.
7. Специализированные рестораны, их основные виды.
8. Концепция ресторанного сервиса.
9. Факторы, определяющие возможность эффективной работы ресторана.
10. Выбор места расположения.
11. Оценка и формирование спроса на услуги ресторанного бизнеса.
12. Бизнес-география: наличие конкурирующих предприятий общественного питания.
13. Формирование и оформление меню ресторана.
14. . Классификация блюд: «звезды», «загадки», «рабочие лошадки», «собачки». Определение цен.
15. Факторы, которые должны быть учтены при составлении меню. Оформление меню.
16. Организация производственно-технологического процесса в ресторане.
17. Цеховая структура производства в ресторане.
18. Технологическое оборудование помещений ресторана.
19. Комплекс оборудования цехов ресторана на основе взаимосвязанных модульных элементов.
20. . Организация подбора персонала.
21. Метрдотель главный распорядитель и организатор работы по подготовке и обслуживанию гостей в ресторане.
22. Кадровая политика ресторана.
23. .Основные типы и формы ресторанного обслуживания.
24. . Новые формы обслуживания. Кейтеринг. Мерчендайзинг .Содержание понятия «корпоративная культура ресторана».
25. Функции, система ценностей и показатели корпоративной культуры ресторана.
26. Культура общения работника ресторана с гостями.
27. Этическая культура ресторанного сервиса. Профессиональная этика работника ресторана.
28. .Маркетинговая политика ресторана .

6.2 Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

Карта критериев оценивания компетенций

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1.	ПК-1-способен осуществлять стратегический анализ, участвовать в разработке и реализации корпоративных ,конкурентных и функциональных стратегий	1.Знает сущность стратегического анализа ; 2.Знает основные направления разработки и реализации корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий	Конспекты материалов использованных для подготовки к занятию.	1. Изучение авторитетных источников по проблемам практического занятия(отечественных и зарубежных)
			Устный опрос в ходе практических занятий.	2. Ссылки в ответах на разные источники в процесса обсуждения, знание практических примеров по обсуждаемой теме. 3. Использование дополнительных теоретических и практических материалов в сфере креативного менеджмента для ответа на вопросы по теме занятия.
		Умеет реализовывать стратегический анализ в	Итоговое собеседование на зачете.	1. Ссылки на авторитетные источники информации по проблемам креативного менеджмента в ходе собеседования. 2. Привлечение для аргументации по проблемам креативного разных видов информации(статистической, научной , а также примеров из практической деятельности зарубежных и отечественных менеджеров и т.д.).
			Участие в разрабатываемых группой проектов	1. Выделение основных проблем в предлагаемом проекте 2. Активное участие

		практической деятельности организации ресторанного бизнеса		в его создании и реализации в ходе практического занятия.
			Устный опрос в ходе практических занятий и решение кейсов.	1. Понимание основной проблемы описываемой ситуации и умение ее решить нестандартными способами.. 2. Устная (в ходе опроса) и письменная (в конспектах) фиксация источников и конкретных мест в них, позволивших получить необходимую информацию.
			Итоговое собеседование на зачете.	1. Привлечение самостоятельно найденного теоретического и практического материала в сфере креативного менеджмента для обоснования собственной точки зрения. 2. Использование доступных баз данных и информационных ресурсов для формирования собственного креативного мышления.
2.	ПК -4 - способен использовать методы, инструменты технологии управления человеческими ресурсами при решении профессиональных задач	Знает эффективные методы, инструменты и технологии управления человеческими ресурсами в организациях ресторанного	Конспекты материалов использованных для подготовки к занятию.	1. Изучение авторитетных источников по проблемам практического занятия(отечественных и зарубежных)
			Устный опрос в ходе практических занятий.	1. Ссылки в ответах на разные источники в процесса обсуждения, знание практических примеров по обсуждаемой теме. 2.Использование дополнительных

				теоретических и практических материалов в сфере креативного менеджмента для ответа на вопросы по теме занятия.
			Итоговое собеседование на зачете.	1.Ссылки на авторитетные источники информации по проблемам креативного менеджмента в ходе ответа на вопросы.
	Умеет применять на практике методы, инструменты технологии управления человеческими ресурсами при решении профессиональных задач в организациях ресторанного бизнеса	Участие в разрабатываемых группой проектов	1.Выделение основных проблем в предлагаемом проекте 2.Активное участие в его создании и реализации в ходе практического занятия.	
Устный опрос в ходе практических занятий и решение кейсов.		1.Понимание основной проблемы описываемой ситуации и умение ее решить нестандартными способами.. 2.Устная (в ходе опроса) и письменная (в конспектах) фиксация источников и конкретных мест в них, позволивших получить необходимую информацию.		
Итоговое собеседование на зачете		1. Привлечение самостоятельно найденного теоретического и практического материала в сфере креативного менеджмента для обоснования собственной точки зрения. 2.Использование доступных баз данных и информационных ресурсов для формирования собственного креативного мышления.		

--	--	--	--	--

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература:

1. Беляев, Ю. М. Инновационный менеджмент : учебник для бакалавров / Ю. М. Беляев. - 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 218 с. - ISBN 978-5-394-03555-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093437> (дата обращения: 26.05.2020). – Режим доступа: по подписке

2. Кожухар, В. М. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / Кожухар В.М. - Москва : Дашков и К, 2018. - 292 с.: ISBN 978-5-394-01047-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/351616> (дата обращения: 26.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

3. Милл, Р.К. Управление рестораном: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Социально-культурный сервис и туризм», «Экономика и управление на предприятии (в сфере сервиса)», «Менеджмент в сфере услуг», «Управление персоналом»/ Р.К. Милл; пер. с англ. — 3-е изд. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 535 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-01589-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028831> (дата обращения: 26.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

4. Хмырова, С.В. Ресторанный маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Социально-культурный сервис и туризм», «Экономика и управление на предприятии (в сфере сервиса)», «Менеджмент в сфере услуг», «Управление персоналом» / С.В. Хмырова. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.-255 с. - ISBN 978-5-238-01670-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028576> (дата обращения: 26.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.2 Дополнительная литература:

1. Боно де, Э. Гениально! Инструменты решения креативных задач / Боно де Э., - 2-е изд. - Москва : Альпина Пабли., 2016. - 381 с. (Мировой бестселлер) ISBN 978-5-9614-5463-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/542525> (дата обращения: 26.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

2. Дармилова, Ж. Д. Инновационный менеджмент : учебное пособие для бакалавров / Ж. Д. Дармилова. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 168 с. - ISBN 978-5-394-03476-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093015> (дата обращения: 26.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

3. Медынский, В. Г. Инновационный менеджмент : учебник / В.Г. Медынский. – Москва : ИНФРА-М, 2017. – 295 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-002226-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/768557> (дата обращения: 26.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.3. Интернет-ресурсы

1. www.inno.ru
2. www.innovationtools.com
3. www.innovbusiness.ru
4. www.invur.ru
5. www.quality.eup.ru
6. www.rsci.ru
7. www.trizminsk.org.ru
8. www.unova.ru
9. www.invur.ru
10. www.quality.eup.ru
11. www.rsci.ru
12. www.trizminsk.org.ru
13. www.unova.ru

7.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс. <http://www.consultant.ru/>
2. Межвузовская электронная библиотека (МЭБ). <https://icdlib.nspu.ru/>
3. Национальная электронная библиотека. <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Лицензионное ПО, в том числе и отечественного производства :
платформа для электронного обучения Microsoft Teams

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ

Н.К. Федорова
23.06.2021

МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(очная форма обучения)

Шумилова Ю.А., Красовская Н. В. Методы продвижения в социальных сетях. Рабочая программа для обучающихся по направлениям подготовки (специальностям), реализуемым по индивидуальным образовательным траекториям, очная форма обучения. Тюмень, 2021.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ:
<http://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

© Тюменский государственный университет, 2021.

© Красовская Н. В., 2021.

1. Пояснительная записка

Сегодня социальные сети играют в жизни современного человека огромную роль. Причем люди таким образом могут не только общаться, но еще и делиться советами, профессиональными навыками, продавать свои товары и продвигать свои услуги, покупать товары и прочее. Поэтому знание методов продвижения в социальных сетях является одной из актуальных и востребованных тем в настоящее время.

Цель изучения дисциплины- формирование у студентов направления " Менеджмент" знаний о принципах функционирования социальных медиа и навыков эффективного их использования в профессиональной деятельности.

Задачи:

- формирование базовых знаний о специфике социальных медиа как нового типа средств массовой информации и коммуникации;
- формирование основ практических умений организации работы с социальными медиа;
- формирование навыков профессионального совершенствования в ходе изучения новых социальных сервисов и работы с ними;
- реализация коммуникативных, технических и эвристических способностей в ходе работы с социальными сервисами.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), часть, формируемая участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты обучения: (знаниевые/функциональные)
ПК-3: Способность формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга	ПК-3.	Знает основные методы продвижения в социальных сетях. Умеет самостоятельно и правильно выбирать инструменты продвижения в социальных сетях. Умеет планировать и организовывать мероприятия по продвижению в социальных сетях. Умеет оценивать эффективность продвижения в социальных сетях.
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.	Знает основные принципы и методы работы в социальных сетях. Знает виды и способы формирования контента в социальных сетях. Умеет составлять продающие тексты. Умеет вести коммуникацию с клиентами в социальных сетях

2. Структура и трудоемкость дисциплины

Таблица 1

Вид учебной работы		Всего часов	Часов в семестре
			7
Общая трудоемкость	зач. ед.	4	4
	час	144	144
Из них:			
Часы контактной работы (всего):		50	50
Лекции		16	16
Практические занятия		34	34
Лабораторные / практические занятия по подгруппам		0	0
Консультации и иная контактная работа		0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося		94	94
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф. зачет, экзамен)		Зачет	Зачет

3. Система оценивания

Проверка теоретических знаний студента осуществляется в процессе сдачи зачёта, который проходит в устной форме по указанным в перечне вопросам, студенту задается 2 вопроса из списка вопросов к зачету. При сдаче зачёта учитывается посещение студентом семинарских занятий и активность участия в них, а также отметки, полученные при проведении текущего контроля.

Оценка «**зачет**» выставляется студенту, сформулировавшему достаточно полные и правильные ответы на поставленные вопросы. При ответе студент продемонстрировал владение основными терминами логистики, логически верно и аргументировано выстраивал свой ответ, знал содержание учебной и научной литературы. Студент также правильно ответил на уточняющие и дополнительные вопросы.

Оценка «**незачет**» выставляется студенту, если он не дал ответа хотя бы по одному вопросу, либо дал неверные, содержащие фактические ошибки ответы на все вопросы, не смог ответить на дополнительные и уточняющие вопросы. Оценка «незачет» ставится студенту, отказавшемуся отвечать или не явившемуся на зачёт.

Если студент во время подготовки к ответу пользовался запрещенными материалами (средства мобильной связи, карманные компьютеры, шпаргалки и т.д.) и данный факт установлен преподавателем, принимающим зачет, то ему также выставляется оценка «незачет».

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			Консультации и иная контактная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные /практические занятия по подгруппам	

1	2	3	4	5	6	7
1.	Основы Social Media Marketing (SMM)	28	2	6	0	0
2.	Продвижение во "ВКонтакте"	28	4	7	0	0
3.	Продвижение в "Facebook"	28	2	7	0	0
4.	Продвижение в "Инстаграм"	30	4	7	0	0
5.	Продвижение в "YouTube"	30	4	7	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

3.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

Тема 1. "Основы Social Media Marketing (SMM)"

Преимущества социальных сетей. Целевая аудитория SMM. Задачи SMM-кампании. Стратегия продвижения в социальных сетях. Определение целевой аудитории. Определение ключевых задач кампании. Подбор площадок с высокой концентрацией ЦА. Определение поведенческих особенностей аудитории. Разработка контентной стратегии. Определение системы метрик. Определение необходимых ресурсов. Разработка календарного плана. Оценка эффективности и коррекция кампании.

Тема 2. "Продвижение во "ВКонтакте""

Анализ текущей деятельности в социальной сети. Анализ целевой аудитории. Анализ конкурентов. Формирование УТП. Создание продающей группы (сообщества). Техническая настройка продающей группы. Настройка приложений. Оформление. Принципы создания контента. Рубрики и хештеги. Идеи для контента. План публикаций. Автопостинг. Визуальное оформление постов. Способы продвижения. Платные и бесплатные способы продвижения. Подбор сообществ для рекламы. Таргетированная реклама. Мониторинг группы (сообщества), анализ вовлеченности аудитории. Монетизация личной страницы.

Тема 3. "Продвижение в "Facebook""

Анализ текущей деятельности в социальной сети. Анализ целевой аудитории. Анализ конкурентов. Формирование УТП. Создание продающей группы. Техническая настройка продающей группы. Настройка приложений. Оформление. Принципы создания контента. Рубрики и хештеги. Идеи для контента. План публикаций. Автопостинг. Визуальное оформление постов. Способы продвижения. Платные и бесплатные способы продвижения. Подбор сообществ для рекламы. Таргетированная реклама. Мониторинг группы, анализ вовлеченности аудитории. Монетизация личного профиля.

Тема 4. "Продвижение в "Инстаграм""

Анализ текущей деятельности в социальной сети. Анализ целевой аудитории. Анализ конкурентов. Формирование УТП. Монетизация профиля. Создание профиля. Оформление. Принципы создания контента. Рубрики и хештеги. Идеи для контента. План публикаций. Автопостинг. Визуальное оформление постов. Способы продвижения. Платные и бесплатные способы продвижения. Подбор блогеров для рекламы. Таргетированная реклама. Мониторинг профиля, анализ вовлеченности аудитории.

Тема 5. "Продвижение в "YouTube""

Цель и идея. Упаковка. Общение с аудиторией. Привлечение зрителей. Монетизация канала.

Планы практических занятий

Тема 1. "Основы Social Media Marketing (SMM)"

Вопросы для обсуждения:

1. Виды социальных сетей.
2. Наиболее популярные социальные сети.
3. Понятие SMM
4. Этические вопросы при использовании инструментов SMM.
5. Особенности поведения посетителей соцсетей.
6. Использование соцсетей в маркетинговых целях.
7. Характеристики поколений X, Y, Z, особенности их медиапотребления.
8. Функции SMM-специалистов

Тема 2. "Продвижение во "ВКонтакте""

Вопросы для обсуждения:

1. Системы мониторинга и аналитики.
2. Создание контент-плана (плана постинга)
3. Конверсия и лидогенерация в соцмедиа
4. KPI маркетинговой деятельности в социальных медиа.

Задание: настройка таргетированной рекламы ВКонтакте.

Тема 3. "Продвижение в "Facebook""

Задание: Создание и продвижение продающей группы.

Тема 4. "Продвижение в "Инстаграм""

Вопросы для обсуждения:

1. Основные типы контента
2. Где искать идеи для контента
3. Пишем пост
4. Дизайн и оформление
5. Конкурсы, интерактивы, вовлечение

Тема 5. "Продвижение в "YouTube""

Задание. Разработка индивидуального медиапроекта.

Образцы средств для проведения текущего контроля

Темы контрольных работ

1. Структура социальных связей внутри сети Instagram и её влияние на привлечение аудитории
2. Влияние рекламы, интегрируемой в видео-контент блогера на YouTube, на восприятие зрителями самого блогера

3. Использование социальных медиа в индустрии моды при разработке стратегий продвижения молодых российских брендов
4. Влияние социальных сетей на представления аудитории о здоровом образе жизни
5. Создание и настройка таргетированной рекламы в FB и Вконтакте.
6. Сравнительный анализ и особенности работы FB и Вконтакте.
7. «Умная лента» в соцсетях.
8. Отношение молодежи к социальной сети Instagram
9. Тревел-блогинг в ВК как PR инструмент в тревел-индустрии
9. Использование социальной сети в качестве новостного канала
10. SMM как фактор влияния на формирование образа жизни молодежи
10. Монетизация аккаунта в социальных сетях
11. Аккаунты знаменитостей в социальных сетях как инструмент продвижения модных тенденций
11. Социальные сети как инструмент продвижения мобильных приложений
12. Особенности продвижения образовательных товаров в социальных сетях
13. Факторы, влияющие на восприятие дизайна социальной сети потребителями
14. SMM-технологии: методы, каналы, инструменты
15. ЧЕК ЛИСТ Онлайн сервисы для предпринимателей
16. Особенности создания группы в ВКонтакте и в Одноклассниках

Тестовые задания

1. SMM – это:
 - 1) эффективный способ привлечения аудитории на сайт посредством социальных сетей, блогов, форумов, сообществ.
 - 2) таргетированная реклама в Facebook.
 - 3) оптимизация сайта.
2. Контент – это:
 - 1) все, что присутствует на сайте: текстовое содержание, изображения, аудио, видео и прочие файлы любых расширений.
 - 2) все, что можно скачать на сайте (фото и видео).
 - 3) то, что можно заказать на сайте (товары и услуги).
3. Инструменты, с помощью которых следует рекламировать сообщество в социальных сетях:
 - 1) Таргетированная реклама.
 - 2) 2 Офферы.
 - 3) Френдинг.
 - 4) Спам.
4. В какой социальной сети наибольший процент активных авторов это мужчины?
 - 1) Instagram.
 - 2) LiveJournal.
 - 3) Вконтакте.
 - 4) Одноклассники.
5. Как правильно поступать с негативными отзывами о продукте/услуге в соц.медиа?
 - 1) Удалить комментарий.
 - 2) Разыскать автора комментария и наказать.
 - 3) Забанить автора комментария.
 - 4) Вступить в диалог с автором комментария.
6. Какое ограничение на количество символов для постов в Instagram?
 - 1) 2200
 - 2) 1100
 - 3) 3300

- 4) Без ограничений
7. Где вы можете узнать, когда подписчики ваших страниц в Facebook находятся в сети?
- 1) В отчете "Нравится" в Facebook Insights
 - 2) В отчете о публикациях в Facebook Insights
 - 3) В отчете о событиях в Facebook Insights
 - 4) В отчете по аудитории в Facebook Insights
8. Как часто лучше размещать публикации на YouTube?
- 1) 2 видео в месяц
 - 2) 2 видео в неделю
 - 3) 3-5 видео в месяц
 - 4) 1 видео в день
9. Какое ограничение по хэштегам для постов в Instagram?
- 1) 10
 - 2) 30
 - 3) 100
 - 4) 50
10. Как часто эффективнее всего публиковать посты в Instagram?
- 1) 3-5 постов в неделю
 - 2) 3-5 постов в месяц
 - 3) 1-3 поста в день
 - 4) 1-3 поста в неделю
11. Несколько изображений в одном посте в Instagram:
- 1) Instagroup
 - 2) Альбом
 - 3) Коллаж
 - 4) Карусель

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ темы	Темы	Виды СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1	Основы Social Media Marketing (SMM)	Чтение обязательной и дополнительной литературы
2	Продвижение во "ВКонтакте"	Чтение обязательной и дополнительной литературы
3	Продвижение в "Facebook"	Проработка лекций, подготовка к практическим занятиям, контрольным работам
4	Продвижение в "Инстаграм"	Проработка лекций, подготовка к практическим занятиям, контрольным работам
5	Продвижение в "YouTube"	Чтение обязательной и дополнительной литературы

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Ответы на пункты плана для практических занятий

4. Разбор практических примеров, продемонстрированных на лекциях и решенных на практических занятиях

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся теста, контрольной работы.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

6.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Форма проведения зачета – устный опрос по указанным в перечне вопросам.

Вопросы к зачету:

1. Преимущества социальных сетей.
2. Целевая аудитория SMM.
3. Задачи SMM-кампании.
4. Стратегия продвижения в социальных сетях.
5. Определение целевой аудитории в SMM.
6. Определение ключевых задач кампании.
7. Подбор площадок с высокой концентрацией ЦА.
8. Определение поведенческих особенностей аудитории.
9. Разработка контентной стратегии.
10. Определение системы метрик.
11. Определение необходимых ресурсов.
12. Разработка календарного плана.
13. Оценка эффективности и коррекция кампании.
14. Анализ текущей деятельности в социальной сети.
15. Формирование УТП.
16. Создание продающей группы (сообщества).
17. Техническая настройка продающей группы. Настройка приложений.
18. Принципы создания контента. Оформление.
19. Рубрики и хештеги.
20. Идеи для контента.
21. План публикаций.
22. Автопостинг.
23. Визуальное оформление постов.
24. Способы продвижения. Платные и бесплатные способы продвижения.
25. Подбор сообществ для рекламы.
26. Таргетированная реклама.
27. Мониторинг группы (сообщества), анализ вовлеченности аудитории.
28. Монетизация личной страницы.
29. Особенности продвижения в "Facebook"
30. Особенности продвижения в "Инстаграм"
31. Особенности продвижения в "YouTube"
32. Монетизация YouTube-канала.

6.1. Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания

1.	ПК-3: Способность формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга	Знает основные методы продвижения в социальных сетях. Умеет самостоятельно и правильно выбирать инструменты продвижения в социальных сетях. Умеет планировать и организовывать мероприятия по продвижению в социальных сетях. Умеет оценивать эффективность продвижения в социальных сетях.	Тестовые задания, ситуации /практические задания, вопросы к зачету	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимая вопроса и правильности выполнения предложенных заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".
2	УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знает основные принципы и методы работы в социальных сетях. Знает виды и способы формирования контента в социальных сетях. Умеет составлять продающие тексты. Умеет вести коммуникацию с клиентами в социальных сетях	Тестовые задания, ситуации /практические задания, вопросы к зачету	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимая вопроса и правильности выполнения предложенных заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература:

1. Сенаторов, А. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях: Учебное пособие / Сенаторов А. - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 153 с.: ISBN 978-5-9614-5526-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002559> (дата обращения: 26.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Ветцель, К. Я. Интернет-маркетинг : учебное пособие / К. Я. Ветцель. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2018. - 176 с. - ISBN 978-5-7638-4010-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1818952> (дата обращения: 25.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

7.2. Дополнительная литература:

1. Кеннеди, Д. Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум: Учебное пособие / Кеннеди Д. - М.: Альпина Паблишер, 2017. - 344 с.: ISBN 978-5-9614-6179-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002298> (дата обращения: 26.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Кэннелл, Ш. Секреты продвижения на YouTube: как увеличить количество подписчиков и много зарабатывать / Шон Кэннелл, Бенджи Трэвис ; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 192 с. - ISBN 978-5-9614-2922-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1222037> (дата обращения: 25.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

3. Лапидус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лапидус. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5ad4a78dae3f27.69090312. - ISBN 978-5-16-013640-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241988> (дата обращения: 26.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

4. Смолина, В.А. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях : практ. пособие / В.А. Смолина. - Москва : Инфра-Инженерия, 2019. - 252 с. - ISBN 978-5-9729-0259-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1053378> (дата обращения: 26.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

5. Старов, С. А. Управление брендами : учебник / С. А. Старов. - 4-е изд., перераб. - Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2021. - 557 с. - ISBN 978-5-288-06100-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840353> (дата обращения: 25.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

7.3. Интернет-ресурсы

www.likeni.ru - интернет-издание о digital, social и креативном маркетинге

www.rusability.ru - статьи и инфографика об интернет-маркетинге, контенте, юзабилити и соцсетях.

www.cossa.ru/ - интернет-издание о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде

<https://texterra.ru/> - информация и лонгриды об интернет-маркетинге и контенте.

ВКонтакте для бизнеса: подробное практическое руководство. — Бесплатное электронное издание. — ООО «Интернет-маркетинг», 2017. - Текст : электронный. - URL: <https://beseller.by/assets/images/books/prodvizheniye-vkontakte.pdf> (дата обращения: 12.05.2021). – Режим доступа: свободный.

Практикум по видеорекламе: настройки, кейсы, продакшн. — Бесплатное электронное издание. — ООО «Эффективный консультант», 2016. Текст : электронный. - URL: https://leadzavod.com/wp-content/uploads/2017/09/Praktikum_po_videoreklame.compressed.pdf (дата обращения: 12.05.2021). – Режим доступа: свободный.

Instagram для бизнеса: 40 хаков и готовых решений. — Бесплатное электронное издание. — ООО «Интернет-маркетинг», 2017. Текст : электронный. - URL: <https://beseller.by/assets/images/books/instagram-dlya-biznesa.pdf> (дата обращения: 12.05.2021).
– Режим доступа: свободный.

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>

Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>

Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам.

Лицензионное ПО, в том числе отечественного производства:

платформа для электронного обучения Microsoft Teams.

Свободно распространяемые ПО, в том числе отечественного производства:

Adobe Reader;

7-Zip

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду. Мультимедийные аудитории должны быть с возможностью просмотра видеофильмов, должен быть звук. Аудитория должна быть оборудована шторами для затенения, системой кондиционирования. Мебель в аудитории должна быть установлена с возможностью свободной перестановки.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ

Н.К. Федорова
23.06.2021

ОСНОВЫ "ЗЕЛЕНОГО" МАРКЕТИНГА
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(очная форма обучения)

Данилова Е.П., Красовская Н.В. Основы «зеленого» маркетинга. Рабочая программа дисциплины для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль): Общий и функциональный менеджмент, формы обучения очная, очно-заочная. Тюмень, 2021.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ:
<http://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

© Тюменский государственный университет, 2021.

© Данилова Е.П., Красовская Н.В., 2021.

1. Пояснительная записка

Дисциплина «Основы «зеленого» маркетинга» входит в блок дисциплин по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, и является актуальной для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, так как раскрывает сущность экологического маркетинга.

Цель дисциплины - сформировать у студентов направления "Менеджмент" систему знаний в области "зеленого" маркетинга, а также практические навыки применения способов, приемов, инструментов, методов и особенностей осуществления "зеленого" маркетинга.

Основными **задачами** дисциплины являются:

- изучение теоретических основ "зеленого" маркетинга;
- изучение новейших инструментов формирования и реализации комплекса "зеленого" маркетинга на различных уровнях;
- приобретение практических навыков применения маркетинговых методов и приемов на рынке экологических товаров.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты обучения: (знаниевые/функциональные)
ПК-3: Способность формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга.	ПК-3.	Знает практические аспекты определения, реализации и контроля выполнения задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга. Умеет формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга, с учетом специфики организации.
УК-8: Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.	УК-8.	Знает правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, оказания первой помощи и способы участия в восстановительных мероприятиях. Умеет соблюдать и разъяснять правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, оказывать первую помощь и участвовать в восстановительных мероприятиях.

2. Структура и трудоемкость дисциплины

Таблица 1

Вид учебной работы		Всего часов	Часов в семестре
			6
Общий объем	зач. ед.	4	4
	час	144	144
Из них:			
Часы контактной работы (всего):		50	50
Лекции		16	16
Практические занятия		34	34
Лабораторные / практические занятия по подгруппам		0	0
Консультации и иная контактная работа		0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося		94	94
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф. зачет, экзамен)		Зачет	Зачет

3. Система оценивания.

3.1. Для текущего контроля успеваемости студентов очной формы обучения используется 100-балльная система оценивания, для студентов очно-заочной формы обучения – пятибалльная РФ.

Работа студентов очной формы обучения на учебных встречах оценивается в баллах. Типовые виды работ и ориентировочные баллы следующие:

на лекционных учебных встречах оценивается:

- посещение - 1 балл при наличии конспекта.

на семинарах студенты получают баллы за следующие виды работ:

- кейс – 5-10 баллов,

- практическое задание – 5-10 баллов,

- разработка и защита проекта – 20 баллов.

В рамках разных тем семинарских учебных встреч выполняются разные виды работ. Система оценивания разработана таким образом, что максимально студент может набрать в течение семестра 100 баллов. В случае, если студент набирает 61 балл, он получает зачет. Студенты, набравшие менее 61 балла, сдают зачет устно в форме собеседования по вопросам к зачету.

Работа студентов очно-заочной формы обучения на учебных встречах оценивается по пятибалльной системе. Студенты очно-заочной формы обучения, посетившие все учебные встречи и выполнившие все предложенные виды работ на положительные оценки, получают зачет. Остальные студенты сдают зачет устно в форме собеседования по вопросам к зачету.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2.1

Тематический план дисциплины для обучающихся по очной форме обучения

№ п/п	Наименование тем и/или	Объем дисциплины (модуля), час.		
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)	Консультации и

	разделов		Лекции	Практические занятия	Лабораторные/практические занятия по подгруппам	иная контактная работа
1	2	3	4	5	6	7
1.	Возникновение и сущность "зеленого" маркетинга	22	2	6	0	0
2.	Тенденции развития "зеленого" маркетинга	24	4	4	0	0
3.	Типы потребителей в "зеленом" маркетинге	24	4	4	0	0
4.	Особенности применения "зеленого" маркетинга	24	2	6	0	0
5.	Обоснование направлений развития рынка экологических товаров	24	2	10	0	0
6.	Итоговое занятие по курсу (защита проектов)	26	2	4	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

Тема 1. "Возникновение и сущность "зеленого" маркетинга"

Сущность "зеленого" маркетинга в ретроспективе. Цели, задачи и направления развития "зеленого" маркетинга. Оценка воздействия хозяйствования человечества на окружающую среду и концепция устойчивого развития. Мировые тенденции проникновения экологических аспектов в общественные движения и бизнес.

Тема 2. "Тенденции развития "зеленого" маркетинга"

Состояние и тенденции развития экологических потребностей. Факторы развития экологических потребностей, методы их выявления. Типы товаров по уровню экологичности.

Тема 3. "Типы потребителей в "зеленом" маркетинге"

Типы потребителей по экологичности поведения. Готовность потребителей к уплате ценовой надбавки за экологичность товаров разного типа. Анализ мотивации потребления экологических товаров. Экоатрибутивность потребительского выбора и его типы по мотивации.

Тема 4. "Особенности применения "зеленого" маркетинга"

Особенности продвижения экологических товаров на рынке. Экологическая маркировка. Гринвошинг как недобросовестный инструмент "зеленого" маркетинга.

Тема 5. "Обоснование направлений развития рынка экологических товаров"

Оценка соответствия экологического товара разнонаправленным интересам субъектов рынка и согласование их интересов. Оценка риска взаимодействия с субъектами рынка экологических товаров. Оптимизация издержек на продвижение экологических товаров различного уровня мотивации потребления.

Планы практических занятий:

Тема 1. "Возникновение и сущность "зеленого" маркетинга"

1) Решение кейса "Успешное применение "зеленого" маркетинга". Работа в группах.

Источник: Пахомова Н., Рихтер К., Эндрес А. Экологический менеджмент — СПб.: Питер, 2004. — 352 с.

2) Решение кейса "Модель «чистое производство» и процесс ее поэтапного внедрения на пищевом предприятии". Работа в группах.

Источник: Пахомова Н., Рихтер К., Эндрес А. Экологический менеджмент — СПб.: Питер, 2004. — 352 с.

3) Устойчивое развитие и формирование новой этики бизнеса.

Источник: Пахомова Н., Рихтер К., Эндрес А. Экологический менеджмент — СПб.: Питер, 2004. — 352 с.

Тема 2. "Тенденции развития "зеленого" маркетинга"

- 1) Определение уровня экологичности товара. Выполнение практических заданий.
- 2) Типы товаров по уровню экологичности. Выполнение практических заданий.

Тема 3. "Типы потребителей в "зеленом" маркетинге"

- 1) Исследование готовности потребителей к уплате ценовой надбавки за экологичность товаров разного типа. Выполнение практических заданий.
- 2) Исследование мотивации потребления экотоваров. Выполнение практических заданий.

Тема 4. "Особенности применения "зеленого" маркетинга"

- 1) Формирование рекомендаций по продвижению экологического товара на рынке. Выполнение практических заданий.
- 2) Решение кейса "Анализ эко-эффективности (MIPS-analysis) и его применение для экологической маркировки хлебобулочной продукции". Работа в группах.

Источник: Пахомова Н., Рихтер К., Эндрес А. Экологический менеджмент — СПб.: Питер, 2004. — 352 с.

Тема 5. "Обоснование направлений развития рынка экологических товаров"

- 1) Определение соответствия экологического товара интересам субъектов рынка. Выполнение практических заданий.
- 2) Определение риска взаимодействия производителя с субъектами рынка экологических товаров. Выполнение практических заданий.
- 3) Определение экономической целесообразности экологизации деятельности предприятия. Выполнение практических заданий.
- 4) Решение кейса "Организация внутреннего экологического аудита предприятия на примере АО Рассельштайн Хеш". Работа в группах.

Источник: Пахомова Н., Рихтер К., Эндрес А. Экологический менеджмент — СПб.: Питер, 2004. — 352 с.

- 5) Управление отходами: опыт развитых стран и его значение для России.

Источник: Пахомова Н., Рихтер К., Эндрес А. Экологический менеджмент — СПб.: Питер, 2004. — 352 с.

Тема 6. "Итоговое занятие по курсу (защита проектов)"

Перед УВ студенты разделяются на группы по 2-3 человека и презентуют проект: "Создание и продвижение экотовара".

Образцы средств для проведения текущего контроля:

Примеры практических заданий:

- 1) Определение уровня экологичности товара.
- 2) Определение типа товаров по уровню экологичности.
- 3) Исследование готовности потребителей к уплате ценовой надбавки за экологичность товаров разного типа.
- 4) Исследование мотивации потребления экотоваров.
- 5) Формирование рекомендаций по продвижению экологического товара на рынке.
- 6) Определение соответствия экологического товара интересам субъектов рынка.
- 7) Определение риска взаимодействия производителя с субъектами рынка экологических товаров.
- 8) Определение экономической целесообразности экологизации деятельности предприятия.

Примеры кейсов*:

- 1) Решение кейса "Успешное применение "зеленого" маркетинга". Работа в группах.
 - 2) Решение кейса "Модель «чистое производство» и процесс ее поэтапного внедрения на пищевом предприятии". Работа в группах.
 - 3) Устойчивое развитие и формирование новой этики бизнеса.
 - 4) Решение кейса "Анализ эко-эффективности (MIPS-analysis) и его применение для экологической маркировки хлебобулочной продукции". Работа в группах.
 - 5) Решение кейса "Организация внутреннего экологического аудита предприятия на примере АО Рассельштайн Хеш". Работа в группах.
 - 6) Управление отходами: опыт развитых стран и его значение для России.
- *Источник: Пахомова Н., Рихтер К., Эндрес А. Экологический менеджмент — СПб.: Питер, 2004. — 352 с.

Пример проекта:

Тема проекта: «Создание и продвижение экотовара».

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1.	Возникновение и сущность "зеленого" маркетинга	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
2.	Тенденции развития "зеленого" маркетинга	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
3.	Типы потребителей в "зеленом" маркетинге	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
4.	Особенности применения "зеленого" маркетинга	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
5.	Обоснование направлений развития рынка экологических товаров	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
6.	Итоговое занятие по курсу (защита проектов)	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

6.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Форма проведения зачета – устное собеседование по вопросам к зачету

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Сущность «зеленого» маркетинга в ретроспективе.
2. Цели, задачи и направления развития «зеленого» маркетинга.
3. Оценка воздействия хозяйствования человечества на окружающую среду и концепция устойчивого развития.
4. Мировые тенденции проникновения экологических аспектов в общественные движения и бизнес.
5. Состояние и тенденции развития экологических потребностей.
6. Факторы развития экологических потребностей, методы их выявления.
7. Типы товаров по уровню экологичности.
8. Типы потребителей по экологичности поведения.

9. Готовность потребителей к уплате ценовой надбавки за экологичность товаров разного типа.
10. Анализ мотивации потребления экологических товаров.
11. Экоатрибутивность потребительского выбора и его типы по мотивации.
12. Особенности продвижения экологических товаров на рынке.
13. Экологическая маркировка.
14. Гринвошинг как недобросовестный инструмент "зеленого" маркетинга.
15. Оценка соответствия экологического товара разнонаправленным интересам субъектов рынка и согласование их интересов.
16. Оценка риска взаимодействия с субъектами рынка экологических товаров.
17. Оптимизация издержек на продвижение экологических товаров различного уровня мотивации потребления.

6.2. Критерии оценивания компетенций

Таблица 4

Карта критериев оценивания компетенций

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1.	ПК-3: Способность формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга.	<p>Знает практические аспекты определения, реализации и контроля выполнения задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга.</p> <p>Умеет формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга, с учетом специфики организации.</p>	Вопросы к зачету 1-17.	<p>Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий.</p> <p>Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".</p>
2.	УК-8: Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности	Знает правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, оказания первой помощи и способы участия в восстановительных мероприятиях.	Вопросы к зачету 1-17.	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных

для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.	Умеет соблюдать и разъяснять правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, оказывать первую помощь и участвовать в восстановительных мероприятиях.		заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".
---	---	--	---

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература:

1. Притужалова, О. А. Экологический менеджмент и аудит : учебное пособие для вузов / О. А. Притужалова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08267-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474538> (дата обращения: 20.06.2021).

7.2. Дополнительная литература:

1. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468986> (дата обращения: 20.06.2021).

2. Трейман, М. Г. Экологический менеджмент : учебное пособие / М. Г. Трейман. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2018. — 44 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/103980.html> (дата обращения: 20.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/103980>

7.3 Интернет-ресурсы:

1. Официальный сайт Мосэкомониторинга (<http://www.mosecom.ru>) (дата обращения 20.06.2021);

2. Научно-практический портал «Экология производства» (<http://www.ecoindustry.ru>) (дата обращения 20.06.2021);

3. Экологический портал (<http://www.ecology-portal.ru>) (дата обращения 20.06.2021);

4. Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации (<http://www.mnr.gov.ru>) (дата обращения 20.06.2021);

5. Федеральное агентство по недропользованию Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации (<http://www.rosnedra.com>) (дата обращения 20.06.2021);

6. Федеральная служба по надзору в сфере природопользования Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации (<http://control.mnr.gov.ru>) (дата обращения 20.06.2021);

7. «Общество и экология» Экологическая газета (г. Санкт-Петербург) (<http://www.uniq.spb.ru/eco>) (дата обращения 20.06.2021);

8. Экология производства. Научно-практический журнал (<http://www.ecoindustry.ru>) (дата обращения 20.06.2021);

9. ЭСКО. Электронный журнал компании «Экологические системы» (<http://esco-ecosys.narod.ru>) (дата обращения 20.06.2021);

10. Экология и жизнь (<http://www.ecolife.ru>) (дата обращения 20.06.2021);
11. Экологический вестник России (<http://www.ecovestnik.ru>) (дата обращения 20.06.2021);
12. Экология производства (<http://www.ecoindustry.ru>) (дата обращения 20.06.2021);

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>

Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>

Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

В ходе изучения дисциплины не предусматривается использование специальных программных продуктов, однако, необходим выход в интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам, а также программа для просмотра презентаций.

Лицензионное ПО, в том числе отечественного производства:

платформа для электронного обучения Microsoft Teams.

Свободно распространяемые ПО, в том числе отечественного производства:

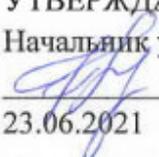
Adobe Reader;

7-Zip

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Для изучения дисциплины необходимо мультимедийное оборудование. Аудитория должна быть оснащена персональным компьютером с выходом в интернет, проектором, экраном. Мультимедийное оборудование необходимо для всех лекционных учебных встреч, а также некоторых семинаров, где происходит защита докладов или проектов.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ
 Н.К. Федорова
23.06.2021

ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(очная форма обучения)

Насырова Р.М. Персональный брендинг. Рабочая программа для обучающихся по специальности 38.03.02 «Менеджмент», направленность (профиль): Общий и функциональный менеджмент, форма обучения очная. Тюмень, 2021.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ: Персональный брендинг [электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

© Тюменский государственный университет, 2021.

© Насырова Р.М., 2021.

1. Пояснительная записка

Цель дисциплины – сформировать у студента систему знаний в области персонального брендинга, а также практические навыки применения способов, приемов, инструментов формирования и поддержания долгосрочной лояльности, разъяснить специфику инструментов создания и управления персональным брендом.

Задачи изучения дисциплины:

- формирование знаний по теории и практике современного брендинга, методам и способам создания, продвижения и управления персональными брендами;
- выработка умений по созданию, продвижению и управлению персональными брендами;
- формирование навыков работы с инструментами персонального брендинга для реализации поставленных целей.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции ¹	Планируемые результаты обучения: (знаниевые/функциональные)
ПК-3: Способность осуществлять различные виды маркетинговой деятельности, разрабатывать, обосновывать и реализовывать проекты маркетинговых исследований и готовить аналитические материалы для принятия управленческих решений в области стратегического и операционного менеджмент-маркетинга	ПК-3	Знает в полном объеме информацию о методах, процедуре и технологии социологического анализа и процессов в сфере связей с общественностью, с использованием научных теорий, концепций и подходов. Умеет применять в полном объеме навыки проведения социологического анализа и научного объяснения явлений, и процессов в сфере связей с общественностью, с использованием научных теорий, концепций и подходов.
УК-6: Способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	УК-6	Знает полную характеристику процесса осуществления делового общения, переписки, электронных коммуникаций, публичных выступлений, ведения переговоров, совещаний. Умеет использовать в полном объеме возможности методов осуществления делового общения, переписки, электронных коммуникаций, публичных выступлений, ведения переговоров, совещаний.

¹ Заполняется при необходимости

2. Структура и объем дисциплины

Таблица 1

Вид учебной работы		Всего часов (академические часы)	Часов в семестре (академические часы)
			7
Общий объем	зач. ед.	4	4
	Час	144	144
Из них:			
Часы контактной работы (всего):		50	50
Лекции		16	16
Практические занятия		34	34
Лабораторные / практические занятия по подгруппам		0	0
Консультации и иная контактная работа		0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося		94	94
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф. зачет, экзамен)		Зачет	Зачет

3. Система оценивания

3.1. Для текущего контроля применяется 100-балльная система оценивания.

Оценочные средства, используемые на семинарских занятиях: устный опрос, подготовка и защита рефератов, выполнение практических заданий и участие в дискуссиях.

Учебные работы оцениваются в баллах:

0-3 балла – устные ответы на семинаре;

0-3 балла – защита рефератов;

0-5 баллов – выполнение практических заданий.

Набранные баллы переводятся в оценку следующим образом:

61 балл и более – зачтено.

Студенты, набравшие *60 и менее баллов* сдают зачет. Зачет проходит в форме устного ответа на вопросы.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2

№ п/ п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			Иные виды контакт ной работы
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные /практические занятия по подгруппам	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Теоретико-	24	3	5	0	0

	методологические основы персонального брендинга: основные понятия					
2.	Алгоритмы построения персонального бренда	24	3	5	0	0
3.	Брендинг и маркетинг высокой популярности	24	3	6	0	0
4.	Продвижение персонального бренда	24	3	6	0	0
5.	Коммуникативные составляющие персонального брендинга	24	2	6	0	0
6.	Персональный бренд руководителя, наемного сотрудника, предпринимателя	24	2	6	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

Тема 1. Теоретико-методологические основы персонального брендинга: основные понятия

Базовые понятия брендинга и их взаимосвязь, бренд, товарная марка, торговый знак. Функции брендов. Характеристики сильных брендов. Специфика создания и управления сильными брендами. Переход от модели брендинга к модели бренд-лидерства. Ключевые решения в области брендинга. Модели создания брендов. Атрибуты персонального бренда. Ошибки и рекомендации при работе с персональным брендом.

Тема 2. Алгоритм построения персонального бренда

Маркетинговые исследования и возможности их применения в персональном брендинге. Источники информации. Определение целевой аудитории бренда. Потребности клиентов. Сегментирование рынка. Этапы формирования персонального бренда. Анализ персонального бренда, структура бренда, анализ сильных и слабых сторон, связи с другими брендами. Персональный стиль и имидж.

Тема 3. Брендинг и маркетинг высокой популярности

Основы маркетинга высокой популярности. Потребители высокой популярности. Стратегии достижения и удержания высокой популярности. Процесс трансформации бренда. Удержание и управление идентичностью персонального бренда.

Тема 4. Продвижение персонального бренда

Этапы продвижения персонального бренда. Создание персональных брендов без использования рекламы. Планирование комплекса продвижения. Коммуникационная стратегия персонального бренда. On-line и off-line каналы продвижения бренда. Определение целей маркетинговых коммуникаций. Распределение бюджета в персональном брендинге. Выбор средств продвижения и формирование обращений при продвижении персонального бренда. Продажа персонального бренда и техники переговоров.

Тема 5. Коммуникативные составляющие персонального брендинга

Презентации персонального бренда. Деловое общение, публичные выступления, ведение переговоров, совещаний, ораторское искусство. Осуществление деловой переписки и поддержание электронных коммуникаций.

Тема 6. Персональный бренд руководителя, наемного сотрудника, предпринимателя

Типология персональных брендов, их особенности. Бренд руководителя, наемного сотрудника, предпринимателя, эксперта, политика. Внешний вид. Коммуникации со СМИ.

Темы практических занятий

Тема 1. Теоретико-методологические основы персонального брендинга: основные понятия

1. Проблемы создания и управления сильными брендами.
2. Атрибуты персонального бренда.
3. Ошибки и рекомендации при работе с персональным брендом.
4. Ключевые решения в области персонального брендинга.

Тема 2. Алгоритм построения персонального бренда

1. Маркетинговые исследования и возможности их применения в персональном брендинге.
2. Этапы формирования персонального бренда.
3. Анализ персонального бренда, его структура.

Тема 3. Брендинг и маркетинг высокой популярности

1. Характеристика потребителей высокой популярности.
2. Стратегии достижения и удержания высокой популярности.
3. Удержание позиций и управление идентичностью персонального бренда.

Тема 4. Продвижение персонального бренда

1. Планирование комплекса продвижения персонального бренда.
2. Определение целей маркетинговых коммуникаций.
3. Распределение бюджета в персональном брендинге.
4. Выбор средств продвижения в персональном брендинге.
5. Продвижение персонального бренда в интернете.

Тема 5. Коммуникативные составляющие персонального брендинга

1. Правила деловой переписки и электронных коммуникаций.
2. Презентация персонального бренда.
3. Основные правила формирования коммерческих предложений.

Тема 6. Персональный бренд руководителя, наемного сотрудника, предпринимателя

1. Типология персональных брендов, их специфика.
2. Решение практических заданий и кейсов.

Образцы средств для проведения текущего контроля

Тема 1. Теоретико-методологические основы персонального брендинга: основные понятия

Вопросы для обсуждения:

1. Проблемы создания и управления сильными брендами.
2. Атрибуты персонального бренда.
3. Ошибки и рекомендации при работе с персональным брендом.
4. Ключевые решения в области персонального брендинга.

Тема 2. Алгоритм построения персонального бренда

Вопросы для обсуждения:

1. Маркетинговые исследования и возможности их применения в персональном брендинге.
2. Этапы формирования персонального бренда.
3. Анализ персонального бренда, его структура.

Тема 3. Брендинг и маркетинг высокой популярности

Вопросы для обсуждения:

1. Характеристика потребителей высокой популярности.
2. Стратегии достижения и удержания высокой популярности.
3. Удержание позиций и управление идентичностью персонального бренда.

Тема 4. Продвижение персонального бренда

Вопросы для обсуждения:

1. Планирование комплекса продвижения персонального бренда.
2. Определение целей маркетинговых коммуникаций.
3. Распределение бюджета в персональном брендинге.
4. Выбор средств продвижения в персональном брендинге.
5. Продвижение персонального бренда в интернете.

Тема 5. Коммуникативные составляющие персонального брендинга

Вопросы для обсуждения:

1. Правила деловой переписки и электронных коммуникаций.
2. Презентация персонального бренда.
3. Основные правила формирования коммерческих предложений.

Тема 6. Персональный бренд руководителя, наемного сотрудника, предпринимателя

Вопросы для обсуждения:

1. Типология персональных брендов, их специфика.
2. Решение практических заданий и кейсов.

Темы рефератов:

1. Стратегическое планирование и управление персональным брендом.
2. Оценка стоимости персонального бренда.
3. Особенности формирования региональных персональных брендов.
4. Методы и модели управления персональными брендами.
5. Маркетинговые коммуникации в персональном брендинге.
6. Повышение конкурентоспособности персональных брендов.
7. Технологии создания и успешного продвижения персональных брендов.
8. Интеллектуальная собственность в брендинге и формы ее правовой защиты.
9. Маркетинговые исследования как канал получения информации о персональном бренде.
10. Разработка коммуникационной стратегии в персональном брендинге.
11. Методы и модели персонального ребрендинга.

12. Эволюция и перспективы развития персонального брендинга.

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1.	Теоретико-методологические основы персонального брендинга: основные понятия	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекционных материалов, подготовка рефератов, презентаций
2.	Алгоритмы построения персонального бренда	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекционных материалов, подготовка рефератов, презентаций, практических заданий
3.	Брендинг и маркетинг высокой популярности	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекционных материалов, подготовка рефератов, презентаций, практических заданий
4.	Продвижение персонального бренда	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекционных материалов, подготовка рефератов, презентаций, практических заданий
5.	Коммуникативные составляющие персонального брендинга	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекционных материалов, подготовка рефератов, презентаций, практических заданий
6.	Персональный бренд руководителя, наемного сотрудника, предпринимателя	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекционных материалов, подготовка рефератов, презентаций, практических заданий

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме.
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы.
3. Ответы на пункты плана для практических занятий.

Контроль за самостоятельной работой осуществляется на практических занятиях.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

6.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Зачет проходит в форме устного ответа на вопросы.

Вопросы к зачету:

1. Понятие и сущность персонального брендинга.
2. Основные элементы структуры, составляющие атрибуты персонального бренда.
3. Технологии создания и управления персональным брендом.
4. Характеристики и управление идентичностью персонального бренда.
5. Основные этапы разработки и управления персональным брендом.
6. Процесс трансформации бренда.

7. Использование маркетинговых исследований на разных этапах разработки персонального бренда.
8. Определение целевой группы потребителей в персональном брендинге.
9. Проведение исследований для позиционирования персонального бренда.
10. Стратегии достижения и удержания высокой популярности персонального бренда.
11. Распределение бюджета в персональном брендинге.
12. Этапы продвижения персонального бренда.
13. Коммуникационная стратегия персонального бренда.
14. Типология персональных брендов, их особенности.
15. Правила деловой переписки и электронных коммуникаций.

6.2. Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1.	ПК-3: Способность осуществлять различные виды маркетинговой деятельности, разрабатывать, обосновывать и реализовывать проекты маркетинговых исследований и готовить аналитические материалы для принятия управленческих решений в области стратегического и операционного менеджмент-маркетинга.	Знает в полном объеме информацию о методах, процедуре и технологии социологического анализа и процессов в сфере связей с общественностью, с использованием научных теорий, концепций и подходов. Умеет применять в полном объеме навыки проведения социологического анализа и научного объяснения явлений, и процессов в сфере связей с общественностью, с использованием научных теорий, концепций и	Практические задания, защита рефератов, дискуссии	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".

		ПОДХОДОВ.		
2.	УК-6: Способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	Знает полную характеристику процесса осуществления делового общения, переписки, электронных коммуникаций, публичных выступлений, ведения переговоров, совещаний. Умеет использовать в полном объеме возможности методов осуществления делового общения, переписки, электронных коммуникаций, публичных выступлений, ведения переговоров, совещаний.	Практические задания, защита рефератов, дискуссии	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".

		<p>Знает полную характеристику основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды.</p> <p>Умеет использовать в полном объеме возможности основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды.</p>	<p>Практические задания, защита рефератов, дискуссии</p>	<p>Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий</p> <p>Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".</p>
--	--	--	--	---

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература:

1. Удалов, Ф.Е. Персональный менеджмент [Электронный учебник] : Учебное пособие / С.Д. Резник, В.В. Бондаренко, Ф.Е. Удалов и др. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 590 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=522696> (дата обращения: 14.05.2020). – Режим доступа: по подписке.
2. Музыкант, В.Л. Брендинг: Управление брендом [Электронный учебник] : Учебное пособие / В.Л. Музыкант. – М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 316 с. Режим доступа:

<http://znanium.com/bookread2.php?book=416049> (дата обращения: 14.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.2. Дополнительная литература:

1. Резник, С.Д. Ежедневник студента: система и планы личной деятельности [Электронный учебник] : Практическое пособие / С.Д. Резник. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 228 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=542564> (дата обращения: 14.05.2020). – Режим доступа: по подписке.
2. Резник, С.Д. Менеджмент. Управление человеческим потенциалом в социально-экономических системах [Электронный учебник] : Монография / С.Д. Резник. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 357 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=944194> (дата обращения: 14.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.3. Интернет-ресурсы

<https://geniusmarketing.me> - Genius Marketing
<http://www.brandme.agency> – Brandme Agency
<http://www.ama.org> - American Marketing Association
<http://www.advertology.ru> – Наука о рекламе
<http://www.advi.ru> – Российский журнал о творческом брендинге
<http://www.aup.ru> – Административно-управленческий портал
<http://www.d2d.ru> – Межотраслевой информационно-консультационный центр

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>
Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>
Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

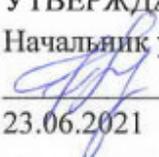
Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам.

Платформа для электронного обучения Microsoft Teams.

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ
 Н.К. Федорова
23.06.2021

ПОЛИТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(очная форма обучения)

Маленков В.В. Политический маркетинг. Рабочая программа для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», направленность (профиль): Общий и функциональный менеджмент, очная форма обучения. Тюмень, 2021.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ: Политический маркетинг [электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

© Тюменский государственный университет, 2021.

© Маленков В.В., 2021.

1. Пояснительная записка

Изучение дисциплины «Менеджмент некоммерческих организаций» позволяет усвоить теоретические и практические подходы к организации политического маркетинга.

Цель дисциплины – формирование у слушателей базовых знаний, социально-психологических установок и деловых навыков, способствующих личностному карьерному росту и продвижению в сфере политического маркетинга.

Задачи курса:

- ретрансляция современных концептуальных представлений о сущности политического маркетинга, существующих основных теоретических подходов и методик в сфере организации и обеспечения политического маркетинга применительно к различным сферам политического процесса;

- развитие навыков оперирования современными технологиями подготовки, планирования и применения комплексных методик в сфере организации политических кампаний.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты обучения: (знаниевые/функциональные)
ПК-3: Способность осуществлять различные виды маркетинговой деятельности, разрабатывать, обосновывать и реализовывать проекты маркетинговых исследований и готовить аналитические материалы для принятия управленческих решений в области стратегического и операционного менеджмент-маркетинга	ПК-3	Знает основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач; современное состояние и тенденции развития политического маркетинга в мире и в России; Умеет проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры;
УК-1: Способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1	Знает основы политического маркетинга; Умеет применять основные инструменты политического маркетинга, специальные технологии и инструменты выстраивания маркетинговой стратегии и тактики в политической деятельности.

2. Структура и объем дисциплины

Таблица 1

Вид учебной работы	Всего часов	Часов в семестре
--------------------	-------------	------------------

		(академические часы)	(академические часы)
			5
Общий объем	зач. ед.	4	4
	час.	144	144
Из них:			
Часы контактной работы (всего):		50	50
Лекции		16	16
Практические занятия		34	34
Лабораторные/практические занятия по подгруппам		0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося		94	94
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф.зачет, экзамен)		Зачет	Зачет

3. Система оценивания

3.1. Проверка теоретических знаний студента осуществляется в процессе сдачи зачёта, который проходит в устной форме по указанным в перечне вопросам. При сдаче зачёта учитывается посещение студентом семинарских занятий и активность участия в них, а также отметки, полученные при проведении текущего контроля. Практические задания на семинарах и самостоятельная работа студента оцениваются по 5-балльной шкале. Итоговая оценка рассчитывается как среднее арифметическое с округлением в большую сторону.

Оценка «зачет» выставляется студенту, сформулировавшему достаточно полные и правильные ответы на поставленные вопросы. При ответе студент продемонстрировал владение основными терминами политического маркетинга, логически верно и аргументировано выстраивал свой ответ, знал содержание учебной и научной литературы. Студент также правильно ответил на уточняющие и дополнительные вопросы.

Оценка «незачет» выставляется студенту, если он не дал ответа хотя бы по одному вопросу зачета из двух, либо дал неверные, содержащие фактические ошибки ответы на все вопросы, не смог ответить на дополнительные и уточняющие вопросы. Оценка «незачет» ставится студенту, отказавшемуся отвечать по вопросам зачета или не явившемуся на зачёт.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или	Объем дисциплины (модуля), час.		
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)	Консультации и

	разделов		Лекции	Практические занятия	Лабораторные /практические занятия по подгруппам	иная контактная работа
1	2	3	4	5	6	7
1.	Введение в курс. Эволюция взглядов на политический маркетинг	18	2	4	0	0
2.	Маркетинговая стратегия в политическом менеджменте	18	2	4	0	0
3.	Политический имидж (имидж политических субъектов)	18	2	4	0	0
4.	Маркетинг избирательного процесса	18	2	6	0	0
5.	Электоральное поведение	18	2	4	0	0
6.	Коммуникационное пространство политики	18	2	4	0	0
7.	Стратегия и тактика политической кампании	18	2	4	0	0
8.	Политический PR	18	2	4	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

Тема 1. Введение в курс. Эволюция взглядов на политический маркетинг

Предметное поле политического маркетинга (ПМ). Теория и практика политического маркетинга. Коммерческий и некоммерческий маркетинг. Концептуальные предпосылки политического маркетинга. Теория рационального выбора (ТРВ). Теория общественного выбора (ТОВ) (Public choices). Теория маркетинг-менеджмента Ф. Котлера. Теория демократии Э. Даунса. Базовые понятия теории общественного выбора: общественные потребности, общественные блага, общественный выбор.

Тема 2. Маркетинговая стратегия в политическом менеджменте

Политический маркетинг-микс (ММ). Электоральный маркетинг менеджмент-микс. Политический маркетинг отношений как рынок услуг. Коммуникационные контакты партий с избирателем. Политический продукт как сервисная услуга.

Тема 3. Политический имидж (имидж политических субъектов)

Понятие потребителя в некоммерческом секторе. Потребности человека с точки зрения философии имиджа. Роль имиджа в публичной сфере. Феномен политического имиджа.

Имиджбилдинг – стратегический образ политического продукта. Политический имидж государства, партии, кандидата. Копирайтинг – как технология снижения стоимости политического продукта. Политический дискурс как стратегия консенсуса. Бенчмаркинг – наивысший результат в политической конкуренции. Этапы бенчмаркинга в системе позиционирования. SWOT-анализ как фактор определения слабых и сильных сторон конкурентов. Логроллинг как форма торговли голосами и взаимной поддержки депутатов.

Социальное восприятие политического лидера. Типажи политических лидеров. Значение СМИ в создании имиджа. Телеимидж. Речевой образ политика. Диагностика политика. Оценка личностных преимуществ и дефицитов. Технологии коррекции личного и социального имиджа. Определение базового электората. Формирование стратегического образа. Уникальное политическое предложение.

Феномен политического имиджа организации. Социальное восприятие политической организации. Типы политических организаций в контексте имиджа. Программные документы политических партий. Имидж политических партий в России.

Тема 4. Маркетинг избирательного процесса

Маркетинг избирательного процесса: определение понятия. Избирательная кампания. Политическая кампания. Модель человека (экономического, политического, маркетингового). Маркетинговый человек – как модель избирателя. Электоральный рынок. Модели электорального поведения.

Тема 5. Электоральное поведение

Мотивы поведения электората. Модель иерархии потребностей А. Маслоу. Политические установки. Политические предпочтения. Поведение рационального избирателя (формула Э. Даунса). Модель медианного избирателя. Избиратель как потребитель политического продукта. Голосование. Теория экономического голосования М. Фиорины. Парадокс Кондорсе и теория невозможности К. Эрроу. Дилемма заключенных. Типы электорального выбора (случайный, привычный, привычный, т.е. лояльный, сегментирование электорального рынка. Целевая аудитория. Позиционирование политического продукта и адресность. Аутсорсинг в избирательной кампании.

Тема 6. Коммуникационное пространство политики

Каналы политической коммуникации. Традиционные и новые медиа как каналы политической коммуникации. Телевидение как канал политической коммуникации и влияния. Радио как канал политической коммуникации и влияния. Печатная пресса как канал политической коммуникации и влияния. Интернет как канал политической коммуникации и влияния. Политический блоггинг: состояние и тенденции развития.

Исторический опыт политической рекламы. Основные этапы становления и развития. Политическая реклама как атрибут демократии. Понятие политической рекламы. Субъект и объект политической рекламы. Политическая реклама и другие виды рекламы: коммерческая реклама, социальная реклама. Реклама и пропаганда. Политическая реклама и PR.

Специфика политической рекламы. Особенности создания сообщений в политической рекламе. Основные и вспомогательные функции и задачи политической рекламы. Коммуникативные функции политической рекламы. Классификация видов политической рекламы (Дейяна, Девлина, Котлера). Прямая и косвенная политическая реклама. Тематическая классификация политической рекламы.

Тема 7. Стратегия и тактика политической кампании

Расчет ресурсов кампании: финансовых, информационных, идеологических, личностных, административных, организационных. Постановка целей и задач кампании. Выбор основной рекламной идеи. Выбор стратегического рисунка: стратегия рывка, стратегия успешного финала, стратегия большого события, крейсерское движение, смешенные стратегии.

Тема 8. Политический PR

Использование технологий PR в политике. Работа с политической элитой и лидерами общественного мнения. Работа с командой политика. Взаимодействие с электоратом. Создание информационных поводов. Организация специальных событий и спецпроектов. Встречи с населением. План-график опорных мероприятий кампании с участием политического лидера. Общие и специальные требования к организации публичных мероприятий. Анализ эффективности кампаний.

Планы практических занятий

Тема 1. Введение в курс. Эволюция взглядов на политический маркетинг

1. Предметное поле политического маркетинга (ПМ).
2. Теория и практика политического маркетинга.
3. Коммерческий и некоммерческий маркетинг.
4. Концептуальные предпосылки политического маркетинга.
5. Теория рационального выбора (ТРВ).
6. Теория общественного выбора (ТОВ) (Public choices).
7. Теория маркетинг-менеджмента Ф. Котлера.
8. Теория демократии Э. Даунса.
9. Базовые понятия теории общественного выбора: общественные потребности, общественные блага, общественный выбор.

Тема 2. Маркетинговая стратегия в политическом менеджменте

1. Политический маркетинг-микс (ММ).
2. Электоральный маркетинг менеджмент-микс.
3. Политический маркетинг отношений как рынок услуг.
4. Коммуникационные контакты партий с избирателем.
5. Политический продукт как сервисная услуга.

Тема 3. Политический имидж (имидж политических субъектов)

1. Понятие потребителя в некоммерческом секторе. Потребности человека с точки зрения философии имиджа. Роль имиджа в публичной сфере. Феномен политического имиджа.
2. Имиджбилдинг
3. Копирайтинг
4. Бенчмаркинг
5. Логроллинг
6. Социальное восприятие политического лидера.
7. Типажи политических лидеров. Технологии коррекции личного и социального имиджа.
8. Определение базового электората.
9. Уникальное политическое предложение.
10. Феномен политического имиджа организации.
11. Типы политических организаций в контексте имиджа.
12. Программные документы политических партий.
13. Имидж политических партий в России.

Тема 4. Маркетинг избирательного процесса

1. Маркетинг избирательного процесса: определение понятия.
2. Избирательная кампания.
3. Политическая кампания.
4. Модель человека (экономического, политического, маркетингового).
5. Маркетинговый человек – как модель избирателя.
6. Электоральный рынок.
7. Модели электорального поведения.

Тема 5. Электоральное поведение

1. Мотивы поведения электората.
2. Политические установки. Политические предпочтения.
3. Поведение рационального избирателя (формула Э. Даунса).
4. Модель медианного избирателя.
5. Избиратель как потребитель политического продукта.
6. Теория экономического голосования М. Фиорины.
7. Парадокс Кондорсе и теория невозможности К. Эрроу.

8. Типы электорального выбора (случайный, привычный, привычный, т.е. лояльный, сегментирование электорального рынка.
9. Целевая аудитория.
10. Позиционирование политического продукта и адресность.
11. Аутсорсинг в избирательной кампании.

Тема 6. Коммуникационное пространство политики

1. Каналы политической коммуникации.
2. Традиционные и новые медиа как каналы политической коммуникации.
3. Телевидение как канал политической коммуникации и влияния.
4. Радио как канал политической коммуникации и влияния.
5. Печатная пресса как канал политической коммуникации и влияния.
6. Интернет как канал политической коммуникации и влияния.
7. Политический блоггинг: состояние и тенденции развития.
8. Исторический опыт политической рекламы. Специфика политической рекламы.
9. Особенности создания сообщений в политической рекламе.
10. Основные и вспомогательные функции и задачи политической рекламы.
11. Коммуникативные функции политической рекламы.
12. Классификация видов политической рекламы (Дейяна, Девлина, Котлера).
13. Прямая и косвенная политическая реклама.
14. Тематическая классификация политической рекламы.

Тема 7. Стратегия и тактика политической кампании

1. Расчет ресурсов кампании: финансовых, информационных, идеологических, личностных, административных, организационных.
2. Постановка целей и задач кампании.
3. Выбор основной рекламной идеи.
4. Выбор стратегического рисунка: стратегия рывка, стратегия успешного финала, стратегия большого события, крейсерское движение, смещенные стратегии

Тема 8. Политический PR

1. Использование технологий PR в политике.
2. Работа с политической элитой и лидерами общественного мнения.
3. Работа с командой политика.
4. Взаимодействие с электоратом.
5. Создание информационных поводов.
6. Организация специальных событий и спецпроектов.
7. Встречи с населением.
8. План-график опорных мероприятий кампании с участием политического лидера.
9. Общие и специальные требования к организации публичных мероприятий.
10. Анализ эффективности кампаний.

Образцы средств для проведения текущего контроля

Типовые задания для расчетно-графической работы.

1. Кабинетное исследование – анализ конкретной избирательной кампании (федеральной, региональной, местной).

Студент должен выбрать конкретную избирательную кампанию и описать ее, определив основных игроков, их стратегию и тактику, выявив ошибки и прорывы, слабые и сильные стороны. Опирается следует только на открытые источники информации. Объектом анализа могут быть как избирательные кампании конкретных кандидатов, так и политических партий.

2. Разработка избирательной кампании вымышленного либо реального кандидата либо партии под конкретные выборы.

Студенту необходимо придумать вымышленного либо выбрать реального кандидата, партию, разработав для них проект избирательной кампании. Описать ее с точки зрения политического анализа. Анализ должен включать описание конкурентной среды и электорального поля. Конечным результатом является документ, в котором излагается избирательная программа кандидата, партии и план действий в период избирательной кампании. Она должна включать концепцию, ресурсное, том числе организационное и финансовое обоснование. Предполагается также разработка позиционирования кандидата либо партии, имиджевой и коммуникационной политики.

Программу необходимо защитить на семинарском занятии.

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1.	Введение в курс. Эволюция взглядов на политический маркетинг	Чтение обязательной и дополнительной литературы
2.	Маркетинговая стратегия в политическом менеджменте	Чтение обязательной и дополнительной литературы
3.	Политический имидж (имидж политических субъектов)	Чтение обязательной и дополнительной литературы
4.	Маркетинг избирательного процесса	Чтение обязательной и дополнительной литературы
5.	Электоральное поведение	Чтение обязательной и дополнительной литературы
6.	Коммуникационное пространство политики	Чтение обязательной и дополнительной литературы
7.	Стратегия и тактика политической кампании	Чтение обязательной и дополнительной литературы
8.	Политический PR	Чтение обязательной и дополнительной литературы

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Ответы на пункты плана для практических занятий

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при работе на практических занятиях.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине

6.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Форма проведения зачета – устный опрос.

Вопросы для зачета:

1. Этапы становления и развития политического маркетинга.
2. Место политического маркетинга в управленческих компетенциях.
3. Политическая система общества и исследование политических ресурсов.
4. Методы сбора данных в изучении политических структур, процессов и отношений.

5. Модели политического маркетинга.
6. Понятие и структура политического рынка.
7. Инструменты анализа политической системы и политического рынка.
8. Прогнозирование и управление политическими процессами как элемент политического маркетинга.
9. Диагностика ситуации на политическом рынке.
10. Политический консалтинг и маркетинговое сопровождение политических структур и проектов.
11. Мониторинг социально-политических процессов.
12. Политическая деятельность как маркетинг.
13. Управленческое консультирование в сфере оптимизации структуры и реорганизации политической организации.
14. Выявление соответствующих сегментов политического рынка и категорий клиентов в целях обеспечения клиентуры консалтинговых агентств.
15. Технология социально-политического моделирования.
16. Комплекс политического маркетинга.
17. Политический продукт: его структура, особенности проектирования
18. Имидж политического лидера и политической структуры.
19. Методика оказания консультационных услуг по формированию и поддержанию имиджа политической структуры и лидера.
20. Формирование уникальных политических предложений.
21. Требования к претенденту на лидерство в политической структуре и формирование имиджа кандидата.
22. Технология социально-политического моделирования.
23. Роль политического менеджера в планировании и реализации переговорного процесса и осуществлении различных акций.
24. Ценообразование и политический обмен.
25. Каналы и посредники на политическом рынке.
26. Коммуникации на политическом рынке.
27. Планирование политических кампаний и PR-акций в России.
28. Учет в политических кампаниях и акциях ценностей массового политического сознания.
29. Стратегия и тактика применения политической рекламы в средствах массовой информации.
30. Методы борьбы с политическими инсинуациями и фальсификациями.
31. Методика применения приемов и методов убеждающего психологического воздействия на людей в процессе политического общения.
32. Политический маркетинг в системе общественных связей и информационно-коммуникационных процессов.
33. Планирование избирательной кампании.
34. Стратегия и тактика избирательной кампании.
35. Медиапланирование. Структура и показатели медиаплана.
36. Медиапланирование политической рекламы: распределение рекламных бюджетов в различных средствах массовой информации и рекламы.
37. Политическая реклама и ее воздействие на политическое сознание и электоральные предпочтения аудитории.
38. Методы и приемы манипуляции массовым сознанием и электоральным поведением.
39. Методика подготовки и проведения встреч с избирателями.
40. Этапы формирования электорального мнения и поведения.
41. Воздействие средств массовой информации на формирование политических предпочтений.
42. Исследование массовых политических коммуникаций в рамках политического маркетинга.

6.2. Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

Карта критериев оценивания компетенций

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1.	ПК-3: Способность осуществлять различные виды маркетинговой деятельности, разрабатывать, обосновывать и реализовывать проекты маркетинговых исследований и готовить аналитические материалы для принятия управленческих решений в области стратегического и операционного менеджмент-маркетинга;	Знает основные теории, концепции и подходы, используемые в политическом маркетинге; современное состояние и тенденции развития политического маркетинга в мире и в России Умеет применять основные инструменты политического маркетинга, специальные технологии и инструменты выстраивания маркетинговой стратегии и тактики в политической деятельности.	Задания 1-42	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимая вопроса и правильности выполнения предложенных заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".
2.	УК-1: Способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	Знает основные теории, концепции и подходы, используемые в политическом маркетинге. Умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного	Задания 1-42	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимая вопроса и правильности выполнения предложенных заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и

		подхода.		промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".
--	--	----------	--	--

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература:

1. Гаджиев, К. С. Политология [Электронный ресурс]: учебник / К. С. Гаджиев, Э. Н. Примова. - Москва: ИНФРА-М, 2021. 384 с. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1178787> (дата обращения: 30.04.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.2. Дополнительная литература:

1. Недяк, И. Л. Политический маркетинг [Электронный ресурс]: основы теории / И.Л. Недяк. - М.: Весь Мир, 2008. 352 с. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1014502> (дата обращения: 30.04.2020). – Режим доступа: по подписке.

2. Ушкин, С. Г. «Народ против»: протесты и протестующие в виртуальных социальных сетях [Электронный ресурс]: монография / С.Г. Ушкин. - Москва: ИНФРА-М, 2021. 100 с. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1194878> (дата обращения: 30.04.2020). – Режим доступа: по подписке.

4. Эйнштейн, М. Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете [Электронный ресурс]: / Эйнштейн М. - М.: Альпина Паблишер, 2017. 301 с. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1003009> (дата обращения: 30.04.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.3. Интернет-ресурсы:

1. <http://nikkolom.ru/> – официальный сайт агентства стратегических коммуникаций «Никколо М»
2. <https://minchenko.ru/> – официальный сайт коммуникационного холдинга «Минченко консалтинг»

7.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>
Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>
Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

- Лицензионное ПО:
Microsoft Office
Платформы поведения видеолекций и электронного обучения Cisco Webex, Microsoft Teams.

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины

- Компьютер с доступом в Интернет, в электронную информационно-образовательную среду ТюмГУ и Института дистанционного образования.
- Веб-камера, наушники (или динамики), микрофон.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ
 Н.К. Федорова
23.06.2021

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: БИЗНЕС-МОДЕЛИ, СРЕДА,
СДЕЛКИ**
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(очная форма обучения)

Радион М.А. Технологическое предпринимательство: бизнес-модели, среда, сделки. Рабочая программа для обучающихся по направлениям подготовки (специальностям), реализуемым по индивидуальным образовательным траекториям (очная форма обучения). Тюмень, 2021.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ: Технологическое предпринимательство: бизнес-модели, среда, сделки [электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

© Тюменский государственный университет, 2021.

© Радион М.А., 2021.

1. Пояснительная записка

Целью изучения дисциплины является формирование у студентов системного представления об особенностях технологического предпринимательства, о подходах к формированию бизнес-модели инновационного предприятия с учетом особенностей бизнес-среды, об алгоритме заключения сделок, связанных с коммерциализацией технологий и высокотехнологичной продукции.

Задачи:

- формирование совокупности комплексных представлений об особенностях технологического предпринимательства;
- обучение методам оценки эффективности сделок, связанных с коммерциализацией инновационной продукции или технологии;
- обучение базовым принципам формирования бизнес-модели инновационного предприятия;
- освоение приёмов комплекса маркетинга новых продуктов и технологий;
- получение навыков разработки стратегий развития инновационных проектов.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции ¹	Планируемые результаты обучения: (знаниевые/функциональные)
ПК-1: Способность осуществлять стратегический анализ, участвовать в разработке и реализации корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий	ПК-1	Знает об особенностях и методах управления технологическими инновационными проектами. Умеет разработать стратегический план внедрения технологических и продуктовых инноваций на предприятии с учетом особенностей бизнес-среды.

¹ Заполняется при необходимости

ПК-2: Способность применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов и повышения стоимости бизнеса, управления оборотным капиталом и минимизации рисков, участвовать в разработке и реализации финансовых и инвестиционных решений	ПК-2	Знает основные методы финансового менеджмента для оценки стоимости бизнеса и минимизации рисков при формировании бизнес-модели. Умеет проводить оценку экономическую и финансовую эффективность сделок, в том числе при реализации инвестиционных решений.
--	------	---

2. Структура и объем дисциплины

Вид учебной работы	Всего часов (академические часы)	Часов в семестре (академические часы)
		4
Общий объем зач. ед. час.	4 144	4 144
Из них:		
Часы контактной работы (всего):	50	50
Лекции	16	16
Практические занятия	34	34
Лабораторные/практические занятия по подгруппам	0	0
Консультации и иная контактная работа	0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося	94	94
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф.зачет, экзамен)	зачет	зачет

3. Система оценивания

Для текущего контроля применяется 5-балльная система оценивания. Баллы проставляются за посещение практических занятий и активную работу на них, а также за выполненные письменные и контрольные работы по каждой теме дисциплины. Результаты текущего контроля учитываются при промежуточной аттестации. «Зачтено» выставляется в случае получения студентом среднего балла по итогам семестра 3 и выше. Студенты, не получившие минимальный пороговый балл (имеющие средний балл менее 3), сдают зачет в форме теста. Продолжительность выполнения теста - астрономический час.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

№ п/п	Наименование тем и/или	Объем дисциплины (модуля), час.		
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)	Консультации и

	разделов		Лекции	Практические занятия	Лабораторные/практические занятия по подгруппам	иные виды контактной работы
1	2	3	4	5	6	7
1.	Основы технологического предпринимательства	20	2	4	0	0
2.	Выбор бизнес-идеи. Разработка продукта	20	4	6	0	0
3.	Формирование бизнес-модели	20	2	4	0	0
4.	Маркетинг новых продуктов и технологий	20	2	6	0	0
5.	Основы защиты и передачи прав на результаты интеллектуальной деятельности	20	2	4	0	0
6.	Оценка экономической эффективности сделок	20	2	4	0	0
7.	Поиск и привлечение инвесторов и партнеров: особенности работы с разными группами инвесторов	22	2	6	0	0
8.	Зачет	2	0	0	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины по темам

Тема 1. Основы технологического предпринимательства

Понятие предпринимательства, его формы и функции. Инновации, инновационная деятельность, технологическое предпринимательство; модели инновационного процесса: линейная, модель давления рыночного спроса, интерактивная модель; гипотезы инновационного процесса: «технологического толчка» (от науки — к рынку), «давления рыночного спроса» (от потребностей рынка — к науке), интерактивной модели (дуальная модель); способы выхода инноваций на рынок: парадигма «закрытых инноваций», модель «открытые инновации».

Тема 2. Выбор бизнес-идеи. Разработка продукта

Содержание процессов генерирования бизнес-идей; алгоритм креативного рождения идеи бизнеса с ее последующим развитием в систему решений (бизнес-модель). Основные подходы к разработке продукта; разработка новых видов продукции; техническое сопровождение проекта создания нового продукта (технологии) от предпроектных разработок до проектирования, создания и использования; инструменты современного процесса Product development: анализ конкурентной среды, технический аудит, разработка технико-экономического обоснования, технической документации, управляющих программ.

Тема 3. Формирование бизнес-модели

Базовые положения создания и применения бизнес-моделей: понятие и виды моделей бизнеса (бизнес-модель М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна), ключевые этапы формирования

бизнес-модели; механизм выбора бизнес-модели компании; ключевые элементы, функциональные блоки бизнес-модели; основные принципы и методики построения быстро масштабируемой бизнес-модели в сфере высокотехнологичного бизнеса по методологии Остервальдера-Пинье.

Тема 4. Маркетинг новых продуктов и технологий

Специфика маркетинговых исследований в сфере инноваций; методы и подходы к оценке рынка в разных отраслях; критерии оценки привлекательности сегмента; инструменты маркетинговых исследований: алгоритмы, методы исследования и методы сбора информации; особенности маркетинга высокотехнологичных стартапов; особенности продаж инновационных продуктов. Формирование комплекса маркетинга нового продукта. Программирование маркетинговой деятельности. Мировые тенденции в обеспечении конкурентоспособности новых продуктов.

Тема 5. Основы защиты и передачи прав на результаты интеллектуальной деятельности

Интеллектуальная собственность (ИС). Первоочередные меры для обеспечения правовой охраны объектов ИС. Стратегии патентования в России и на территории иностранных государств. Патентный ландшафт. Судебная практика в области интеллектуальной собственности. Формы передачи прав на результаты интеллектуальной деятельности (РИД). Оценка стоимости РИД.

Тема 6. Оценка экономической эффективности сделок

Методы оценки эффективности бизнеса/ проектов/ сделок с дисконтированием денежных потоков. Особенности оценки эффективности различных видов технологий на стадии предварительного технико-экономического обоснования. Анализ рисков. Методы оценки коммерческой, бюджетной и экономической эффективности. Финансовая реализуемость.

Тема 7. Поиск и привлечение инвесторов и партнеров: особенности работы с разными группами инвесторов

Основные источники финансирования инновационных проектов. Основные типы инвесторов инновационных проектов в зависимости от жизненного цикла компании. Сравнительная характеристика венчурных фондов и бизнес-ангелов. Основы подхода к выбору стратегии инвестирования средств в инновационные проекты. Методы проектного анализа и оценки эффективности инвестирования средств как инструмент принятия решений в задачах технологического менеджмента и управления проектами. Стратегии выхода инвестора из проекта.

Планы практических занятий

Тема 1. Основы технологического предпринимательства

1. Понятие предпринимательства, его формы и функции.
2. Понятия «инновация», «инновационный проект», «инновационная деятельность», «инновационное предприятие», «технологическое предпринимательство».
2. Модели инновационного процесса, гипотезы инновационного процесса. Приведите примеры.
3. Основные этапы жизненного цикла технологического бизнеса.

Тема 2. Выбор бизнес-идеи. Разработка продукта

Проведение Product development в рамках выбранного студентами группового проекта

Тема 3. Формирование бизнес-модели

1. Что такое бизнес-модель и почему требуется ее инновационное преобразование?
2. Сравнительный анализ двух шаблонов бизнес-моделей на выбор.
3. Решение кейса по группам: «Построение бизнес-модели по шаблону А. Остервальдера и И. Пенье для инновационной компании»

Тема 4. Маркетинг новых продуктов и технологий

1. Разбор кейсов - маркетинговых стратегий технологических предприятий.
2. Маркетинговый анализ рынка группового проекта. Описание факторов макро- и микросреды. Оценка размера целевого сегмента.
3. Разработка маркетингового плана стартапа в рамках предложенной бизнес-модели;
4. Разработка плана затрат стартапа на команду маркетинга и продаж.

Тема 5. Основы защиты и передачи прав на результаты интеллектуальной деятельности

1. Перечислите и охарактеризуйте основные объекты интеллектуальной собственности.
2. Проблемы охраны интеллектуальной собственности в России.
3. Соответствие правовых механизмов охраны, трансфера и защиты интеллектуальной собственности в России требованиям ВТО.
4. Зарубежное патентование: плюсы и минусы

Тема 6. Оценка экономической эффективности сделок

Решение задач.

Тема 7. Поиск и привлечение инвесторов и партнеров: особенности работы с разными группами инвесторов

1. Основные источники финансирования технологических проектов.
2. Основные типы инвесторов технологических проектов в зависимости от жизненного цикла компании. Назовите ключевые факторы их привлечения.
3. Проведение сравнительной характеристики венчурных фондов и бизнес-ангелов.
4. Основные 3 стратегии выхода инвестора из проекта.
5. Разбор кейсов

Образцы средств для проведения текущего контроля по темам

Тема 1. Основы технологического предпринимательства

Тест закрытый

1. Среди прочих принципов современного инновационного менеджмента можно назвать:
 - а) обязательное целеполагание и стратегическое планирование инновационных процессов для достижения корреляции между глобальными стратегиями компании и специфическими целями конкретных инновационных проектов;
 - б) сочетание децентрализации в определении стратегических приоритетов и источников финансирования инновационной деятельности и централизации в области исследований и разработок (R&D), инновационного маркетинга, организации и оперативного управления инновационными проектами;
 - в) тоталитарность в принятии важнейших инновационных решений и ограничение доступа к участию низовых звеньев управления и служащих в процессе планирования нововведений.
2. Что из перечисленного ниже является целью фундаментальных исследований?
 - а) разработка опытного образца техники;
 - б) решение прикладных задач;
 - в) познание и развитие процесса.
3. Завершающая стадия научных исследований, переход от лабораторных условий и экспериментального производства к промышленному производству – это:
 - а) эскизно-техническое проектирование
 - б) проектно-конструкторская документация
 - в) опытно-конструкторские работы
4. Основными стадиями опытно-конструкторских разработок являются:
 - а) разработка заказчика технического задания

- б) формулировка предложений, содержащих технической и технико-экономическое обоснование целесообразности создания изделия
- в) институциональное обеспечение инновационных процессов
- г) стремление снизить издержки предпринимательской деятельности и увеличить массу прибыли
- д) изготовление, испытание, доводка опытного образца

Тема 2. Выбор бизнес-идеи. Разработка продукта

Разбор кейса Uber на основе книги Адама Лашински «UBER. Инсайдерская история мирового господства».

Тема 3. Формирование бизнес-модели

Тест закрытый

1. Что является основой возникновения бизнес-идеи?

- а) возможности, б) ценности, в) получение прибыли

2. Бизнес-модель – это:

- а) Бизнес-идея, оформленная в виде бизнес-плана,
- б) Концептуальная модель бизнеса, которая иллюстрирует логику создания добавленной стоимости (прибыли),
- в) Соотношение спроса и предложения на ценностное предложение на рынке

3. Отличительными чертами концепции бизнес-моделирования являются:

- а) Сочетание динамического и статического подхода к бизнес-моделированию процессов,
- б) Использование экономико-математического аппарата прогнозирования и моделирования бизнеса,
- в) Целостный подход к описанию компании, включая такие аспекты, как корпоративная стратегия, структурные, финансовые, операционные механизмы, продукты и услуги, рассматриваемые как единая целостность в динамическом контексте.

4. Шаблон бизнес-модели А.Остервальдера и И.Пенье включает в себя следующие блоки:

- а) Ценности, ценностное предложение, ключевые ресурсы, ключевые процессы, ключевые партнеры, потребители, ключевые конкуренты,
- б) Потребительские сегменты, взаимоотношения с клиентами, каналы сбыта, ценностное предложение, потоки поступления дохода, ключевые партнеры, основные виды деятельности, ключевые ресурсы, структура издержек,
- в) Внутренняя среда организации, внешняя среда организации, ценности, структура, цели, процессы, конкуренты, потребители, поставщики.

Тема 4. Маркетинг новых продуктов и технологий

Разбор кейса «Маркетинговая стратегия Xiaomi».

Тема 5. Основы защиты и передачи прав на результаты интеллектуальной деятельности

Анализ лицензионного соглашения.

Тема 6. Оценка экономической эффективности сделок

Решение задачи:

Завод рассматривает целесообразность приобретения нового высокотехнологичного оборудования по производству автомобилей стоимостью 20 млн. долл. США. Срок эксплуатации – 10 лет. Амортизация начисляется линейным способом. Средневзвешенная стоимость капитала предприятия составляет 15 %. Прогнозируется выручка: 9500, 10400, 8500, 8900, 10800, 12500, 14000, 13150, 12590, 14200 тыс. долл. США. Текущие затраты составляют 5400 тыс. долл. США с последующим ростом в 5% ежегодно. Рассчитайте показатели эффективности данного инвестиционного проекта.

Тема 7. Поиск и привлечение инвесторов и партнеров: особенности работы с разными группами инвесторов

Тест закрытый

1. Что такое «венчур»?

- а. Форма организации рископредприятий, апробирующих или реализующих инновационную идею.
- б. Вид инвестиционных компаний, осуществляющих финансовые вложения в инвестиционные проекты с повышенным риском и получающих соответственно более высокий доход
- в. Способ финансирования организацией разработки новой продукции
- г. Финансирование любых инновационных проектов
- д. Вид инвестиционных компаний, осуществляющих финансовые вложения в инвестиционные проекты для получения более высоких доходов за счет увеличения объемов производства.

2. Что такое «венчурная компания»?

- а. Вид инвестиционных компаний, осуществляющих финансовые вложения в инвестиционные проекты с повышенным риском и получающих соответственно более высокий доход
- б. Вид инвестиционных компаний, осуществляющих финансовые вложения в инвестиционные проекты для получения более высоких доходов за счет увеличения объемов производства
- в. Компания, разрабатывающая новую продукцию
- г. Организация, внедряющая ряд крупных инновационных проектов
- д. Форма организации рископредприятий, апробирующих или реализующих инновационную идею.

3. Какой капитал относится к венчурному?

- а. Инвестиции, привлекаемые в форме выпуска акций венчуров венчурными компаниями и обладающие потенциально более высокими темпами роста курсовой стоимости по сравнению со среднерыночной динамикой
- б. Инвестиции, привлекаемые компания для финансирования своих инновационных проектов
- в. Часть собственного капитала организации, направляемая на проведение фундаментальных исследований
- г. Средства, получаемые в виде безвозмездных ссуд, направляемые на разработку новой техники
- д. Собственный капитал, вкладываемый в акции компаний, осуществляющих исследовательскую деятельность.

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

№ темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1.	Основы технологического предпринимательства	Изучение теоретических основ, подготовка к практическим занятиям, тестированию, разбору кейсов.
2.	Выбор бизнес-идеи. Разработка продукта	Изучение теоретических основ, подготовка к практическим занятиям, тестированию, разбору кейсов.
3.	Формирование бизнес-модели	Изучение теоретических основ, подготовка к практическим занятиям, тестированию, разбору кейсов.
4.	Маркетинг новых продуктов и технологий	Изучение теоретических основ, подготовка к практическим занятиям, тестированию, разбору кейсов.
5.	Основы защиты и передачи прав на результаты интеллектуальной деятельности	Изучение теоретических основ, подготовка к практическим занятиям, тестированию, разбору кейсов.

6.	Оценка экономической эффективности сделок	Изучение теоретических основ, подготовка к практическим занятиям, тестированию, разбору кейсов.
7.	Поиск и привлечение инвесторов и партнеров: особенности работы с разными группами инвесторов	Изучение теоретических основ, подготовка к практическим занятиям, тестированию, разбору кейсов. Проектная работа.

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Ответы на пункты плана для практических занятий
4. Разбор практических примеров, продемонстрированных на лекциях и решенных на практических занятиях

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся теста.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

6.1 Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Примерный перечень вопросов к зачету.

1. Основные понятия дисциплины (инновации, инновационная деятельность, технологическое предпринимательство).
2. Модели технологического процесса: «технологического толчка» (от науки — к рынку), «давления рыночного спроса» (от потребностей рынка — к науке), интерактивной модели (дуальная модель).
3. Способы выхода новых технологий (инноваций) на рынок: парадигма «закрытых инноваций», модель «открытые инновации».
4. Содержание процессов генерирования бизнес-идей.
5. Алгоритм креативного рождения идеи бизнеса с ее последующим развитием в систему решений (бизнес-модель).
6. Базовые положения создания и применения бизнес-моделей: понятие и виды моделей бизнеса (бизнес-модель М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна), ключевые этапы формирования бизнес-модели.
7. Механизм выбора бизнес-модели компании.
8. Ключевые элементы, функциональные блоки бизнес-модели.
9. Основные принципы и методики построения быстро масштабируемой бизнес-модели в сфере высокотехнологичного бизнеса по методологии Остервальдера-Пинье.
10. Специфика маркетинговых исследований в сфере инноваций.
11. Методы и подходы к оценке бизнес-среды в разных отраслях.
12. Критерии оценки привлекательности сегмента.
13. Инструменты маркетинговых исследований: алгоритмы, методы исследования и методы сбора информации.
14. Особенности маркетинга высокотехнологичных предприятий.
15. Особенности продаж инновационных продуктов. Формирование комплекса маркетинга нового продукта. Программирование маркетинговой деятельности.
16. Инструменты современного процесса Product development: анализ конкурентной среды, технический аудит, разработка технико-экономического обоснования, технической документации, управляющих программ.
17. Составляющие Customer development: выявление потребителей, верификация потребителей, расширение клиентской базы, выстраивание компании; изучение потребностей и запросов потребителей; методы моделирования потребностей потребителей; факторы поведения потребителя; приемы привлечения внимания потребителя; оценка эффективности проводимых

мероприятий и оптимизация маркетинговой деятельности предприятия; специфика поведения индивидуальных и корпоративных потребителей.

18. Способы охраны и передачи прав на результаты интеллектуальной деятельности

19. Инвестиционные метрики.

20. Типы инвесторов в технологической сфере.

6.2 Критерии оценивания компетенций:

Карта критериев оценивания компетенций

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
2.	ПК-1: Способность осуществлять стратегический анализ, участвовать в разработке и реализации корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий	Знает об особенностях и методах управления технологическими инновационными проектами. Умеет разработать стратегический план внедрения технологических и продуктовых инноваций на предприятии с учетом особенностей бизнес-среды.	Тест, защита проекта	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".
3.	ПК-2: Способность применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов и повышения стоимости бизнеса, управления оборотным капиталом и минимизации рисков, участвовать в разработке и реализации финансовых и инвестиционных решений	Знает основные методы финансового менеджмента для оценки стоимости бизнеса и минимизации рисков при формировании бизнес-модели. Умеет проводить оценку экономическую и финансовую эффективность сделок, в том числе при реализации инвестиционных решений.	Тест, решение задач, разбор кейсов, защита проекта	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература:

1. Бизнес-модели в управлении устойчивым развитием предприятий: учебник / А. Д. Бобрышев, В. М. Тумин, К. М. Тарабрин [и др.] ; под общ. ред. А. Д. Бобрышева, В. М. Тумина. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 289 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-014167-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1167967> (дата обращения: 21.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Баринов, В. А. Стратегический менеджмент: учебное пособие / В.А. Баринов, Д.Ю. Бусалов. — 2-е изд., доп. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 294 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1391566. - ISBN 978-5-16-016936-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1391566> (дата обращения: 21.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

7.2. Дополнительная литература:

2. Бланк Стив Стартап: Настольная книга основателя [Электронный ресурс]/ Бланк Стив, Дорф Боб— Электрон. текстовые данные.— Москва: Альпина Паблишер, 2019.— 623 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/82518.html>. (дата обращения: 21.05.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Питер Тиль От нуля к единице: как создать стартап, который изменит будущее [Электронный ресурс]/ Питер Тиль, Блейк Мастерс— Электрон. текстовые данные.— Москва: Альпина Паблишер, 2019.— 192 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/86751.html> (дата обращения: 21.05.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

7.3. Интернет-ресурсы

1. <http://www.consultant.ru/>
2. <http://www.garant.ru/>

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>

Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Интернет, платформа для электронного обучения Microsoft Teams, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам.

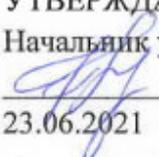
Свободно распространяемые ПО, в том числе отечественного производства:

- MS Teams;
- Adobe Reader;
- 7-Zip

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ
 Н.К. Федорова
23.06.2021

УНИВЕРСИТЕТЫ МИРА: МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(очная форма обучения)

Симонова Л.М. Университеты мира: модели управления и развития. Рабочая программа для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль): Общий и функциональный менеджмент, очная форма обучения. Тюмень, 2021.

Рабочая программа дисциплины (модуля) опубликована на сайте ТюмГУ: <http://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

1. Пояснительная записка

В настоящее время университеты оказались в центре экономических и социальных реформ во всех странах мира. Требования глобального рынка и переход к информационному обществу выдвигают задачу формирования новой модели университета. Данный курс «Университеты мира: модели управления и развития» призван решить эту задачу. Цель курса – выявление с управленческих позиций принципов организации деятельности университетов, их отличительных характеристик, конкурентных преимуществ и факторов успеха и освоение навыков сравнительного анализа моделей университетов в международном контексте.

Задачи курса:

- Изучить концептуальные основы, структуры и механизмы управления университетами, их функции и задачи, а также основные методы и подходы к их изучению;
- проанализировать различные модели университетов в международном контексте, их эволюцию, выявить достоинства и недостатки каждой из них и обосновывать их влияние на динамику международной конкурентоспособности;

УК-1 - способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

УК-6 - способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;

1.1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции ¹	Планируемые результаты обучения (знаниевые/функциональные)
УК-1 - способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Паспорт компетенции отсутствует	Знает теоретические основы информационного менеджмента, системного подхода и системного анализа, основные понятия, категории и инструменты принятия решений; Умеет осуществлять поиск, анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-6 - способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе	Паспорт компетенции отсутствует	Знает основы тайм-менеджмента и принципы организации деятельности; Умеет квалифицированно управлять собственным временем, определять траекторию

¹ Заполняется при необходимости

4. Содержание дисциплины
4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			Консультации и иная контактная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные /практические занятия по подгруппам	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Университет в ситуации постиндустриального перехода: глобальные тренды и вызовы развития	34	4	8	0	0
2.	Системы университетов мира: сравнительный анализ	36	4	8	0	0
3.	Современные университеты в мировом и европейском пространстве научных исследований	36	4	10	0	0
4.	«Университет 3.0» - целевая модель развития	36	4	8	0	0
	Зачет	2	0	0	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

1.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

Тема 1. Университет в ситуации постиндустриального перехода: глобальные тренды и вызовы развития

Миссия университетов и ценности университетского образования. Эволюция университетов и вызовы информационного общества. Зачем нужны университеты? Университет как объект управления. Сравнительный анализ моделей университетов: классический университет, национально-исследовательский предпринимательский университет, глобальный мультиверситет. Академическая революция: необходимость трансформации

Тема 2. Системы университетов мира: сравнительный анализ

Американская система высшего образования. Европейские университеты: общее и особенное. Азиатские университеты в мировом образовательном пространстве. Российская система высшего образования в международной системе координат. Международные рейтинги и конкурентоспособность университетов.

Тема 3. Современные университеты в мировом и европейском пространстве научных исследований

Современные модели управления и финансирования университетов. Менеджмент и содействие инновациям в университетах. Университеты и технопарки: модели взаимодействия. Организация научно-исследовательской работы и практика привлечения к научной и исследовательской деятельности. Центры трансфера технологий университетов как катализатор разработки проектов и создания новых компаний. Формирование инновационных компаний (start up и spin off) университета и содействие их развитию. Организация сервисов и ноу-хау по сопровождению инновационной деятельности. Студенческое самоуправление. Изучение опыта работы студенческих объединений

Тема 4. «Университет 3.0» - целевая модель развития

Анализ трансформационных процессов в зарубежных университетах: актуальные направления и тенденции развития. Трансформационный опыт российских университетов. Модели инновационного развития университетов в России. Современные инструменты инновационной политики в отношении российских вузов. Университет как ядро и прообраз будущих НОЦ.

Планы практических занятий

Тема 1. Университет в ситуации постиндустриального перехода: глобальные тренды и вызовы развития

1. Миссия университетов и ценности университетского образования.
2. Эволюция университетов и вызовы информационного общества.
3. Университет как объект управления
4. Модель классического университета: необходимость перемен
5. Национально-исследовательский университет и его характеристики.
6. Модель предпринимательского университета
7. Глобальный мультиверситет: будущее или реальность?
8. Академическая революция: вызовы университетам

Тема 2. Системы университетов мира: сравнительный анализ

1. Американская система высшего образования и ее характерные черты
2. Европейские университеты: общее и особенное
3. Азиатские университеты в мировом образовательном пространстве.
4. Российская система высшего образования в международной системе координат
5. Международные рейтинги: проблемы позиционирования и конкурентоспособность университетов.

Тема 3. Современные университеты в мировом и европейском пространстве научных исследований

- 1.Современные модели управления и финансирования университетов.
2. Система взаимодействия университетов с государством
- 3.Менеджмент и содействие инновациям в университетах.
- 4.Университеты и технопарки: модели взаимодействия.
- 5.Организация научно- исследовательской работы и практика привлечения к научной и исследовательской деятельности.
- 6.Центры трансфера технологий университетов: функции и задачи
7. Формирование инновационных компаний (start up и spin off) университета и содействие их развитию. Организация сервисов и ноу-хау по сопровождению инновационной деятельности.
- 8.Студенческое самоуправление. Изучение опыта работы студенческих объединений

Тема 4. «Университет 3.0» - целевая модель развития

- 1.Анализ трансформационных процессов в зарубежных университетах: актуальные направления и тенденции развития
- 2.Трансформационный опыт российских университетов: менеджмент изменений
- 3.Модели инновационного развития университетов в России.
- 4.Современные инструменты инновационной политики в отношении российских вузов.
- 5.Университет как ядро и прообраз будущих научно-образовательных центров (НОЦ) в России

Образцы средств для проведения текущего контроля

Тема 1. Университет в ситуации постиндустриального перехода: глобальные тренды и вызовы развития

Собеседование. Вопросы для обсуждения и дискуссии

1. В чем заключается кризис современной системы образования?
2. С какими внешними и внутренними вызовами сталкиваются в настоящее время университеты?
3. Какие трансформации переживает в настоящее время рынок труда?
4. Что понимается под интернационализацией высшего образования?
5. Какие формы интернационализации высшего образования вам известны?

6. С какими изменениями и тенденциями связано появление новых форм и проявлений интернационализации высшего образования?
7. Как влияет интернационализация высшего образования на международный рынок образовательных услуг?
8. В чем вам видится экономический смысл интегрирования университетов и формирования «распределенных» университетов?
9. Что выступает ограничителем интеграционных процессов в этой сфере?
10. Какие новые игроки появились на международном рынке образовательных услуг?

Тема 2. Системы университетов мира: сравнительный анализ

Собеседование. Вопросы для обсуждения и дискуссии

1. Какие наиболее влиятельные мировые рейтинги университетов вам известны?
2. Каковы функции данных рейтингов?
3. Какую роль выполняют рейтинги HEЕАСТ, Leiden Ranking, Webometrics, U-Multirank?
4. В чем состоят разительные отличия между группой университетов-лидеров и «отстающих» университетов?
5. Каковы способы укрепления конкурентных позиций университетов в международных рейтингах?
6. Как изменились образовательные политики университетов мира? Обоснуйте на примере одного из университетов –лидеров, приведите иллюстративные примеры.
7. Каким образом поддерживаются данные политики институционально в странах-лидерах?
8. Каковы критерии оценки интернационализации научно-исследовательской деятельности вуза?
9. Каковы критерии оценки интернационализации учебного процесса?
10. Каково позиционирование в международных рейтингах российских университетов? И в чем могут быть его уроки для России? Разработайте рекомендации по улучшению международного позиционирования для российских университетов.

Тема 3. Современные университеты в мировом и европейском пространстве научных исследований

Практическое задание

Проект по привлечению талантов в университет. Исследование потенциала молодежи, выбор команды для проведения исследования

Тема 4. «Университет 3.0» - целевая модель развития

Практическое задание

- 1) основываясь на актуальных данных по 100 ведущим университетам мира, составьте наиболее полный «портрет и профиль» ведущего университета современного мира;
- 2) на основе последних фактологических данных по 100 ведущим университетам мира просчитать индекс интернационализации вуза для трех ведущих американских, британских и азиатских университетов. Сравнить эти значения и сделать выводы. Просчитать индекс интернационализации для трех российских университетов,

сформулировать рекомендации; разработать поэтапную модель интернационализации образования для российских вузов

- 3) Перечислите основные противоречия современного этапа трансформации университетов.

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1.	Университет в ситуации постиндустриального перехода: глобальные тренды и вызовы развития	Проработка лекционного материала вместе со слайдами электронной презентации по дисциплине и с использованием основной и дополнительной литературы, подготовка реферата, презентации
2.	Системы университетов мира: сравнительный анализ	Проработка лекционного материала вместе со слайдами электронной презентации по дисциплине и с использованием основной и дополнительной литературы, подготовка реферата, презентации
3.	Современные университеты в мировом и европейском пространстве научных исследований	Проработка лекционного материала вместе со слайдами электронной презентации по дисциплине и с использованием основной и дополнительной литературы, подготовка реферата, презентации
4.	«Университет 3.0» - целевая модель развития	Проработка лекционного материала вместе со слайдами электронной презентации по дисциплине и с использованием основной и дополнительной литературы, подготовка реферата, презентации

Обучающийся по каждой теме дисциплины может использовать различные формы самостоятельной работы.

Реферат (5-8 стр. печатного текста) - аналитический обзор или развернутая рецензия, в которой обосновывается актуальность исследуемой темы, кратко излагаются и анализируются содержательные и формальные позиции изучаемых текстов, формулируются обобщения и выводы.

Презентация (5-10 слайдов) - определенное информационное послание свободной композиции с оригинальным графическим решением, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу.

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Поиск ответов на вопросы для обсуждения по теме.
4. Изучение интернет-источников для подготовки к презентации

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся практических заданий, выступлении с презентациями, проведения собеседования и дискуссии.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине

6.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет проходит в форме устного ответа на вопросы курса.

Вопросы к зачету:

1. Миссия университетов и ценности университетского образования.
2. Эволюция университетов и вызовы информационного общества.
3. Университет как объект управления
4. Модель классического университета: необходимость перемен
5. Национально- исследовательский университет и его характеристики.
6. Модель предпринимательского университета
7. Глобальный мультиверситет: будущее или реальность?
8. Академическая революция: вызовы университетам Американская система высшего образования и ее характерные черты
9. Европейские университеты: общее и особенное
10. Азиатские университеты в мировом образовательном пространстве.
11. Российская система высшего образования в международной системе координат
12. Международные рейтинги: проблемы позиционирования и конкурентоспособность университетов.
13. Система взаимодействия университетов с государством
14. Современные модели управления и финансирования университетов.
15. Университеты и технопарки: модели взаимодействия.
16. Организация научно- исследовательской работы и практика привлечения к научной и исследовательской деятельности.
17. Центры трансфера технологий университетов: функции и задачи
18. Формирование инновационных компаний (start up и spin off) университета и содействие их развитию. Организация сервисов и ноу-хау по сопровождению инновационной деятельности.
19. Студенческое самоуправление как катализатор инновационной деятельности
20. Анализ трансформационных процессов в зарубежных университетах: актуальные направления и тенденции развития
21. Трансформационный опыт российских университетов: менеджмент изменений
22. Модели инновационного развития университетов в России.
23. Современные инструменты инновационной политики в отношении российских вузов.
24. Университет как ядро и прообраз будущих научно-образовательных центров в России

6.2. Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1.	УК-1 - способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации,	Знает теоретические основы информационного менеджмента, системного подхода и системного анализа, основные понятия,	Задания для промежуточной аттестации, вопросы к зачету 1 -24	Компетенция сформирована при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности

	применять системный подход для решения поставленных задач	категории и инструменты принятия решений; Умеет осуществлять поиск, анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач		выполнения предложенных практических заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 «Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО «ТюмГУ»
2.	УК-6 - способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знает основы тайм-менеджмента и принципы организации деятельности; Умеет квалифицированно управлять собственным временем, определять траекторию саморазвития на основе принципов life-learning	Задания для промежуточной аттестации, вопросы к зачету 1 -24	Компетенция сформирована при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных практических заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 «Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО «ТюмГУ»

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература:

1. Сурудина, Е. А. Современные концепции образования за рубежом : учебное пособие / Е. А. Сурудина. - Москва : МПГУ, 2017. - 180 с. - ISBN 978-5-4263-0530-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1341022> (дата обращения: 21.06.2021). – Режим доступа: по подписке.

7.2.Дополнительная литература:

2. Коллини, Стефан. Зачем нужны университеты? = What Are Universities For? / С. Коллини ; пер. с англ. Д. Кралечкин ; [науч. ред. пер. А. Смирнов]. Москва : Высшая школа экономики, 2016. - 264 с.

3. Резник, С. Д. Менеджмент. Книга шестая. Управление человеческим потенциалом в социально-экономических системах : избр. статьи / С.Д. Резник. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 357 с. — (Научная мысль). — www.dx.doi.org/10.12737/monography_59fae100e1d779.37669358. - ISBN 978-5-16-013570-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/944194> (дата обращения: 21.06.2021). – Режим доступа: по подписке.

4. Человеческий потенциал как критический ресурс России [Текст] / Рос. акад. наук, Ин-т философии; Отв. ред. Б.Г.Юдин. – Москва : ИФРАН, 2007. – 176 с. – ISBN 978-5-9540-0078-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/345524> (дата обращения: 21.06.2021). – Режим доступа: по подписке.

7.3. Интернет-ресурсы:

Государственный комитет статистики РФ: <http://www.gks.ru>

Институт мировой экономики и международных отношений: <http://www.imemo.ru>

Всероссийский научно-исследовательский конъюнктурный институт (ВНИКИ):
<http://www.vniki.ru>

Обзоры мировых и отечественных рынков: <http://www.marketsurveys.ru>

Институт проблем глобализации (ИПРОГ): <http://www.imperativ.narod.ru/del/del-pref.html>

Аналитические материалы по вопросам постиндустриального развития в мире:
<http://www.postindustrial.ru>

Библиотека экономической и деловой информации: <http://ek-lit.agava.ru>

7.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. База данных ООО «ИВИС» - <https://dlib.eastview.com/browse>
2. Электронная библиотека Grebennikon - <https://grebennikon.ru/>
3. Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) - <https://icdlib.nspu.ru/>
4. Национальная электронная библиотека - <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам.

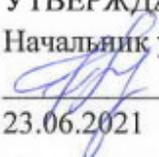
Лицензионное ПО, в том числе отечественного производства: платформа для электронного обучения Microsoft Teams.

Свободно распространяемое ПО, в том числе отечественного производства: Adobe Reader; 7-Zip

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ
 Н.К. Федорова
23.06.2021

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(очная форма обучения)

Быстрова А. Н. Управленческий учет Рабочая программа для обучающихся по специальности 38.05.01 «Экономическая безопасность», специализация «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности», формы обучения очная. Тюмень, 2021.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ: Управленческий учет [электронный ресурс] / Режим доступа <http://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

1. Пояснительная записка

Управленческий учет позволяет приобрести опыт формирования информации о внутрихозяйственных процессах на предприятии с целью принятия объективных управленческих решений, что необходимо не только для руководителей разных уровней управления, но и для сотрудников служб экономической безопасности.

Целью изучения дисциплины «Управленческий учет» является получение и закрепление студентами теоретических знаний в области управленческого учета в соответствии с требованиями стандарта, приобретение практических навыков по применению приемов и способов ведения бухгалтерского управленческого учета как информационной базы для принятия финансовых и управленческих решений хозяйствующими субъектами в условиях глобализации российской экономики и реформирования отечественной системы бухгалтерского учета и финансовой отчетности.

Задачи освоения дисциплины:

- изучить сущность, место, роль и содержание управленческого учета;
- получить знания о затратах и их научной классификации;
- приобрести навыки практического использования показателей переменных и постоянных затрат, организации учета затрат в зависимости от нужд управления;
- овладеть методикой анализа конкретных ситуаций и, прежде всего, элементами факторного анализа;
- получить практические навыки проведения маржинального анализа по данным учетной, отчетной и плановой информации;
- научиться формулировать выводы по результатам проведенного анализа вариантов альтернативных управленческих решений, обосновывать на его основе управленческие решения, направленные на повышение эффективности хозяйственной деятельности.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции ¹	Планируемые результаты обучения: (знаниевые/функциональные)
УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10	Знает методику принятия экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений. Знает основы планирования и организации профессиональной деятельности Знает порядок контроля и учета процессуальной деятельности Умеет разрабатывать и принимать экономически и финансово обоснованные организационно-

¹ Заполняется при необходимости

		управленческие решения; Умеет планировать и организовывать профессиональную деятельность; Умеет осуществлять контроль и учет ее результатов.
--	--	--

2. Структура и объем дисциплины

Таблица 2

Вид учебной работы		Всего часов (академические часы)	Часов в семестре (академические часы)
			5 семестр
Общая объем	зач. ед.	4	4
	час	144	144
Из них:			
Часы контактной работы (всего):		50	50
Лекции		16	16
Практические занятия		34	34
Лабораторные / практические занятия по подгруппам		0	0
Консультации и иная контактная работа		0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося		94	94
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф. зачет, экзамен)		Зачет	Зачет

3. Система оценивания

3.1. Для текущего контроля применяется 100-балльная система оценивания. Баллы проставляются за посещение практических занятий и активную работу на них, а также за выполненные письменные и контрольные работы по каждой теме дисциплины. Результаты текущего контроля учитываются при промежуточной аттестации. Перевод баллов в оценки осуществляется по следующей шкале: от 91 до 100 баллов – «отлично»; от 76 до 90 баллов – «хорошо»; от 61 до 75 баллов – «удовлетворительно». Обучающиеся, не набравшие достаточного количества баллов для оценки, сдают экзамен в период экзаменационной сессии. Форма проведения экзамена – тест. Продолжительность выполнения – академический час. Фактическое количество баллов определяется отношением правильно решенных тестовых заданий к общему количеству.

4. Содержание дисциплины
4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 4.

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				Консультации и иная контактная работа
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные / практические занятия по подгруппам	
1	2	3	4	5	6	7
1	Концепция управленческого учета в рыночной экономике	14	2	2	0	0
2	Затраты: их классификация и организация учета	16	2	4	0	0
3	Анализ зависимости «затраты-объем-прибыль»	16	2	4	0	0
4	Особенности и аналитико-управленческие возможности системы директ-костинг	24	2	6	0	0
5	Особенности систем нормативного учета и стандарт-кост	22	2	6	0	0
6	Планирование и бюджетирование в бухгалтерском управленческом учете	21	2	4	0	0
7	Учет затрат по видам деятельности	21	2	4	0	0
8	Организационные аспекты управленческого учета	8	2	4	0	0
	Зачет	2	0	0	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

Тема 1. Концепция управленческого учета в рыночной экономике

Международная практика выделения управленческого учета из общей системы бухгалтерского учета: предпосылки появления управленческого учета; необходимость управленческого учета в конце 40-х и начале 50-х годов XXв в странах с развитой рыночной экономикой; создание финансовой и управленческой бухгалтерий; содержание калькуляционного учета до разделения учета на финансовый и управленческий;

необходимость калькуляций по центрам ответственности, по наименованиям изделий, по видам продукции.

Сравнительная характеристика управленческого и финансового учета: взаимодействие управленческого и финансового учета; основные различия между управленческим учетом и финансовым учетом.

Сущность и цели управленческого учета: сущность управленческого учета; определение затрат, принятие решений, планирование и контроль - как основные цели управленческого учета.

Функции и принципы управленческого учета: зависимость функций, выполняемых управленческим учетом от функций управления; общепринятые принципы управленческого учета.

Роль бухгалтера в принятии управленческих решений: структура управления промышленным предприятием, линейные и функциональные взаимоотношения; различия между главным бухгалтером и начальником финансового отдела; роль главного бухгалтера в организации; взаимосвязь бухгалтерской информации и управленческих решений. Этические стандарты бухгалтера по управленческому учету.

Тема 2. Затраты: их классификация и организация учета

Общая классификация затрат на производство: группировка затрат на производство по составу, по видам, по назначению, по отношению к объему производства, по способу отнесения на себестоимость отдельных видов изделий, по характеру затрат, по степени охвата плана.

Классификация затрат для калькулирования и оценки произведенной продукции: группировка затрат на основные и накладные, прямые и косвенные, входящие и истекшие, производственные и непроизводственные.

Классификация затрат для принятия решений и планирования: группировка на переменные и постоянные затраты, условно постоянные и условно переменные, безвозвратные затраты, вмененные затраты.

Классификация затрат для осуществления процесса контроля и регулирования: группировка затрат на регулируемые и нерегулируемые, эффективные и неэффективные, контролируемые и неконтролируемые.

Методы разделения затрат на переменные и постоянные части: метод минимаксный, метод графика-рассеяния, метод наименьших квадратов.

Тема 3. Анализ зависимости «затраты-объем-прибыль»

Понятие точки безубыточности. Нахождение точки безубыточности графическим и алгебраическими способами. Оценка влияния на прибыль соотношения между уровнем затрат и доходов при различных объемах производства. Планирование прибыли.

Тема 4. Особенности и аналитико-управленческие возможности системы директ-костинг

Понятие неполной себестоимости. Затраты, включаемые в себестоимость продукции в системе директ-костинг и в системе полных затрат. Понятие маржинального дохода. Отчет о финансовых результатах при маржинальном доходе и при учете полных затрат. Порядок расчета операционной прибыли.

Методы калькуляции себестоимости по предельным затратам и с полным распределением затрат и решение об установлении цены: использование методов для принятия решения о назначении цены; наибольшая уместность каждого метода для решения о ценообразовании; сравнения использования методов при принятии решений об установлении цены. Система учета полной себестоимости и директ-костинг в планировании

производственной программы(ассортимента продукции). Директ-костинг и решения о капитальных вложениях

Тема 5. Особенности систем нормативного учета и стандарт-кост

Понятие «отклонений» затрат и причины их возникновения. Анализ отклонений как средство контроля затрат.

Использование нормативных затрат в калькулировании себестоимости продукции, работ, услуг.

Калькуляция себестоимости по нормативным затратам: сущность метода калькуляции по нормативным затратам; процесс установления нормативных затрат; система калькуляции себестоимости с полным распределением нормативных затрат и по нормативным предельным затратам.

Учетные записи в системе нормативного учета стандарт-кост.

Тема 6. Планирование и бюджетирование в управленческом учете

Понятие планирования и бюджетирования. Виды планирования: по срокам и степени детализации. Понятие, слагаемые и функции генерального бюджета. Операционный и финансовый бюджеты: слагаемые и порядок разработки. Организация контроля за исполнением бюджетов

Тема 7. Учет затрат по видам деятельности

Особенности учета затрат по видам деятельности. Выявление основных видов деятельности, которые имеют место в организации, распределение затрат по центрам издержек для каждого вида деятельности, определение фактора издержек для каждого из основных видов деятельности, распределение затрат, имеющих отношение к видам деятельности, по видам продукции на основе спроса на эти виды деятельности.

Тема 8. Организационные аспекты управленческого учета

Организационные аспекты управленческого учета, самостоятельно определяемые организацией: принципы классификации затрат и степень их детализации; увязка мест возникновения затрат с центрами ответственности; разработка системы счетов управленческого учета в рамках рабочего Плана счетов бухгалтерского учета организации; Выбор системы управленческого учета, разработка форм, содержания внутривозвратной отчетности, периодичности и срока ее предоставления. Классификация систем управленческого учета.

Планы практический занятий

Тема 1. Концепция управленческого учета в рыночной экономике

- 1.Международная практика выделения управленческого учета из общей системы бухгалтерского учета.
- 2.Сравнительная характеристика управленческого учета и финансового учета.
- 3.Сущность и цели управленческого учета.
- 4.Функции и принципы управленческого учета.
- 5.Роль бухгалтера-аналитика в принятии управленческих решений.
- 6.Этические стандарты бухгалтера по управленческому учету.

Тема 2. Затраты: и их классификация и организация учета

- 1.Затраты как один из основных объектов управленческого учета.
- 2.Классификация затрат:

- а) общая классификация затрат;
 - б) для калькулирования и оценки готовой продукции;
 - в) для принятия управленческих решений;
 - г) для осуществления процесса контроля и регулирования.
3. Методы разделения затрат на переменные и постоянные части.
 4. Понятие место возникновения затрат, носитель затрат, центр ответственности.
 5. Центр ответственности как инструмент управления затратами.
 6. Системы учета затрат и калькулирования себестоимости.

Тема 3. Анализ зависимости затраты-объем-прибыль

1. Понятие точки безубыточности.
2. Нахождение точки безубыточности графическим способом.
3. Нахождение точки безубыточности алгебраическим способом.
4. Анализ безубыточности.
5. Планирование прибыли.

Тема 4. Особенности и аналитико-управленческие возможности системы директ-костинг

1. Возникновение и развитие системы директ-костинг.
2. Сущность и особенности системы директ-костинг. Понятие неполной себестоимости. Понятие маржинального дохода.
3. Отчет о прибылях и убытках при маржинальном доходе и при учете полных затрат.
4. Директ-костинг и принятие управленческих решений.
5. Достоинства и недостатки системы директ-костинг.

Тема 5. Особенности системы нормативного учета и системы стандарт-кост

1. Нормативный учет и стандарт-кост как инструмент учета, планирования и контроля затрат. Общее и особенное.
2. Нормативная база предприятия: содержание, требование к ее организации, порядок расчета нормативных затрат.
3. Понятие отклонений затрат и причины их возникновения. Анализ отклонений как средство контроля затрат.
4. Использование нормативных затрат в калькулировании себестоимости продукции, работ, услуг.
5. Учетные записи в системе нормативного учета стандарт-кост.

Тема 6. Планирование и бюджетирование в управленческом учете

1. Виды планирования: по срокам и степени детализации.
2. Понятие бюджета: его функции и виды.
3. Генеральный бюджет: понятие, слагаемые.
4. Операционный и финансовый бюджеты: слагаемые и порядок разработки.
5. Организация контроля за исполнением бюджетов.

Тема 7. Учет затрат по видам деятельности

1. Характерные особенности учета затрат по видам деятельности.
2. Учет затрат по видам деятельности в управлении затратами и бюджетировании.
3. Особенности практического применения системы.
4. Анализ распределение косвенных затрат традиционным методом и ABC.

Тема 8. Организация управленческого учета

1. Организационные аспекты управленческого учета, самостоятельно определяемые организацией.
2. Классификация систем управленческого учета.
3. Система учета полной себестоимости и система директ-костинг.
4. Система учета фактических (прошлых) затрат и система стандарт-кост.
5. Интегрированная (в финансовый учет) и автономная системы управленческого учета.

Образцы средств для проведения текущего контроля

Опрос на практических занятиях по вопросам каждой темы, представленным в пункте 4.2

Тема 1. Концепция управленческого учета в рыночной экономике

Тестовые задания

Пример теста (тест закрытой формы):

1. Основная цель управленческого учета состоит в предоставлении информации:
 - а) внешним пользователям;
 - б) внутренним пользователям;
 - в) органам исполнительной власти;
 - г) собственникам предприятия.
2. Требование обязательности ведения учета в наибольшей степени распространяется на:
 - а) финансовый учет;
 - б) управленческий учет;
 - в) оперативный производственный учет;
 - г) налоговый учет.
3. В функциональные обязанности бухгалтера-аналитика предприятия входят:
 - а) анализ финансовой отчетности;
 - б) управленческое консультирование по вопросам планирования, контроля и регулирования деятельности центров ответственности;
 - в) налоговое консультирование;
 - г) ведение налогового учета.
4. Принципами управленческого учета являются:
 - а) единый подход к выбору целей и задач управленческого и финансового учета производства;
 - б) единые планово-учетные единицы для двух видов учета;
 - в) однократное введение первичной информации для всех видов учета;
 - г) преемственность и дополнение информации одного вида учета другим.
5. Управленческий учет можно определить как
 - а) синтетический учет затрат;
 - б) синтетический учет затрат и результатов;
 - в) аналитический учет затрат;
 - г) аналитический учет затрат и результатов.

Тема 2. Затраты: и их классификация и организация учета

Задача. Предприятие занимается продажей товаров.

Отчет о финансовых результатах за 3 месяца представлен в таблице (руб.).

Показатели	Июль	Август	Сентябрь
Объем продаж (ед.)	3000	3500	4000
Выручка от реализации	400000	450000	500000
Покупная стоимость товаров	260000	300000	330000
Валовая прибыль	140000	150000	170000

Расходы на реализацию	21000	21000	21000
Транспортный расходы	34000	36000	38000
Зарплата и премии	71000	74000	80000
Амортизация	8000	8000	8000
Всего издержек обращения	134000	139000	147000
Прибыль	6000	11000	23000

Требуется:

1. Определить к какому типу затрат (постоянный, переменный или смешанные) относятся перечисленные выше затраты (включая стоимость товаров)
2. С помощью метода «Минимум-максимум» определить переменную и постоянную составляющие в составе смешанных затрат.

Тест

1. Внутри масштабной базы переменные затраты на единицу продукции:

- а) различны при каждом объеме производства;
- б) постоянны при различных объемах производства;
- в) увеличиваются пропорционально увеличению объема производства;
- г) уменьшаются при увеличении объема производства.

2. Организация решила арендовать новый станок. Плата за аренду рассматривается как затраты:

- а) переменные;
- б) постоянные;
- в) полупеременные;
- г) смешанные.

3. Внутри масштабной базы постоянные затраты на единицу продукции:

- а) постоянны при различных объемах производства;
- б) увеличиваются с увеличением объема производства;
- в) уменьшаются с увеличением объема производства;
- г) нет правильного ответа.

3. Периодические расходы состоят из:

- а) административных расходов;
- б) производственных издержек, информация о которых накоплена на бухгалтерских счетах за отчетный период;
- в) общецеховых расходов;
- г) прямых материальных затрат.

4. Вмененные затраты учитываются при принятии управленческих решений:

- а) в условиях ограниченности ресурсов;
- б) при избытке ресурсов;
- в) не зависимо от степени обеспеченности ресурсами;
- г) по центрам ответственности.

5. Вмененные издержки:

- а) документально не подтверждаются;
- б) могут не означать реальных денежных расходов;
- в) обычно не включаются в бухгалтерские отчеты;
- г) все выше перечисленное верно.

Тема 3. Анализ зависимости затраты-объем-прибыль

Задача. Планируемая продажная цена продукции 28 рублей, переменные расходы 16 рублей на единицу, постоянные затраты 200 000 рублей.

Определить:

1. Критическую точку в натуральных единицах;

2. Критическую точку в стоимостной оценке;
3. Объем продаж для получения прибыли 6000 рублей.
4. Объем продаж для получения прибыли 9000 рублей, при условии что затраты на рекламу возрастут на 15 000.

Тест

1. Для нахождения точки безубыточности используется:

- 1) графический способ
- 2) статистический метод
- 3) балансовое уравнение
- 4) метод графика- рассеяния

2. Выручка предприятия составляет 200 000 ДЕ, производственные расходы – 80 000 ДЕ (50% - постоянные), коммерческие и административные расходы – 100 000 ДЕ (40% - переменные). Маржинальный доход при этих условиях _____ ДЕ.

- 1) 92 000
- 2) 108 000
- 3) 120 000
- 4) 100 000

3. Маржинальная прибыль представляет собой:

- 1) превышение выручки над величиной совокупных переменных затрат
- 2) произведение удельных переменных затрат на объем реализованной продукции
- 3) сумму постоянных и переменных затрат
- 4) разницу между выручкой от продаж продукции и ее производственной себестоимостью

4. Точка безубыточности маржинальным методом определяется как:

- 1) постоянные затраты совокупные разделить на маржинальный доход на единицу продукции
- 2) смешанные затраты совокупные разделить на прибыль
- 3) удельный маржинальный доход разделить на смешанные затраты на единицу продукции
- 4) маржинальный доход на единицу разделить на удельные постоянные затраты

5. Если выручка от реализации предприятия составляет 10 000 руб., совокупные переменные затраты 5 000 руб., совокупные постоянные затраты 2 000 руб., объем реализации 1000 шт., точка безубыточности в натуральных показателях составит _____ шт.

- 1) 400
- 2) 500
- 3) 833
- 4) 900

Тема 4. Особенности и аналитико-управленческие возможности системы директ-костинг

Задача. Предприятие занимается продажей спортивной обуви.

Отчет о финансовых результатах за квартал (руб.)

Выручка от реализации	130000
Покупная стоимость товаров	70000
Валовая прибыль	60000
Транспортные расходы	15000
Прочие издержки обращения	20000
Прибыль	25000

Цена продажи составляет 130 руб. В составе издержек обращения переменные составляют 10 руб. на пару, остальные издержки постоянные.

В составе транспортных расходов 20% переменные остальные постоянные.

Требуется:

Подготовить отчет о финансовых результатах деятельности предприятия используя систему «Дирек-костинг».

Тест

1. Компания использует для целей управленческого учета систему директ-костинг. Данные о затратах на единицу произведенной продукции: материальные затраты – 5 ДЕ; затраты на оплату труда производственных рабочих – 3 ДЕ; переменные общепроизводственные расходы – 2 ДЕ; постоянные общепроизводственные расходы – 2 ДЕ; переменные коммерческие расходы – 4 ДЕ; постоянные коммерческие расходы – 2 ДЕ.

В случае если остатки годовой продукции составляют 1000 ед. продукции их производственная себестоимость _____ ДЕ.

- 1) 10 000
- 2) 12 000
- 3) 14 000
- 4) 17 000

2. Компания использует для целей управленческого учета систему директ-костинг. Данные о затратах на единицу произведенной продукции: материальные затраты – 5 ДЕ; затраты на оплату труда производственных рабочих – 3 ДЕ; переменные общепроизводственные расходы – 2 ДЕ; постоянные общепроизводственные расходы – 2 ДЕ; переменные коммерческие расходы – 4 ДЕ; постоянные коммерческие расходы – 2 ДЕ. Реализация составила 11 000 ед. продукции по цене 30 ДЕ, маржинальная прибыль составит _____ ДЕ.

- 1) 176 000
- 2) 138 000
- 3) 150 000
- 4) 170 000

3. В зависимости от полноты включения затрат в себестоимость продукции системы учета затрат подразделяются на _____ затраты.

- 1) полные и частичные
- 2) фактические и нормированные
- 3) автономные и интегрированные
- 4) постоянные и переменные

4. Предприятие производит два вида продукции - 1 и 2, имеются следующие данные о производстве:

- 1) цена за единицу продукта 1 - 110, продукта 2 - 130;
- 2) переменные расходы на единицу продукта 1 - 70, продукта 2 - 80.

При выборе ассортимента, с учетом лимита выпуска 1000 машино-часов при условии, что за 2 часа можно произвести 4 шт. продукта 1 и 2 шт. продукта 2, будет принято решение:

- 1) производить продукт 1
- 2) производить продукт 2
- 3) отказаться от производства данных продуктов
- 4) доход от производства одинаков

5. Предприятие использует для внутренних целей систему директ-костинг, при условии что: объем производства - 30 000 шт.; переменные затраты на единицу - 250 руб.; постоянные расходы за год - 2 300 000 руб.; административные расходы за год - 1 700 000 руб.; желаемая прибыль - 1 400 000 руб., цена составит _____ руб.

- 1) 470
- 2) 430
- 3) 450
- 4) 500

Тема 5. Особенности системы нормативного учета и системы стандарт-кост

Задача. Компания при объеме выпуска 2000 ед. фактически использовала материалов 4400 ед., стандарт 2кг*5руб. Было приобретено 6000 кг. материалов по 5,50 руб. Отработано часов 6500 при общей сумме затрат 40300 руб. Стандартные затраты на ед. продукции 18 руб., стандарт времени 3 ч. на единицу. Стандартное время 6000 ч\часов.

Рассчитать отклонения по основным материалам и трудозатратам.

Составить проводки в системе Стандарт-кост.

Тест.

1. В рамках системы стандарт-кост предполагается отдельный учет:

- 1) стандартных затрат и отклонения
- 2) фактических затрат и экономии
- 3) совокупных затрат и перерасхода
- 4) фактических затрат и перерасхода

2. Предприятие использует для целей учета затрат систему стандарт-кост, утвержденные стандарты удельных материальных затрат по материалу 1, составляют 3 кг., по цене 50 руб., фактический закуп и расход материалов при выпуске 10 000 единиц продукции составил 40 000 кг. по цене 60 руб., отклонение по цене материалов составляет _____ руб.

- 1) – 400 000
- 2) – 300 000
- 3) – 200 000
- 4) – 100 000

3. Предприятие использует для целей учета затрат систему стандарт-кост, утвержденные стандарты удельных материальных затрат по материалу 1, составляют 2 кг., по цене 10 руб., фактический закуп и расход материалов при выпуске 10 000 единиц продукции составил 15 000 кг. по цене 20 руб., отклонение по расходу материалов составляет _____ руб.

- 1) 50 000
- 2) 60 000
- 3) 70 000
- 4) 80 000

4. Предприятие использует для целей учета затрат систему стандарт-кост, утвержденные стандарты удельных материальных затрат по материалу 1, составляют 2 кг., по цене 10 руб., фактический закуп и расход материалов при выпуске 10 000 единиц продукции составил 15 000 кг. по цене 20 руб., совокупное отклонение по материальным затратам составляет _____ руб.

- 1) – 100 000
- 2) – 200 000
- 3) – 250 000
- 4) – 300 000

5. Предприятие использует для целей учета затрат систему стандарт-кост, утвержденные стандарты удельных трудовых затрат на производство продукта 1, составляют 2 ч/часа, часовая тарифная ставка 150 руб/час, фактический выпуск 10 000 единиц продукции фонд рабочего времени составил 25 000 ч/часов, фонд оплаты труда – 4 250 000 руб., отклонение по ставке оплаты труда составляет _____ руб.

- 1) – 500 000
- 2) – 600 000
- 3) – 700 000
- 4) – 800 000

Тема 6. Планирование и бюджетирование в управленческом учете

Тест.

1. Понятие «бюджет» в управленческом учете – это:

- 1) стратегия работы организации на весь период существования
- 2) план работы организации в краткосрочном периоде
- 3) государственный бюджет
- 4) бюджет реализации

2. В управленческом учете выделяют следующие виды бюджетов:

- 1) плановые и фактические

- 2) генеральные и частные
 - 3) государственные и коммерческие
 - 4) простые и составные
3. В процессе разработки и внедрения системы бюджетирования используется:
- 1) отчетные показатели за предыдущий период
 - 2) прогнозы в части производства и реализации
 - 3) плановые и фактические данные характеризующие деятельность предприятия в целом
 - 4) данные минимум за три прошлых периода в части производства
4. Бюджетным период в управленческом учете называют:
- 1) отчетный период организации
 - 2) отчетный период, устанавливаемый руководством центру ответственности
 - 3) процесс составления и исполнения организацией бюджета
 - 4) процесс разработки государственного бюджета
5. Статический бюджет – это:
- 1) бюджет, рассчитанный на конкретный уровень деловой активности организации
 - 2) гибкий бюджет
 - 3) бюджет, рассчитанный на различные уровни деловой активности организации
 - 4) генеральные бюджет

Тема 7. Учет затрат по видам деятельности

Задача. Компания производит 3 продукта А, Б и В, прямые затраты составляют:

Показатели	А (руб)	Б (руб)	В (руб)
Прямые материалы	33,96	31,64	28,40
Прямой труд 3 руб, час:			
Машинообработка	?	?	?
Сборка	?	?	?
Итого	?	?	?

Данные используемые при подсчете прямых и расходов:

Показатели	А	Б	В	Итого
Время работы машин (маш.-час/ед)	5,00	4,50	4,00	
Прямой труд (чел.-час/ед)				
Машинообработка	2,18	2,46	2,84	
Сборка	4,00	4,50	5,20	
Производство (шт)	25000,00	15000,00	8150,00	
Итого машино- часы	?	?	?	?
Итого чел-часы				?
Машинообработка	?	?	?	?
Сборка	?	?	?	?

В компании выделяют следующие виды деятельности:

Виды деятельности	А	Б	В	Итого
Наладка оборудования:				
Машинообработка	50	30	20	?
Обработка	40	25	15	?
Контроль качества:				
Машинообработка	20	15	5	?
Сборка	10	7	3	?
Закупка материалов	80	50	40	?
Накладные расходы распределенные по функциям:				

Имеющие отношение к объему производства				630 000,00
Имеющие отношение к наладке оборудования:				
Машинообработка				714000,00
Сборка				900000,00
Контроль качества:				
Машинообработка				630000,00
Сборка				700000,00
Закупка материалов				1100000,00
Итого накладные расходы				?

Необходимо произвести деления накладных расходов традиционным способом (база заработная плата основных производственных рабочих), а так же в рамках системы ABC. Подсчитать себестоимость единицы. Сделать выводы.

Тема 8. Организация управленческого учета

Тест.

1. Автономный вариант организации управленческого учета предполагает, что первичная информация:

- 1) вводится и обрабатывается один раз
- 2) обрабатывается дважды
- 3) поступает из системы бухгалтерского учета
- 4) поступает из системы налогового учета

2. Двухкруговой организация бухгалтерского и управленческого учета предполагает:

- 1) экономию бухгалтерского труда
- 2) сохранение коммерческой тайны
- 3) повышение достоверности бухгалтерской отчетности
- 4) повышение достоверности налоговой отчетности

3. При интеграции бухгалтерского и управленческого учета аналитический учет по счетам реализации ведется в:

- 1) управленческой бухгалтерии
- 2) финансовой бухгалтерии
- 3) налоговой бухгалтерии
- 4) плановом отделе

4. Выделение счетов управленческого учета в отдельную систему позволяет:

- 1) улучшить информативность бухгалтерского учета
- 2) сохранить коммерческую тайну об уровне производственных издержек
- 3) улучшить информативность налогового учета
- 4) улучшить информативность статистического учета

5. Выделение управленческого учета как самостоятельной системы, обусловлено:

- 1) необходимостью сохранения коммерческой тайны
- 2) невозможностью отразить все хозяйственные операции в системе единого бухгалтерского учета
- 3) улучшением точности налоговых данных
- 4) сокращением затрат на содержания бухгалтерской службы предприятия

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 5.1

№ Темы	Темы	Виды СРС
	5 семестр	
	Управленческий учет	
1	Концепция управленческого учета в рыночной экономике	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций, подготовка к практическим занятиям, тестирование.
2	Затраты: их классификация и организация учета	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций, подготовка к практическим занятиям, тестирование.
3	Анализ зависимости «затраты-объем-прибыль»	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций, подготовка к практическим занятиям, тестирование.
4	Особенности и аналитико-управленческие возможности системы директ- костинг	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций, подготовка к практическим занятиям, тестирование.
6	Особенности систем нормативного учета и стандарт-кост	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций, подготовка к практическим занятиям, тестирование.
7	Планирование и бюджетирование в бухгалтерском управленческом учете	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций, подготовка к практическим занятиям, тестирование.
8	Учет затрат по видам деятельности	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций, подготовка к практическим занятиям, тестирование.
9	Организационные аспекты управленческого учета	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций, подготовка к практическим занятиям, тестирование.

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Ответы на пункты плана для практических занятий

4. Разбор практических примеров, продемонстрированных на лекциях и решенных на практических занятиях
Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся теста, контрольной работы.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

6.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Форма проведения экзамена – тест закрытый, 20 заданий, 3 варианта ответа, один правильный ответ.

Пример тестовых заданий.

1. Компания производит и продает керамические горшки. Производственная мощность ограничена количеством 300 000 штук в год. Годовой объем текущего года - 240 000 штук по цене 500 руб. за единицу. Дополнительно предложен заказ на 40 000 штук по цене, на 20% меньшей. Переменные расходы на единицу - 300 руб., совокупные постоянные расходы за год - 41 000 000. Выгодно ли компании принять заказ, будет ли получена дополнительная прибыль:

- 1) нет, не выгодно;
- 2) да, прибыль не изменится;
- 3) да, прибыль увеличится на 4 000 000 руб.

2. Организация производит инструменты. Вы располагаете следующими данными:

а) переменные затраты на ед. (руб.):

- материальные - 11,5;
- трудовые - 4,5;
- общепроизводственные - 5,5;

б) постоянные затраты за год (руб.):

- общепроизводственные - 20 500;
- административные - 6800;

в) цена продажи - 150 руб.;

г) объем продажи в 2010 г. - 250 шт.

Какую цену нужно установить, чтобы увеличить прибыль на 10 000 руб.:

- 1) 190 руб.;
- 2) 180 руб.;
- 3) 200 руб.

3. Компания произвела в 2010 г. 100 000 единиц продукции. Общие производственные затраты составили 1 770 530 руб., из них постоянные затраты - 570 530 руб. Предполагается, что никаких изменений в производственных методах и ценах не произойдет. Определите общие бюджетные затраты для производства 135 000 единиц продукции в следующем году:

- 1) 2 390 215 руб.;
- 2) 2 390 216 руб.;
- 3) 2 190 530 руб.

4. Компания производит и продает стулья, переменные затраты - 1200 руб., постоянные затраты - х. Компания может продавать: 1) 1000 стульев по 2500 руб. и иметь прибыль 100 000 руб. или 2) 300 стульев по 4000 руб. и 650 стульев по 2000 руб. каждый. Какую альтернативу выберет компания:

- 1) 1-й вариант;
- 2) 2-й вариант;
- 3) два варианта равны.

5. Поведение издержек предприятия описывается формулой $Y = 800 + 4 \cdot X$. При выпуске 400 единиц изделий планируемые затраты организации составят:

- 1) 3000 руб.;
- 2) 2400 руб.;

3) 2000 руб.;

6. Предприятие производит 400 ед. изделий. Общая сумма его затрат составляет 80 тыс. руб., размер постоянных расходов – 30 тыс. руб. Затраты могут быть представлены уравнением:

1) $Y = 80000 + 125X$

2) $Y = 30000 + 125X$

3) $Y = 50000 + 125X$

7. По полноте включения затрат в себестоимость выделяют следующие системы управленческого учета:

1) полных и частичных затрат;

2) фактических и нормированных затрат;

3) автономная и интегрированная.

8. Целью составления бюджета затрат на приобретение материалов является:

1) ритмичное снабжение материалами всех структурных подразделений;

2) обеспечение потребностей производства по запланированной цене материалов;

3) минимальное удовлетворение запросов производства.

9. В зависимости от способа отнесения затрат на себестоимость продукции затраты подразделяются:

1) на прямые и косвенные;

2) основные и накладные;

3) одноэлементные и комплексные.

10. По отношению к объему производства расходы подразделяются:

1) на постоянные и переменные;

2) входящие и невходящие;

3) производственные и внепроизводственные.

6.2 Критерии оценивания компетенция:

Таблица 6.2

Карта критериев оценивания компетенций

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1	УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Знает методику принятия экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений. Знает основы планирования и организации профессиональной деятельности Знает порядок контроля и учета процессуальной деятельности Умеет разрабатывать и принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения; Умеет планировать и организовывать	Тестовое задание к зачету	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимая вопроса и правильности выполнения предложенных заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной

		профессиональную деятельность; Умеет осуществлять контроль и учет ее результатов.		аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".
--	--	--	--	--

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература:

1. Вахрушева, О. Б. Управленческий учет : учебное пособие / О. Б. Вахрушева. — Москва : Эксмо, 2010. — 188 с. — ISBN 978-5-699-41506-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/1088.html> (дата обращения: 10.05.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

7.2 Дополнительная литература:

1. Стратегический управленческий учет для бизнеса: Учебник / Л.В.Юрьева, Н.Н.Ильшева, А.В.Караваева. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 336 с. + (Доп. мат. znanium.com). - (Высшее образование: Магистратура). ISBN 978-5-16-005513-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/342102> (дата обращения: 10.05.2020). – Режим доступа: по подписке.
2. Керимов, В.Э. Управленческий учет в государственных корпорациях [Электронный ресурс] : Монография / Керимов В. Э., Сорокина В. В. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. — 157 с. - ISBN 978-5-394-02332-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/514521> (дата обращения: 10.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.3. Интернет-ресурсы

1. <https://minfin.gov.ru/ru/performance/accounting/accounting/>
2. <http://rspp.ru/simplepage/nefinansovaya-otchetnost/>

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>
2. Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>
3. Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

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

Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам. ББС «Система Главбух» и сервис «Контрагент».

Лицензионное ПО:

платформа для электронного обучения Microsoft Teams.

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть

оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ
 Н.К. Федорова
23.06.2021

ФИНАНСОВАЯ ЛОГИСТИКА
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(очная форма обучения)

Данилова Е.П. Финансовая логистика. Рабочая программа для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль): Общий и функциональный менеджмент, формы обучения очная, заочная. Тюмень, 2020.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ: Финансовая логистика [электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

© Тюменский государственный университет, 2021.

© Данилова Е.П., 2021.

1. Пояснительная записка

Цель дисциплины - формирование знания логистических принципов и подходов к организации эффективного управления финансовыми потоками для ускорения оборота капитала предприятия за счет сокращения операционного цикла, снижения потребности в капитале, обслуживающем бизнес-деятельность.

Задачи дисциплины:

1. Анализ задач, функций, факторов и тенденций развития финансовой логистики.
2. Изучение принципов логистического подхода к анализу и формированию рациональных финансовых бизнес-процессов.
3. Исследование логистических методов управления финансовыми потоками.
4. Изучение инструментальных аспектов финансовой логистики.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции ¹	Планируемые результаты обучения: (знаниевые/функциональные)
ПК-2: способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	ПК-2	Знает основные методы и решения финансового менеджмента по управлению ключевыми показателями финансовой логистики Умеет применять методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений и т.д. в целях повышения эффективности логистического управления в организации Умеет формулировать управленческие решения, связанные с управлением финансовыми потокам с использованием инструментов финансовой логистики
ПК-5: владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	ПК-5	Знает основы логистического подхода к анализу рациональных финансовых бизнес-процессов Умеет применять методы стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

¹ Заполняется при необходимости

2. Структура и объем дисциплины

Таблица 1.1

Очная форма обучения

Вид учебной работы		Всего часов (академические часы)	Часов в семестре (академические часы)
			6
Общий объем	зач. ед.	4	4
	час	144	144
Из них:			
Часы контактной работы (всего):		50	50
Лекции		16	16
Практические занятия		34	34
Лабораторные / практические занятия по подгруппам		0	0
Консультации и иная контактная работа		0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося		94	94
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф. зачет, экзамен)		Зачет	Зачет

3. Система оценивания.

3.1. Для текущего контроля успеваемости студентов очной формы обучения используется 100-балльная система оценивания, для студентов заочной формы обучения – пятибалльная РФ.

Работа студентов очной формы обучения на учебных встречах оценивается в баллах. Типовые виды работ и ориентировочные баллы следующие:

на лекционных учебных встречах оценивается:

- посещение - 1 балл при наличии конспекта,
- устный ответ – 1 балл.

на семинарах студенты получают баллы за следующие виды работ:

- участие в дискуссии – 2 балла,
- выполнение логических заданий (самостоятельная работа) – 2-3 балла,
- тест – 4 балла,
- доклад – 2 балла,
- презентация – 3 балла,
- подготовка эссе – 5 баллов,
- кейс – 5 баллов.

В рамках разных тем семинарских учебных встреч выполняются разные виды работ. Система оценивания разработана таким образом, что максимально студент может набрать в течение семестра 100 баллов. В случае если студент набирает 61 балл, он получает зачет. Студенты, набравшие менее 61 балла, сдают зачет устно в форме собеседования по вопросам к зачету.

Работа студентов заочной формы обучения на учебных встречах оценивается по пятибалльной системе. Студенты заочной формы обучения, посетившие все учебные встречи и выполнившие все предложенные виды работ на положительные оценки, получают зачет. Остальные студенты сдают зачет устно в форме собеседования по вопросам к зачету.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2.1

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			Консультации и иная контактная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные/ практические занятия по подгруппам	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Понятие и сущность финансовой логистики	16	2	4	0	0
2.	Экономические аспекты финансовой логистики	19	2	4	0	0
3.	Особенности управления финансовыми ресурсами	18	2	4	0	0
4.	Финансовые потоки в организации	18	2	4	0	0
5.	Основные инструменты финансовой логистики	18	2	6	0	0
6.	Финансовые ресурсы и пути их оптимизации	18	2	4	0	0
7.	Финансовые риски в логистических системах и способы их снижения	19	2	4	0	0
8.	Эффективность логистических систем и пути ее повышения	18	2	4	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

Тема 1. Понятие и сущность финансовой логистики

Понятие и сущность финансовой логистики. Объекты финансово-логистического управления. Принципы финансовой логистики. Цели и задачи финансовой логистики.

Тема 2. Экономические аспекты финансовой логистики*

Функциональные области финансовой логистики. Внешние факторы, влияющие на логистические затраты предприятия. Внутренние факторы, влияющие на логистические затраты предприятия. Экономические аспекты финансовой логистики. Основные характеристики финансовой логистики.

Тема 3. Особенности управления финансовыми ресурсами

Охарактеризовать особенности управления финансовыми ресурсами. Этапы управления финансовыми ресурсами. Объяснить характер воздействий на финансовые потоки на отдельных стадиях логистической деятельности. Основные правила и требования финансовой логистики. Определение и сущность терминов "материальный поток" и

"финансовый поток". Определение терминов "логистическая система", "логистическая операция" и "логистическая функция"

Тема 4. Финансовые потоки в организации

Классификация финансовых потоков. Оптимизация финансовых потоков. Основные способы максимизации денежных потоков. Особенности управления финансовыми потоками в логистических системах.

Тема 5. Основные инструменты финансовой логистики

Охарактеризовать основные инструменты финансовой логистики. Авальный кредит. Акцептный кредит. Вексельный кредит. Взаимодействие фокусной компании цепи поставок с финансовой инфраструктурой в виде банка. Факторинг. Секьюритизация. Оценка эффективности использования инструментов финансовой логистики.

Тема 6. Финансовые ресурсы и пути их оптимизации

Факторы развития финансовой логистики. Финансовые ресурсы логистических систем и управление ими.

Тема 7. Финансовые риски в логистических системах и способы их снижения

Особенности управления финансовыми потоками в логистических системах. Виды финансовых ресурсов и потоков в логистических системах. Финансовые риски в логистических системах и способы их снижения.

Тема 8. Эффективность логистических систем и пути ее повышения*

Эффективность логистических систем и пути ее повышения. Базовые показатели оценки эффективности использования финансовых ресурсов. Обоснование эффективности проектов в процессе бизнес-планирования. Анализ рисков инвестиционных решений в финансовой логистике. Возможности повышения эффективности финансовой логистики в организации.

* - темы, изучаемые студентами заочной формы обучения самостоятельно

Планы практических занятий:

Тема 1. Понятие и сущность финансовой логистики

Дискуссия по теме
Выполнение логических заданий
Подготовка эссе

Тема 2. Экономические аспекты финансовой логистики

Дискуссия по теме
Выполнение логических заданий

Тема 3. Особенности управления финансовыми ресурсами

Дискуссия по теме
Выполнение логических заданий
Расчетный кейс

Тема 4. Финансовые потоки в организации

Дискуссия по теме
Выполнение логических заданий
Расчетный кейс

Тема 5. Основные инструменты финансовой логистики

Дискуссия по теме

Тест

Доклады студентов с презентацией

Практическая работа

Тема 6. Финансовые ресурсы и пути их оптимизации

Дискуссия по теме

Выполнение логических заданий

Практическая работа

Тема 7. Финансовые риски в логистических системах и способы их снижения

Дискуссия по теме

Решение задач

Подготовка эссе

Тема 8. Эффективность логистических систем и пути ее повышения

Дискуссия по теме

Выполнение логических заданий

Тест

Образцы средств для проведения текущего контроля:

Примеры логических заданий:

1. Соотнесите функции финансовой логистики и их характеристики:

Функции	Описание функции	Ответ:
1. Воспроизводственная	А) обеспечивает соблюдение соответствия между движением денежных и материальных потоков в логистической системе	1.
2. Распределительная	Б) обеспечивает сбалансированность финансовых и товарно-материальных ресурсов при снижении к минимуму производственных затрат по всей логистической цепи	2.
3. Контрольная	В) обеспечивает формирование и использование денежных средств, поддержание их эффективной структуры в логистической системе	3.

2. Дополните схему отсутствующим элементом, характеризующим внутренний механизм нейтрализации финансовых рисков, при использовании которого происходит формирование резервного страхового фонда предприятия.



Примеры вопросов для дискуссии:

1. Какие периоды развития прошла концепция логистики?
2. В чем заключается новизна логистики?
3. Назовите три концептуальных подхода к созданию логистических систем финансовых потоков.
4. Объясните, почему необходимо достижение компромиссов между различными структурными подразделениями фирм.
5. В чем заключается суть определения издержек по принципу миссий?
6. Какое преимущество дает калькуляция издержек, основанная на принципе миссий, по сравнению с традиционным (функциональным) расчетом издержек?
7. Составьте определение экономических компромиссов.
8. Какие уровни решений охватывают экономические компромиссы?
9. Что является критерием компромиссов на каждом уровне принятия решений?
10. Перечислите основные требования финансовой логистики.
11. Перечислите и объясните основные принципы финансовой логистики.

Примеры тем эссе:

1. Опишите динамику развития финансовой логистики.
2. Изложите концептуальные факторы развития глобальной логистики.
3. Охарактеризуйте два основных направления совершенствования координации управления логистической деятельностью фирм.
4. Опишите модель системы планирования потребности в финансовых ресурсах.
5. В чем заключается смысл образования новых организационных механизмов координации и контроля финансовых потоков?
6. Дайте характеристику основных структурных блоков системы управления.
7. Опишите структуру органа управления финансовыми потоками в крупной корпорации.
8. Раскройте суть контроллинга в логистических системах.
9. Какое преимущество дает калькуляция издержек, основанная на принципе миссий, по сравнению с традиционным (функциональным) расчетом издержек?
10. Составьте определение экономических компромиссов.

Примеры тем для докладов и презентаций:

1. Формирование и функционирование центров финансового управления.
2. Формирование и функционирование центров прибыли.
3. Формирование и функционирование центров финансовой ответственности .
4. Формирование и функционирование центров затрат.
5. Формирование и функционирование центров доходов и инвестиций.
6. Экономические аспекты финансовой логистики.
7. Основные характеристики финансовой логистики.
8. Этапы управления финансовыми потоками.
9. Основные правила и требования финансовой логистики.
10. Авальный кредит.
11. Акцептный кредит.
12. Вексельный кредит.
13. Взаимодействие фокусной компании цепи поставок с финансовой инфраструктурой в виде банка.
14. Факторинг.
15. Секьюритизация.

Примеры тестовых заданий:

1. Оценка стоимости предприятия с позиций _____ подхода предполагает определение стоимости имущества предприятия.

- 1) затратного
- 2) сравнительного
- 3) доходного
- 4) интегрального

2. В основе _____ подхода к оценке стоимости предприятия лежит принцип, в соответствии с которым эффективный инвестор не заплатит за приобретаемый им бизнес больше, чем размер дохода, который данный бизнес принесет ему в будущем.

- 1) затратного
- 2) сравнительного
- 3) доходного
- 4) интегрального

3. Необеспеченный кредит под осуществление отдельных хозяйственных операций:

- 1) бланковый
- 2) контокоррентный
- 3) сезонный
- 4) револьверный

4. Кредит, предполагающий ежемесячную амортизацию долга, предоставляемый на формирование переменной части оборотных средств в период их роста:

- 1) бланковый
- 2) контокоррентный
- 3) сезонный
- 4) револьверный

5. Кредит, который предоставляется заемщику без указания срока его использования (на краткосрочный период) с обязательством заемщика погасить его по первому требованию кредитора:

- 1) онкольный
- 2) ломбардный
- 3) ипотечный
- 4) ролloverный

Пример практического задания:

Проведите сравнительный анализ основных инструментов финансовой логистики по предлагаемым критериям. Результаты сравнения внесите в таблицу.

Сравнительная характеристика основных инструментов финансовой логистики

Критерии	Факторинг	Банковский кредит	Товарный кредит
1. Содержание			
2. Цель			
3. Виды			
4. Обеспечение			
5. Сроки			
6. Объем			
7. Погашение			
8. Преимущества			
9. Недостатки			

Пример кейса:

Ипотечный продукт на рынке недвижимости: есть ли альтернатива?

Потенциальный покупатель живет в настоящее время в пансионате, который принадлежит его родственникам, то есть возможности продать его нет. Он накопил 600 тыс. руб. первоначального взноса, и принимает решение о приобретении в кредит (ипотека) в 2020 году однокомнатной квартиры общей площадью 45 м², стоимостью 2600 тыс. руб. При условии, что он возьмет кредит на 15 лет со средней процентной ставкой 10% годовых, ежемесячный платеж его составит 24 тыс. руб. Или выгоднее копить по 24 тыс. руб., откладывая накопления на вклад, средняя процентная ставка по которому 10% годовых. При расчете необходимо учесть инфляцию (рост стоимости квартиры, примерно 2 тыс. руб. за м² в год).

Итак, что выгоднее, накопить или взять кредит? Почему люди берут ипотеку? Каковы достоинства и недостатки ипотеки? Возможные альтернативы ипотеки и их реальность. Почему некоторые потребители предпочитают снимать жилье, но не брать ипотеку?

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1.	Понятие и сущность финансовой логистики	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
2.	Экономические аспекты финансовой логистики	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
3.	Особенности управления финансовыми ресурсами	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
4.	Финансовые потоки в организации	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
5.	Основные инструменты финансовой логистики	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
6.	Финансовые ресурсы и пути их оптимизации	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
7.	Финансовые риски в логистических системах и способы их снижения	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
8.	Эффективность логистических систем и пути ее повышения	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

6.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Форма проведения зачета – устное собеседование по вопросам к зачету

Вопросы к зачету:

1. Понятие и цель финансовой логистики.
2. Основные показатели финансовой логистики и обеспечиваемый ею эффект.
3. Задачи финансовой логистики.
4. Принципы финансовой логистики.
5. Функции финансовой логистики.
6. Понятие и классификация финансовых потоков.
7. Основные параметры финансового потока.

8. Задачи управления финансовыми потоками.
9. Факторы управления финансовыми потоками.
10. Бюджетирование финансовой логистики.
11. Авальный кредит как инструмент финансовой логистики.
12. Акцептный кредит как инструмент финансовой логистики.
13. Вексельный кредит как инструмент финансовой логистики.
14. Факторинг как инструмент финансовой логистики.
15. Отличие факторинга от коммерческого кредита.
16. Секьюритизация как инструмент финансовой логистики.
17. Основные способы (три способа) максимизации денежных поступлений.
18. Составляющие финансового имиджа фирмы.
19. Понятие и структура финансовых ресурсов предприятия.
20. Задачи управления финансовыми ресурсами.
21. Принципы управления финансовыми ресурсами.
22. Порядок и источники формирования финансовых ресурсов на предприятии.
23. Принципы формирования финансовых ресурсов.
24. Источники формирования финансовых ресурсов.
25. Структура финансовых ресурсов (внутренние и внешние).
26. Факторы, влияющие на выбор источников финансирования финансовых ресурсов.
27. Особенности финансирования финансовых ресурсов при создании предприятия.
28. Затратный подход к определению рыночной стоимости компании.
29. Сравнительный (рыночный) подход к оценке стоимости компании.
30. Доходный подход к оценке стоимости компании.

6.2. Критерии оценивания компетенций

Таблица 4

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1.	ПК-2: способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Знает основные методы и решения финансового менеджмента по управлению ключевыми показателями финансовой логистики Знает основы логистического подхода к анализу рациональных финансовых бизнес-процессов Умеет применять методы финансового менеджмента для оценки активов, управления	Вопросы 1-30	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ

		<p>оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений и т.д. в целях повышения эффективности логистического управления в организации</p> <p>Умеет формулировать управленческие решения, связанные с управлением финансовыми потокам с использованием инструментов финансовой логистики</p>		ВО "ТюмГУ".
2.	<p>ПК-5: владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>Знает основы логистического подхода к анализу рациональных финансовых бизнес-процессов</p> <p>Умеет применять методы стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	Вопросы 1-30	<p>Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий.</p> <p>Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".</p>

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература:

1. Логистика для бакалавров: Учебник / Карпова С.В. - Москва : Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 323 с. ISBN 978-5-9558-0442-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/510368> (дата обращения: 25.04.2020). – Режим доступа: по подписке.
2. Егоров, Ю. Н. Логистика: Учебное пособие / Егоров Ю.Н. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 256 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-010967-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/507700> (дата обращения: 25.04.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.2. Дополнительная литература:

1. Логистика: практикум для бакалавров : учебное пособие / С. В. Карпова, А. А. Арский, В. В. Борщ [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 139 с. - ISBN 978-5-9558-0545-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1036533> (дата обращения: 25.04.2020). – Режим доступа: по подписке.
2. Мищенко, А. В. Методы и модели управления инвестициями в логистике: Учебное пособие / Мищенко А. В. - 2-е изд., испр. доп. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 370 с.: - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-104082-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/540661> (дата обращения: 25.04.2020). – Режим доступа: по подписке.
3. Шапкин, А. С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций : практическое пособие / А. С. Шапкин, В. А. Шапкин. - 10-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 544 с. - ISBN 978-5-394-03553-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093535> (дата обращения: 25.04.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.3 Интернет-ресурсы:

1. www.business-magazine.ru (Бизнес-журнал)
2. www.gd.ru (журнал «Генеральный директор»)
3. www.kommersant.ru/sf (журнал «Секрет фирмы»)
4. www.mevriz.ru (журнал «Менеджмент в России и за рубежом»)
5. www.new-managment.info (журнал «Новый менеджмент»)
6. www.gjm.ru (Российский журнал менеджмента)

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>

Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>

Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

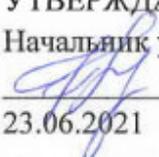
В ходе изучения дисциплины не предусматривается использование специальных программных продуктов, однако, необходим выход в интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам, а также программа для просмотра презентаций.

Лицензионное ПО: платформа для электронного обучения Microsoft Teams.

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Для изучения дисциплины необходимо мультимедийное оборудование. Аудитория должна быть оснащена персональным компьютером с выходом в интернет, проектором, экраном. Мультимедийное оборудование необходимо для всех лекционных учебных встреч, а также некоторых семинаров, где происходит защита докладов или проектов.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ
 Н.К. Федорова
23.06.2021

ФИНАНСОВЫЙ МАРКЕТИНГ
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(очная форма обучения)

Вакорин Д. В. Финансовый маркетинг. Рабочая программа для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, реализуемому по индивидуальным образовательным траекториям (очная форма обучения). Тюмень, 2020.

Рабочая программа дисциплины (модуля) опубликована на сайте ТюмГУ: Финансовый маркетинг [электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

1. Пояснительная записка

Финансовый маркетинг, являясь видом маркетинга, становится сегодня абсолютно необходимым для успешного развития любого финансового предприятия (банка, страховой компании, инвестиционного фонда и т.п.).

Знания в области финансового маркетинга помогают участникам финансового рынка умело формировать альтернативные стратегии его развития, разрабатывать новые финансовые продукты и услуги, реализовывать эффективную ценовую и сбытовую политики, целенаправленно формировать систему продвижения, комплексно взаимодействуя с клиентами и другими деловыми партнерами.

Цель дисциплины - обеспечение получения студентами теоретических знаний и выработки умений принимать решения в области финансового маркетинга.

Задачи дисциплины:

1. Получение студентами знаний по следующим вопросам: содержание и специфические особенности финансового (банковского, страхового, на рынке ценных бумаг, инвестиционного) маркетинга; маркетинговые исследования на финансовом рынке; комплекс финансового (банковского, страхового, на рынке ценных бумаг, инвестиционного) маркетинга; взаимосвязь маркетинговой стратегии с другими функциональными стратегиями финансовой компании и ее роль в подготовке сбалансированных управленческих решений.
2. Формирование у студентов умений анализировать взаимосвязи между маркетинговой и другими функциональными стратегиями финансовой компании с целью подготовки сбалансированных управленческих решений; создавать системы коммуникаций по продвижению финансовых продуктов и услуг (банка, страховой компании, на рынке ценных бумаг, инвестиционных проектов); организовывать работу службы маркетинга финансовой организации и координировать ее с деятельностью других служб.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции <i>(при наличии паспорта компетенций)</i>	Планируемые результаты обучения (знаниевые/функциональные)
ПК-2: способность разрабатывать программы организационного развития и изменений, корпоративную стратегию, стратегию бизнеса, функциональные стратегии организации и обеспечивать их реализацию	ПК-2	Знает, как разрабатывать программы организационного развития и изменений, корпоративную стратегию, стратегию бизнеса, функциональные стратегии организации и обеспечивать их реализацию
		Умеет разрабатывать программы организационного развития и изменений, корпоративную стратегию, стратегию бизнеса, функциональные стратегии организации и обеспечивать их реализацию

ПК-3. Способность осуществлять различные виды маркетинговой деятельности, разрабатывать, обосновывать и реализовывать проекты маркетинговых исследований и готовить аналитические материалы для принятия управленческих решений в области стратегического и операционного менеджмент-маркетинга	ПК-3	Знает различные виды маркетинговой деятельности; способы реализации и контроля выполнения задач в области финансового маркетинга.
		Умеет осуществлять различные виды маркетинговой деятельности, разрабатывать, обосновывать и реализовывать проекты маркетинговых исследований и готовить аналитические материалы для принятия управленческих решений в области стратегического и операционного менеджмент-маркетинга.

2. Структура и объем дисциплины

Таблица 1

Вид учебной работы		Всего часов (академические часы)	Часов в семестре (академические часы)
			7
Общий объем	зач. ед.	4	4
	час	144	144
Из них:			
Часы контактной работы (всего):		50	50
Лекции		16	16
Практические занятия		34	34
Лабораторные / практические занятия по подгруппам		0	0
Консультации и иная контактная работа		0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося		94	94
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф. зачет, экзамен)		зачет	зачет

3. Система оценивания

3.1. Оценивание достижений обучающихся в течение семестра осуществляется на основе балльно-рейтинговой системы. Баллы начисляются студентам за следующие активности:

- 1) посещение лекции – 2 балла;
- 2) работа на практическом занятии – 0-10 баллов за тему, в том числе:
 - собеседование по теме, участие в дискуссии по заявленной теме, тестирование по теме – 0-4 балла;
 - анализ конкретных ситуаций, выполнение расчетных заданий – 0-6 баллов.

Для получения зачета по дисциплине обучающимся необходимо набрать за семестр не менее 61 балла. Студенты, набравшие по итогам работы в семестре менее 61 балла, сдают зачет по дисциплине в форме устного собеседования.

4. Содержание дисциплины
4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			Консультации и иная контактная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные/практические занятия по подгруппам	
1	2	3	4	5	6	7
1	Финансовые технологии в системе управления маркетингом	16	2	4	0	0
2	Финансовое информационно-аналитическое обеспечение и его использование в маркетинге	18	2	4	0	0
3	Финансовое обоснование маркетинговых решений	18	2	4	0	0
4	Концепции финансового маркетинга	18	2	4	0	0
5	Банковский маркетинг	18	2	4	0	0
6	Страховой маркетинг	18	2	4	0	0
7	Маркетинг на рынке ценных бумаг	18	2	4	0	0
8	Инвестиционный маркетинг	18	2	4	0	0
9	Тенденции и перспективы развития финансового маркетинга	2	0	2	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

Тема 1. Финансовые технологии в системе управления маркетингом

Методы финансового анализа в маркетинге. Операционный анализ в маркетинге. Влияние маркетинговых решений на активы предприятия.

Тема 2. Финансовое информационно-аналитическое обеспечение и его использование в маркетинге

Информационная система управления финансовой деятельностью. Основные формы финансовой отчетности предприятия и возможности использования основных финансовых показателей в маркетинговой деятельности. Финансовый анализ структуры бухгалтерского баланса и возможности использования его результатов при принятии маркетинговых решений.

Тема 3. Финансовое обоснование маркетинговых решений

Прогнозирование деловой активности предприятия. Анализ маркетингового потенциала предприятия. Управление товарным ассортиментом, ценами и каналами распределения. Управление эффективностью рекламной кампании. Контроль в маркетинге. Оценка эффективности маркетинговой деятельности. Маркетинговые возможности по увеличению рыночной стоимости предприятия. Управление инвестиционными проектами в маркетинге.

Тема 4. Концепции финансового маркетинга

Понятие и сущность финансового маркетинга. Основные понятия в финансовом маркетинге. Финансовый маркетинг как функция финансового менеджмента. Финансовый рынок и маркетинговая среда. Маркетинговые исследования на финансовом рынке. Стратегия и планирование финансового маркетинга. Комплекс финансового маркетинга и его элементы: товарная (продуктовая) политика, ценовая политика на финансовом рынке, система продвижения (коммуникации) на финансовом рынке.

Тема 5. Банковский маркетинг

Понятие и сущность банковского маркетинга. Специфические особенности банковского маркетинга. Современные направления банковского маркетинга. Цели и основные принципы банковского маркетинга. Маркетинговые исследования в банке. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности в банках. Комплекс банковского маркетинга: продуктовая политика банка, современные направления товарной политики в банке, ценовая политика банка, методы распространения банковских продуктов (услуг), продвижение банковских продуктов (услуг). Международный банковский маркетинг.

Тема 6. Страховой маркетинг

Понятие и сущность страхового маркетинга. Понятие страхования. Характеристика страхового рынка. Особенности страхового маркетинга. Концепции и этапы развития страхового маркетинга. Маркетинговые исследования в страховании. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности в страховании. Комплекс страхового маркетинга: товарная политика в страховании, ценовая политика в страховом маркетинге, система распределения страховых продуктов, система продвижения страховых продуктов.

Тема 7. Маркетинг на рынке ценных бумаг

Понятие и сущность маркетинга на рынке ценных бумаг. Маркетинговые исследования рынка ценных бумаг. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности на рынке ценных бумаг. Комплекс маркетинга на рынке ценных бумаг: товарная и ценовая политика на рынке ценных бумаг, система распределения и система продвижения на рынке ценных бумаг.

Тема 8. Инвестиционный маркетинг

Понятие и сущность инвестиционного маркетинга. Стратегия инвестирования компаний. Основные элементы инвестиционной стратегии. Принципы инвестиционной стратегии. Разработка инвестиционной стратегии. Оценка эффективности инвестиционной стратегии. Комплекс инвестиционного маркетинга: товарно-инвестиционная политика,

ценовая политика инвестирования, система распределения и продвижения инвестиционных проектов на рынке.

Тема 9. Тенденции и перспективы развития финансового маркетинга

Тенденции и перспективы развития финансового маркетинга в России и зарубежных странах

Планы практических занятий

Тема 1. Финансовые технологии в системе управления маркетингом

Вопросы для обсуждения и тестирования:

1. Методы финансового анализа в маркетинге.
2. Операционный анализ в маркетинге.
3. Влияние маркетинговых решений на активы предприятия.

Практическое задание:

Анализ конкретных ситуаций, выявление проблем, разработка решений.

Тема 2. Финансовое информационно-аналитическое обеспечение и его использование в маркетинге

Вопросы для обсуждения и тестирования:

1. Информационная система управления финансовой деятельностью.
2. Основные формы финансовой отчетности предприятия и возможности использования основных финансовых показателей в маркетинговой деятельности.
3. Финансовый анализ структуры бухгалтерского баланса и возможности использования его результатов при принятии маркетинговых решений.

Практическое задание:

Анализ конкретных ситуаций, выявление проблем, разработка решений.

Тема 3. Финансовое обоснование маркетинговых решений

Вопросы для обсуждения и тестирования:

1. Прогнозирование деловой активности предприятия.
2. Анализ маркетингового потенциала предприятия.
3. Управление товарным ассортиментом, ценами и каналами распределения.
4. Управление эффективностью рекламной кампании.
5. Контроль в маркетинге.
6. Оценка эффективности маркетинговой деятельности.
7. Маркетинговые возможности по увеличению рыночной стоимости предприятия.
8. Управление инвестиционными проектами в маркетинге.

Практическое задание:

Решение расчетных задач.

Тема 4. Концепции финансового маркетинга

Вопросы для обсуждения и тестирования:

1. Понятие и сущность финансового маркетинга.
2. Основные понятия в финансовом маркетинге.
3. Финансовый маркетинг как функция финансового менеджмента.
4. Финансовый рынок и маркетинговая среда.
5. Маркетинговые исследования на финансовом рынке.
6. Стратегия и планирование финансового маркетинга.
7. Комплекс финансового маркетинга и его элементы.

Практическое задание:

Анализ конкретных ситуаций, выявление проблем, разработка решений.

Тема 5. Банковский маркетинг

Вопросы для обсуждения и тестирования:

1. Понятие и сущность банковского маркетинга.
2. Специфические особенности банковского маркетинга.
3. Современные направления банковского маркетинга. Цели и основные принципы банковского маркетинга.
4. Маркетинговые исследования в банке.
5. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности в банках.
6. Комплекс банковского маркетинга.
7. Международный банковский маркетинг.

Практическое задание:

Анализ конкретных ситуаций, выявление проблем, разработка решений.

Тема 6. Страховой маркетинг

Вопросы для обсуждения и тестирования:

1. Понятие и сущность страхового маркетинга.
2. Особенности страхового маркетинга.
3. Концепции и этапы развития страхового маркетинга.
4. Маркетинговые исследования в страховании.
5. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности в страховании.
6. Комплекс страхового маркетинга.

Практическое задание:

Анализ конкретных ситуаций, выявление проблем, разработка решений.

Тема 7. Маркетинг на рынке ценных бумаг

Вопросы для обсуждения и тестирования:

1. Понятие и сущность маркетинга на рынке ценных бумаг.
2. Маркетинговые исследования рынка ценных бумаг.
3. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности на рынке ценных бумаг.
4. Комплекс маркетинга на рынке ценных бумаг.

Практическое задание:

Анализ конкретных ситуаций, выявление проблем, разработка решений.

Тема 8. Инвестиционный маркетинг

Вопросы для обсуждения и тестирования:

1. Понятие и сущность инвестиционного маркетинга.
2. Стратегия инвестирования компаний.
3. Основные элементы инвестиционной стратегии.
4. Принципы инвестиционной стратегии.
5. Разработка инвестиционной стратегии.
6. Оценка эффективности инвестиционной стратегии.
7. Комплекс инвестиционного маркетинга.

Практическое задание:

Анализ конкретных ситуаций, выявление проблем, разработка решений.

Тема 9. Тенденции и перспективы развития финансового маркетинга

Тема дискуссии:

Тенденции и перспективы развития финансового маркетинга в России и зарубежных странах: сходство и различия.

Образцы средств для проведения текущего контроля

Примеры тестовых заданий

1. Концепция финансового маркетинга, в рамках которой главная задача продавца – предложение потребителю более качественных, а не более дешевых продуктов:
 - 1) совершенствования производства
 - 2) совершенствования товаров
 - 3) интенсификации коммерческих усилий
 - 4) социально-этичного маркетинга
2. Вид маркетинговых исследований на финансовом рынке, направленный на сбор предварительной информации для уточнения проблем и проверки гипотез:
 - 1) разведочные
 - 2) описательные
 - 3) казуальные
 - 4) коррекционные
3. Аналитическая функция страхового маркетинга предполагает:
 - 1) исследование внешней и внутренней среды страховой организации
 - 2) управление конкурентоспособностью страховых продуктов
 - 3) формирование ценовой политики страховой компании
 - 4) удовлетворение интересов страхователей
4. Система сбыта страхового продукта, предусматривающая выбор одного страхового посредника для продажи продукции страховщика в данном регионе - _____ сбыт.
 - 1) экстенсивный
 - 2) селективный
 - 3) эксклюзивный
 - 4) непосредственный
5. Кратковременные побудительные меры поощрения заключения договора для осуществления сделок на рынке ценных бумаг:
 - 1) стимулирование сбыта
 - 2) пропаганда
 - 3) паблик рилейшнз
 - 4) реклама
6. Особенность страхового бизнеса:
 - 1) клиент всегда имеет возможность оценить качество продукта при его покупке
 - 2) постоянство качества страхового продукта
 - 3) отсутствие патентования страховых продуктов
 - 4) невысокое значение сегментации рынка в деятельности страховщиков
7. Фактор, определяющий специфику взаимодействия банка со своими клиентами:
 - 1) неправовой характер предоставления банковских услуг
 - 2) простота восприятия банковских продуктов большинством потребителей
 - 3) повышенный риск не достижения ожидаемых результатов
 - 4) низкая степень индивидуализации банковских продуктов (услуг)
8. Этапом разработки и внедрения стратегии развития субъекта финансового рынка является:
 - 1) формирование образа будущего субъекта финансового рынка
 - 2) выживание и развитие субъекта финансового рынка
 - 3) приспособление субъекта финансового рынка к постоянно меняющимся условиям
 - 4) создание новых финансовых активов
9. Функция инвестиционного маркетинга:
 - 1) прогнозирование инвестиционной конъюнктуры рынка
 - 2) формирование оптимального портфеля инвестиций
 - 3) формирование инвестиционных продуктов в наиболее прибыльных секторах

4) максимизация прибыли компании

10. Этап анализа инвестиционного проекта, в рамках которого осуществляется проверка наличия потенциальных возможностей планирования и осуществления проекта - _____ анализ.

- 1) институциональный
- 2) технический
- 3) финансовый
- 4) экономический

Примеры ситуаций для анализа

Ситуация 1. Коммерческий банк испытывает потребность в долгосрочных ресурсах для кредитования инвестиционного проекта. С целью привлечения средств населения в качестве ресурса необходимы новые виды вкладов сроком свыше одного года.

Задание:

Разработайте три вида вкладов:

- для VIP-клиентов,
- для покупки квартиры,
- для пенсионеров.

Определите первоначальную сумму вноса, срок, порядок пополнения вклада, порядок начисления и выплаты процентов с тем, чтобы условия по новым видам вклада были конкурентными на рынке.

Ситуация 2. Филиал крупного банка, функционирующий в регионе, реализовывает стратегию головного банка по развитию розничного бизнеса в регионе. Для активизации работы с населением по выдаче потребительских кредитов заключены договоры с магазинами, торгующими бытовой, компьютерной техникой, с автосалонами, туристическими фирмами.

Задание:

Разработайте рекламную кампанию и кампанию по стимулированию сбыта, направленную на увеличение объемов продаж услуг населению.

Ситуация 3. На примере одной из российских страховых компаний проанализируйте:

- а) достоинства и недостатки выбранной ею маркетинговой политики;
- б) возможности и угрозы, существующие на рынке;
- в) рекомендуемые маркетинговые мероприятия.

Ситуация 4. Маркетинговое исследование российского банковского сектора по спектру предоставляемых услуг. По данным 10 российских коммерческих банков:

1. Оценить весь спектр возможных предоставляемых услуг банков.
2. Провести анализ динамики развития прибыли банков за последние 3 года по квартально (отобразить динамику на графике).
3. Оценить качественную зависимость прибыльности банков от спектра предоставляемых услуг.
4. Представить рекомендации для каждого банка по возможному расширению предоставляемых услуг.

Примеры расчетных заданий

Задача 1. Рассмотрите три вида каналов распределения и определите, какой наиболее выгоден для организации:

1) канал нулевого уровня — расходы, связанные с содержанием собственной розничной торговой сети, составляют 100 млн. руб., издержки обращения — 80 млн. руб., прибыль от реализации товара — 360 млн. руб.;

2) одноуровневый канал — издержки обращения — 70 млн. руб., ожидаемая прибыль — 175 млн. руб.;

3) двухуровневый канал-издержки обращения-60 млн. руб., прибыль может составить 130 млн. руб.

Задача 2. Исходные данные: Объем реализации – 100 штук, цена реализации – 180 руб./шт, переменные издержки – 80 руб./шт, постоянные расходы – 5000 руб.

1. Рассчитать порог рентабельности и запас финансовой прочности.

2. Какое влияние на изменение порога рентабельности и запаса финансовой прочности окажут: А) Увеличение объема реализации на 25%? В) Уменьшение цены реализации на 40 руб./ед.? С) Уменьшение переменных издержек на 10 руб.? D) Увеличение постоянных расходов на 2500 руб.?

3. Рассчитать силу операционного рычага (по всем вариантам). Какой вариант характеризуется наибольшим уровнем предпринимательского риска и почему?

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1	Финансовые технологии в системе управления маркетингом	Проработка лекций, чтение основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям, решению задач и тестированию
2	Финансовое информационно-аналитическое обеспечение и его использование в маркетинге	Проработка лекций, чтение основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям, решению задач и тестированию
3	Финансовое обоснование маркетинговых решений	Проработка лекций, чтение основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям, решению задач и тестированию
4	Концепции финансового маркетинга	Проработка лекций, чтение основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям, решению задач и тестированию
5	Банковский маркетинг	Проработка лекций, чтение основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям, решению задач и тестированию
6	Страховой маркетинг	Проработка лекций, чтение основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям, решению задач и тестированию
7	Маркетинг на рынке ценных бумаг	Проработка лекций, чтение основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям, решению задач и тестированию
8	Инвестиционный маркетинг	Проработка лекций, чтение основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям, решению задач и тестированию
9	Тенденции и перспективы развития финансового маркетинга	Проработка лекций, чтение основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Ответы на пункты плана для практических занятий
4. Разбор практических примеров, продемонстрированных на лекциях и решенных на практических занятиях

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся теста, практических заданий (кейсов и задач), собеседования по теме, участия в дискуссии.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине

6.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины осуществляется в форме зачета. Форма проведения зачета – итоговая контрольная работа. Продолжительность выполнения итоговой контрольной работы – 2 академических часа. Итоговая контрольная работа включает три задания: 2 теоретических вопроса и 1 практическое задание. Каждое задание оценивается максимально в 25 баллов. Фактическое количество баллов определяется долей правильных ответов на задания.

Обучающиеся, совокупно набравшие по итогам работы в семестре и в ходе выполнения итоговой контрольной работы 61 балл и более, получают зачет по дисциплине.

Обучающиеся, по итогам текущего контроля успеваемости в семестре набравшие 61 балл и более, получают зачет автоматом без выполнения итоговой контрольной работы.

Пример заданий на итоговую контрольную работу

Задание 1. Ответить на вопрос.

1. Финансовый маркетинг как функция финансового менеджмента.

Задание 2. Ответить на вопрос.

2. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности в страховании.

Задание 3. Решить задачу.

3. Сравните конкурентоспособность страховых услуг трех компаний относительно средней стоимости на рынке:

Объект страхования	Условие страхования	Средняя цена услуги на рынке, руб.	Цена, руб.		
			«Аврора»	«Зенит»	«РГС»
Квартира	3 000 000 руб. по всем рискам	4 000	3 700	3 800	4 000
Коттедж	7 000 000 руб. по всем рискам	30 000	25 000	26 000	31 000
Автомобиль	Иномарка выпуска 2016 – 2018 гг.	50 000	36 900	37 000	53 000
Страхование от несчастного случая	1 000 000 руб.	4 500	4 000	4 500	4 650

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Финансовые технологии в системе управления маркетингом.
2. Финансовое информационно-аналитическое обеспечение и его использование в маркетинге.
3. Финансовое обоснование маркетинговых решений.
4. Понятие и сущность финансового маркетинга.
5. Основные понятия в финансовом маркетинге.
6. Финансовый маркетинг как функция финансового менеджмента.

7. Финансовый рынок и маркетинговая среда.
8. Маркетинговые исследования на финансовом рынке.
9. Стратегия и планирование финансового маркетинга.
10. Комплекс финансового маркетинга и его элементы.
11. Понятие и сущность банковского маркетинга.
12. Специфические особенности банковского маркетинга.
13. Современные направления банковского маркетинга. Цели и основные принципы банковского маркетинга.
14. Маркетинговые исследования в банке.
15. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности в банках.
16. Комплекс банковского маркетинга.
17. Международный банковский маркетинг.
18. Понятие и сущность страхового маркетинга.
19. Особенности страхового маркетинга.
20. Концепции и этапы развития страхового маркетинга.
21. Маркетинговые исследования в страховании.
22. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности в страховании.
23. Комплекс страхового маркетинга.
24. Понятие и сущность маркетинга на рынке ценных бумаг.
25. Маркетинговые исследования рынка ценных бумаг.
26. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности на рынке ценных бумаг.
27. Комплекс маркетинга на рынке ценных бумаг.
28. Понятие и сущность инвестиционного маркетинга.
29. Стратегия инвестирования компаний.
30. Основные элементы инвестиционной стратегии.
31. Принципы инвестиционной стратегии.
32. Разработка инвестиционной стратегии.
33. Оценка эффективности инвестиционной стратегии.
34. Комплекс инвестиционного маркетинга.

6.2 Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

Карта критериев оценивания компетенций

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1	ПК-2: способность разрабатывать программы организационного развития и изменений, корпоративную стратегию, стратегию бизнеса, функциональные стратегии организации и	Знает, как разрабатывать программы организационного развития и изменений, корпоративную стратегию, стратегию бизнеса, функциональные стратегии организации и	Задания для промежуточной аттестации	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий.

	обеспечивать их реализацию	обеспечивать их реализацию		Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".
		Умеет разрабатывать программы организационного развития и изменений, корпоративную стратегию, стратегию бизнеса, функциональные стратегии организации и обеспечивать их реализацию		
	ПК-3. Способность осуществлять различные виды маркетинговой деятельности, разрабатывать, обосновывать и реализовывать проекты маркетинговых исследований и готовить аналитические материалы для принятия управленческих решений в области стратегического и операционного менеджмент-маркетинга	Знает различные виды маркетинговой деятельности; способы реализации и контроля выполнения задач в области финансового маркетинга.	Задания для промежуточной аттестации	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".
		Умеет осуществлять различные виды маркетинговой деятельности, разрабатывать, обосновывать и реализовывать проекты маркетинговых исследований и готовить аналитические материалы для принятия управленческих решений в области стратегического и операционного менеджмент-маркетинга.		

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература:

1. Алешин, В. А. Финансовый маркетинг: учебное пособие / В.А. Алешин, А.И. Зотова, Д.А. Шевченко. - Ростов н/Д: Издательство ЮФУ, 2011. - 158 с. ISBN 978-5-9275-0809-

9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/550020> (дата обращения: 29.05.2020). – Режим доступа: по подписке.
2. Смирнов, К. А. Маркетинг на финансовом рынке: Учебное пособие / К.А. Смирнов, Т.Е. Никитина. - Москва : НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-005579-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/345001> (дата обращения: 29.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.2 Дополнительная литература:

1. Никулина, Н.Н. Страховой маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Финансы и кредит» / Н.Н. Никулина, Л.Ф. Суходоева, Н.Д. Эриашвили. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 503 с. - ISBN 978-5-238-01646-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028943> (дата обращения: 29.05.2020). – Режим доступа: по подписке.
2. Романов, А. А. Маркетинг : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 438 с. - ISBN 978-5-394-03542-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093246> (дата обращения: 29.05.2020). – Режим доступа: по подписке.
3. Страховой маркетинг: учебник для бакалавров / под ред. В.В. Синяева. — Москва : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2018. — 380 с. - ISBN 978-5-9558-0537-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/772450> (дата обращения: 29.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.3 Интернет-ресурсы:

1. <http://www.cbr.ru>
2. <http://www.economy.gov.ru>
3. <https://secretmag.ru/>

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>
Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>
Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам дисциплин, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам.

Лицензионное ПО, в том числе отечественного производства:

платформа для электронного обучения Microsoft Teams.

Свободно распространяемые ПО, в том числе отечественного производства:

Adobe Reader;

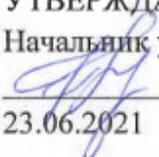
7-Zip

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся

должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ
 Н.К. Федорова
23.06.2021

СТРАХОВАЯ ЗАЩИТА ЧЕЛОВЕКА И КОРПОРАЦИИ
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, 38.03.01 Экономика
(очная форма обучения)

Бабурина Н.А. Страхование человека и корпорации Рабочая программа для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» направленность (профиль): Прикладная экономика, форма обучения очная. Тюмень, 2020.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ: Страхование человека и корпорации [электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

© Тюменский государственный университет, 2020.

© Бабурина Н.А., 2020.

1. Пояснительная записка

В процессе жизнедеятельности экономические субъекты подвергаются большому количеству рисков, которые могут привести к материальным и иным потерям. Универсальным методом управления рисками, возмещения последствий и ущерба выступает страхование. В то же время низкий уровень страховой культуры страхователей препятствует полноценному и эффективному использованию страхования для защиты от рисков. Незнание принципов страхования и прав страхователя не позволяет выстраивать полноценную индивидуальную или корпоративную страховую защиту, грамотно выбирать страховую компанию, отстаивать собственные интересы в случае отказа страховщика в выплате или занижении ее размера. Это обуславливает актуальность и порождает объективную необходимость изучения теоретических основ и практических методов страховой защиты человека и корпорации. Дисциплина является ключевой для формирования компетенций, необходимых для любого экономического агента на протяжении всего периода функционирования или жизнедеятельности в условиях множественности рисков и вероятности потерь.

Целью дисциплины «Страховая защита человека и корпорации» выступает формирование у студентов целостной системы теоретических знаний о фундаментальных основах и прикладных аспектах обеспечения страховой защиты человека и корпорации в современных экономических условиях для последующего применения их в профессиональной деятельности.

Задачами дисциплины являются:

1. Формирование системных знаний о:

- сущности страховой защиты и ее роли в управлении рисками человека и корпорации;
- правовых основах страховой защиты;
- страховой защите жизни, здоровья, трудоспособности и пенсионного обеспечения;
- содержании и функциональном назначении страхования имущества;
- страховании предпринимательских и финансовых рисков;
- механизме и назначении страхования ответственности.

2. Выработка системного подхода к организации страховой защиты человека и корпорации.

3. Развитие навыков управления рисками человека и корпорации и применения норм, регулирующих бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты обучения: (знаниевый/функциональный)
УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	УК-10.	Знает нормы, регулирующие обеспечение страховой защиты человека и корпорации. Умеет применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности.

2. Структура и объем дисциплины

Таблица 1

Вид учебной работы	Всего часов	Часов в семестре
		5
Общий объем зач.ед. час.	4	4
	144	144
Из них:		
Часы аудиторной работы (всего):	50	50
Лекции	16	16
Практические занятия	34	34
Лабораторные/практические занятия по подгруппам	0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося	94	94
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф.зачет, экзамен)	Зачет	Зачет

3. Система оценивания

3.1. Для текущего контроля применяется 100-балльная система оценивания. Баллы проставляются за посещение практических занятий и активную работу на них, а также за выполненные работы по каждой теме дисциплины. Результаты текущего контроля учитываются при промежуточной аттестации. Перевод баллов в оценки осуществляется по следующей шкале: - от 0 до 60 баллов – «не зачтено»; - от 61 до 100 баллов – «зачтено». Обучающиеся, не набравшие достаточного количества баллов для оценки, сдают зачет. Форма проведения зачета – задание для зачета, включающее в себя теоретические вопросы по дисциплине, требующие устного ответа, и контрольные задачи.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы			Иные виды контактной работы
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные/практические занятия по подгруппам	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Страховая защита человека и корпорации: понятие и методы	18	2	4	0	0
2.	Страховой рынок: понятие, функции,	18	2	2	0	0

	участники					
3.	Правовое сопровождение страховой защиты человека и корпорации	18	2	4	0	0
4.	Обязательное государственное социальное страхование	18	2	4	0	0
5.	Добровольное личное страхование	18	2	4	0	0
6.	Страхование имущества	18	2	4	0	0
7.	Страхование предпринимательских и финансовых рисков	18	2	4	0	0
8.	Страхование ответственности	18	2	8	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

Тема 1. Страховая защита человека и корпорации: понятие и методы

Понятие страховой защиты. Отличительные признаки страхования. Функции страхования. Методы страховой защиты. Страхование. Сострахование. Двойное страхование. Перестрахование. Взаимное страхование. Самострахование. Обязательное и добровольное страхование. Страхование по системам выплат.

Тема 2. Страховой рынок: понятие, функции, участники

Понятие и функции страхового рынка. Участники страхового рынка. Страховщик. Страхователь. Застрахованное лицо. Выгодоприобретатель. Страховые посредники: брокер и агент. Страховой надзор.

Тема 3. Правовое сопровождение страховой защиты человека и корпорации

Страховое право. Источники страхового права. Нормативно-правовые требования к субъектам страхового дела. Гражданско-правовое регулирование договора страхования.

Тема 4. Обязательное государственное социальное страхование

Функциональное назначение социального страхования. Социальное страхование в системе социального обеспечения и социальной защиты. Роль социального страхования в реализации социальной политики государства. Роль социального страхования в экономике. Виды обязательного социального страхования и их характеристика.

Тема 5. Добровольное личное страхование

Понятие и объекты добровольного личного страхования. Виды личного страхования. Страхование жизни. Страхование от несчастных случаев и болезней. Медицинское страхование. Страхование выезжающих за рубеж. Страхование пассажиров.

Тема 6. Страхование имущества

Общая характеристика и виды страхования имущества. Страхование средств наземного транспорта. Страхование средств железнодорожного транспорта. Страхование средств воздушного транспорта. Страхование средств водного транспорта. Страхование грузов. Страхование иного имущества физических и юридических лиц. Страхование технических рисков.

Тема 7. Страхование предпринимательских и финансовых рисков

Содержание и объекты страхования предпринимательских и финансовых рисков. Понятие и виды предпринимательских и финансовых рисков. Виды страхования предпринимательских и финансовых рисков. Страхование от перерыва в хозяйственной деятельности (простоя). Страхование прибыли. Страхование доходов. Страхование риска неплатежа. Страхование риска банкротства. Страхование инвестиций. Страхование инноваций.

Тема 8. Страхование ответственности

Понятие и объекты страхования ответственности. Виды страхования ответственности. Страхование гражданской ответственности владельцев автотранспортных средств. Страхование гражданской ответственности владельцев средств воздушного транспорта. Страхование гражданской ответственности владельцев средств водного транспорта. Страхование гражданской ответственности владельцев средств железнодорожного транспорта. Страхование гражданской ответственности организаций, эксплуатирующих опасные объекты. Страхование гражданской ответственности за причинение вреда вследствие недостатков товаров, работ, услуг. Страхование гражданской ответственности за причинение вреда третьим лицам. Страхование гражданской ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору.

Планы практических занятий

Тема 1. Страховая защита человека и корпорации: понятие и методы

1. Понятие риска.
2. Классификация рисков.
3. Методы управления рисками.
4. Страхование в системе методов управления рисками.
5. Страхование по системе первого риска.
6. Страхование по системе пропорциональной ответственности.
7. Страхование по системе предельной ответственности.
8. Франшиза.

Тема 2. Страховой рынок: понятие, функции, участники

1. Ключевые показатели развития рынка страхования.
2. Рейтинги страховщиков.
3. Вызовы и перспективы развития рынка страхования.

Тема 3. Правовое сопровождение страховой защиты человека и корпорации

1. Договор страхования и его особенности.
2. Страховой полис. Содержание договора страхования: субъекты, объект, страховая сумма, страховая
3. Практика отказа в выплатах, занижения размера страховых выплат и пр.
4. Защита интересов страхователей в суде.

Тема 4. Обязательное государственное социальное страхование

1. Обязательное государственное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством. Роль страхования в компенсации выпадающих доходов вследствие заболевания. Социальная защита матерей. Характеристика ключевых элементов обязательного государственного страхования на

- случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством. Страховщик. Страхователи. Застрахованные лица. Страховые взносы. Страховое обеспечение.
2. Обязательное государственное социальное страхование от несчастных случаев на производстве. Характеристика ключевых элементов обязательного государственного страхования от несчастных случаев на производстве. Страховщик. Страхователи. Застрахованные лица. Страховые взносы. Страховое обеспечение.
 3. Обязательное медицинское страхование. Медицинское страхование в системе обеспечения бесплатным медицинским обслуживанием населения. Федеральный фонд и территориальные фонды ОМС. Федеральная и территориальные программы ОМС. Характеристика основных элементов ОМС.
 4. Обязательное пенсионное страхование. Значение обязательного пенсионного страхования в системе социальной защиты и обеспечения пенсионеров. Порядок начисления пенсии. Факторы, оказывающие влияние на размер пенсии. Пенсионный возраст.

Тема 5. Добровольное личное страхование

1. Добровольное страхование жизни. Страхование жизни: понятие и виды. Страхование на дожитие. Страхование на случай смерти. Смешанные виды страхования. Накопительное страхование. Инвестиционное страхование жизни.
2. Добровольное пенсионное страхование. Значение добровольного пенсионного страхования в обеспечении дополнительным доходом после выхода на пенсию. Участники добровольного пенсионного страхования. Страховщики. Негосударственные пенсионные фонды в системе добровольного пенсионного страхования.
3. Добровольное медицинское страхование. Участники добровольного медицинского страхования. Страховщики и страхователи. Выгодоприобретатели. Выбор лечебно-профилактического учреждения в системе добровольного медицинского страхования. Страховое возмещение.

Тема 6. Страхование имущества

1. Основные страховые продукты страхования имущества, предлагаемые физическим и юридическим лицам.
2. Проблемы и перспективы страхования имущества.

Тема 7. Страхование предпринимательских и финансовых рисков

1. Основные продукты страхования предпринимательских и финансовых рисков, предлагаемые российскими страховщиками.
2. Проблемы и перспективы страхования предпринимательских и финансовых рисков.

Тема 8. Страхование ответственности

1. Основные продукты страхования ответственности, предлагаемые российскими страховщиками.
2. Проблемы и перспективы страхования ответственности.

Образцы средств для проведения текущего контроля

Тема эссе

Объективная необходимость страховой защиты экономического агента и изменяющаяся потребность в ней

Перечень вопросов для подготовки к дискуссии о роли страхования в управлении рисками человека и корпорации

1. С какими рисками сталкиваются экономические агенты в современных условиях?
2. Какие методы управления рисками применяют субъекты экономики для управления рисками?
3. Каковы преимущества и недостатки страхования как метода управления рисками человека и корпорации?
4. Способствует ли страхование снижению нагрузки на бюджет?
5. Выступает ли применение страхования для управления рисками человека и корпорации обязанностью или объективной потребностью?

Перечень вопросов для подготовки к дебатам о развитии рынка страховой защиты человека и корпорации на современном этапе

1. Охарактеризуйте динамику страховых премий и страховых выплат как в целом по рынку, так и в разрезе видов страхования.
2. Оцените видовую структуру рынка страхования по показателям собранных страховых премий, осуществленных страховых выплат.
3. Проанализируйте уровень выплат как в целом по рынку страхования, так и в разрезе видов страхования.
4. Оцените экономическую эффективность деятельности страховщиков на рынке.
5. Изучите страховщиков-лидеров по объемам страховых премий, страховых выплат и иным показателям.
6. Определите, доминирует ли на рынке определенная форма страхования.
7. Выявите проблемы и перспективы развития рынка страхования.

Тест закрытый

1. В системе страховых отношений общество взаимного страхования выступает:
 - 1) страхователем
 - 2) страховым посредником
 - 3) страховщиком
 - 4) органом надзора
2. Посредник на страховом рынке, который имеет право представлять интересы или страховщика, или страхователя.
 - 1) профессиональная ассоциация страховщиков
 - 2) страховой агент
 - 3) Центральный Банк РФ
 - 4) страховой брокер
3. Минимальный размер страховой суммы или порядок ее определения указываются в федеральном законе об _____ страховании.
 - 1) взаимном
 - 2) обязательном
 - 3) самостоятельном
 - 4) добровольном
4. Денежная сумма, определенная договором страхования жизни и подлежащая выплате страхователю в случае досрочного расторжения договора страхования:
 - 1) страховое обеспечение
 - 2) выкупная сумма
 - 3) страховая сумма
 - 4) страховая премия
5. Договоры страхования жизни, заключенные в отношении нескольких застрахованных лиц, имеющих общего работодателя – это договоры _____ страхования.
 - 1) индивидуального
 - 2) коллегиального

- 3) коллективного
- 4) рабочего
6. Страхование имущества на страховую сумму меньше страховой стоимости:
 - 1) двойное страхование
 - 2) неполное имущественное страхование
 - 3) сострахование
 - 4) взаимное страхование
7. Дополнительная опция к договорам страхования жизни, направленная на защиту от инфляции страховой и выкупных сумм:
 - 1) индексация
 - 2) деноминация
 - 3) стагфляция
 - 4) суброгация
8. Предел ответственности страховой компании по договору страхования ограничивается страховой:
 - 1) премией
 - 2) выплатой
 - 3) суммой
 - 4) стоимостью
9. При заключении договора страхования имущества в пользу выгодоприобретателя на условиях «за счет кого следует» страхователю выдается:
 - 1) именной страховой полис
 - 2) страховой полис на предъявителя
 - 3) генеральный страховой полис
 - 4) бенефициарный страховой полис
10. Выгодоприобретателем по договору страхования риска ответственности за причинение вреда выступает:
 - 1) лицо, заключившее договор страхования
 - 2) компания, осуществляющее страхование
 - 3) лицо, которому причинен вред
 - 4) страховой агент

Типовые задачи

Задача 1. Страховая стоимость объекта - 435 000 рублей, страховая сумма – 285 000 рублей. Объект уничтожен полностью без остатков. Определить размер страхового возмещения по системе первого риска и пропорциональной ответственности.

Задача 2. По условиям контракта размер прибыли от реализации продукции должен составить 2 800 000 рублей. В результате невыполнения поставщиком условий контракта фактическая прибыль составила 900 000 рублей. Рассчитать ущерб страхователя и сумму страхового возмещения, если предел ответственности страховщика по договору страхования составляет 80%.

Задача 3. В здании в результате пожара выгорело 3 окна из 10 и 4 двери из 7. Первоначальная стоимость дома – 16 540 000 руб. Износ составил 28%. Имущество застраховано на полную страховую стоимость. Исчислить ущерб, если стоимость всех окон составляет 8% и дверей 4,5% общей стоимости строения. Найти сумму страхового возмещения, если уровень условной франшизы составляет 1,5% от страховой суммы.

Задача 4. В результате дорожно-транспортного происшествия уничтожен автомобиль. Первоначальная стоимость транспортного средства 800 000 рублей. Износ автомобиля - 25%. Автомобиль застрахован на полную страховую стоимость. От

автомобиля остались детали на сумму 210 000 рублей. На приведение в порядок указанных деталей израсходовано 40 000 рублей. Исчислить ущерб страхователя и страхового возмещения, если уровень безусловной франшизы предусмотрен 3% от ущерба, нанесенного автомобилю.

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1.	Страховая защита человека и корпорации: понятие и методы	Проработка лекций, чтение обязательной и дополнительной литературы, знакомство с содержанием электронных источников, подготовка к дискуссии, написание эссе.
2.	Страховой рынок: понятие, функции, участники	Проработка лекций, чтение обязательной и дополнительной литературы, знакомство с содержанием электронных источников, подготовка к дебатам.
3.	Правовое сопровождение страховой защиты человека и корпорации	Проработка лекций, чтение обязательной и дополнительной литературы, знакомство с содержанием электронных источников
4.	Обязательное государственное социальное страхование	Проработка лекций, чтение обязательной и дополнительной литературы, знакомство с содержанием электронных источников
5.	Добровольное личное страхование	Проработка лекций, чтение обязательной и дополнительной литературы, знакомство с содержанием электронных источников
6.	Страхование имущества	Проработка лекций, чтение обязательной и дополнительной литературы, знакомство с содержанием электронных источников
7.	Страхование предпринимательских и финансовых рисков	Проработка лекций, чтение обязательной и дополнительной литературы, знакомство с содержанием электронных источников
8.	Страхование ответственности	Проработка лекций, чтение обязательной и дополнительной литературы, знакомство с содержанием электронных источников

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы, электронных источников
3. Ответы на пункты плана для практических занятий
4. Разбор практических примеров, продемонстрированных на лекциях и решенных на практических занятиях

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся теста и сдачи других видов работ.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

6.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Форма проведения зачета – задание для зачета, включающее в себя творческое задание, направленное на разработку программы индивидуальной или корпоративной страховой защиты.

Творческое задание для зачета - разработка программы индивидуальной или корпоративной страховой защиты:

1. Формирование карты индивидуальных рисков студента или риска выбранной организации.
2. Оценка рисков. Страхуемые, не страхуемые риски.
3. Выбор 3-х наиболее довлеющих рисков и подбор оптимальных страховых продуктов:
 - проводится сравнительный анализ возможности страхования каждого риска по условиям страховых продуктов, предлагаемых как минимум 3-мя страховыми организациями.
 - изучаются правила по видам страхования, оценивается перечень страховых рисков и случаев, покрываемых страховкой, основания для отказа в выплате, стоимость и прочие критерии.
 - выбирается наиболее подходящие страховые продукты для покрытия идентифицированных ранее рисков.

6.2. Критерии оценивания компетенций:

Карта критериев оценивания компетенций

Таблица 4

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1.	УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	Знает нормы, регулирующие обеспечение страховой защиты человека и корпорации. Умеет применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности.	Задание для зачета	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

				ФГАОУ ВО "ТюмГУ".
--	--	--	--	-------------------

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература:

1. Страхование [Электронный ресурс]: учебник / под ред. Ю.Т. Ахвледиани, В.В. Шахова. — 5-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 519 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028942> (Дата обращения: 21.05.2020)
2. Сплетузов, Ю. А. Страхование [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Ю.А. Сплетузов, Е.Ф. Дюжиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 357 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/999779> (Дата обращения: 21.05.2020)

7.2. Дополнительная литература:

1. Алиев, Б. Х. Основы страхования [Электронный ресурс]: учебник / Б.Х. Алиев, Ю.М. Махдиева. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.- 503 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028674> (Дата обращения: 21.05.2020)
2. Годин, А. М. Страхование [Электронный ресурс]/ Годин А.М., Фрумина С.В., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2018. - 256 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/414879> (Дата обращения: 21.05.2020)
3. Страхование [Электронный ресурс]: Учебник / Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова; Под ред. проф. И.П. Хоминич. - Москва : Магистр: ИНФРА-М, 2011. - 624 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/248547> (Дата обращения: 21.05.2020)

7.3. Интернет-ресурсы

1. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>
2. Официальный сайт Всероссийского союза страховщиков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <http://www.ins-union.ru>
3. Официальный сайт Национального союза страховщиков ответственности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://nssso.ru>
4. Официальный сайт органа страхового надзора [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <http://www.cbr.ru>
5. Страховой интернет-портал «АСН – Агентство страховых новостей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <http://www.asn-news.ru>
6. Страховой интернет-портал «Страхование сегодня» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <http://www.insur-info.ru>
7. Страховой интернет-портал «Страховой случай» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <http://www.sluchay.ru>

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>
Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>
Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам.

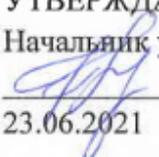
Лицензионное ПО:

платформа для электронного обучения MicrosoftTeams.

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ

Н.К. Федорова
23.06.2021

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(очная форма обучения)

Данилова Е.П. Экологический менеджмент. Рабочая программа для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль): Общий и функциональный менеджмент, формы обучения очная, заочная. Тюмень, 2020.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ: Экологический менеджмент [электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

© Тюменский государственный университет, 2020.

© Данилова Е.П., 2020.

1. Пояснительная записка

Целью изучения курса является: получение студентами теоретических знаний о содержании, задачах, процедурах и методах экологического менеджмента, а также приобретение умений, необходимых для проведения оценки экономических и экологических результатов деятельности предприятия и принятия организационно-управленческих решений с позиции их социальной значимости.

Задачи курса:

1. Получение студентами знаний по следующим вопросам:

- научные основы экологического менеджмента;
- основные стандарты в области систем экологического менеджмента;
- сущность и задачи экологического аудита;
- сущность и задачи экологического страхования;
- коммуникации в системе экологического менеджмента.

2. Формирование у студентов профессиональных умений в области:

- самостоятельной научной и исследовательской работы;
- оценки экологической эффективности на предприятии;
- количественного и качественного анализа для обоснования управленческих решений и мероприятий в области экологического менеджмента, в том числе с позиции их социальной значимости.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты обучения: (знаниевый/функциональный)
ПК-1: Способность осуществлять стратегический анализ, участвовать в разработке и реализации корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий.	ПК-1.	Знает теоретические основы экологического менеджмента; основные стандарты в области систем экологического менеджмента; сущность и задачи экологического аудита; сущность и задачи экологического страхования; коммуникации в системе экологического менеджмента Умеет формулировать экологические цели и экологическую политику предприятия; анализировать исходную экологическую ситуацию на предприятии; формировать систему показателей оценки эффективности экологической деятельности предприятия; обосновать комплексные экологические задачи Умеет находить организационно-управленческие решения в области экологического менеджмента и обосновывать их с позиции социальной значимости

УК-8: Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.	УК-8.	Знает причины, признаки и последствия опасностей, способы защиты от чрезвычайных ситуаций; основы безопасности жизнедеятельности. Умеет выявлять признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности и принимать меры по ее предупреждению; оказывать первую помощь в чрезвычайных ситуациях.
---	-------	---

2. Структура и трудоемкость дисциплины

Таблица 1

Очная форма обучения

Вид учебной работы		Всего часов	Часов в семестре
			4
Общий объем	зач. ед.	4	4
	час	144	144
Из них:			
Часы аудиторной работы (всего):		50	50
Лекции		16	16
Практические занятия		34	34
Лабораторные / практические занятия по подгруппам		0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося		94	94
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф. зачет, экзамен)		Зачет	Зачет

3. Система оценивания.

3.1. Для текущего контроля успеваемости студентов очной формы обучения используется 100-балльная система оценивания, для студентов заочной формы обучения – пятибалльная РФ.

Работа студентов очной формы обучения на учебных встречах оценивается в баллах. Типовые виды работ и ориентировочные баллы следующие:

на лекционных учебных встречах оценивается:

- посещение - 1 балл при наличии конспекта,
- устный ответ – 1 балл.

на семинарах студенты получают баллы за следующие виды работ:

- участие в дискуссии – 2 балла,
- выполнение логических заданий (самостоятельная работа) – 3 балла,
- тест – 5 баллов,
- подготовка эссе – 5 баллов,
- кейс – 5 баллов,
- участие в деловой (ролевой) игре – 5 баллов,
- практическое задание – 5 баллов.

В рамках разных тем семинарских учебных встреч выполняются разные виды работ. Система оценивания разработана таким образом, что максимально студент может набрать в течение семестра 100 баллов. В случае если студент набирает 61 балл, он получает зачет. Студенты, набравшие менее 61 балла, сдают зачет устно в форме собеседования по вопросам к зачету.

Работа студентов заочной формы обучения на учебных встречах оценивается по пятибалльной системе. Студенты заочной формы обучения, посетившие все учебные встречи и выполнившие все предложенные виды работ на положительные оценки, получают зачет. Остальные студенты сдают зачет устно в форме собеседования по вопросам к зачету.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2

№ п/п		Очная форма обучения				
		Объем дисциплины (модуля), час.				
		Наименование тем и/или разделов	Всего	Виды аудиторной работы		
Лекции	Практические занятия			Лабораторные/практические занятия по подгруппам		
1	2	3	4	5	6	7
1.	Концепция экологического менеджмента	18	2	4	0	0
2.	Стандарты в области систем экологического менеджмента	18	2	4	0	0
3.	Организационно-методические основы экологического менеджмента на предприятии	18	2	6	0	0
4.	Коммуникации в системе экологического менеджмента	18	2	4	0	0
5.	Экологический аудит	18	2	4	0	0
6.	Экологическое страхование	18	2	4	0	0
7.	Оценка экологической эффективности на предприятии	18	2	4	0	0
8.	Экономические аспекты экологического менеджмента	18	2	4	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

Тема 1. Концепция экологического менеджмента

Методологические основы, содержание, задачи и принципы экологического менеджмента. История развития экологического менеджмента. Экологическая служба предприятия: структура и функции. Экологический маркетинг. Экологическая маркировка (сертификация).

Тема 2. Стандарты в области систем экологического менеджмента*

Сущность и необходимость разработки стандартов в области систем экологического менеджмента. Британский стандарт BS 7750. Серия международных стандартов систем экологического менеджмента ISO 14000: система документов, основные стадии внедрения и функционирования, преимущества для предприятия. Российские стандарты в области экологического менеджмента.

Тема 3. Организационно-методические основы экологического менеджмента на предприятии

Экологическая политика предприятия. Структура экологического менеджмента и основные направления экологической деятельности предприятия. Информационное обеспечение экологической деятельности предприятия. Экологическая безопасность и социальное развитие предприятия.

Тема 4. Коммуникации в системе экологического менеджмента*

Сущность и особенности коммуникаций в экологическом менеджменте. Административные коммуникации. Финансовые коммуникации. Информационные коммуникации. Менеджер – эколог на предприятии.

Тема 5. Экологический аудит

Основные положения аудита. Экологический аудит: история развития, содержание, задачи и принципы. Виды экологического аудита. Экологическое аудирование системы экологического менеджмента. Процедура экологического аудита на предприятии. Аудит природопользования в системе менеджмента.

Тема 6. Экологическое страхование

Понятие и основы экологического страхования. История развития страхования. Классификация объектов и особенности тарифной политики при осуществлении экологического страхования. Направления решения проблемы экологического страхования.

Тема 7. Оценка экологической эффективности на предприятии

Содержание, предмет, элементы и функции экологической оценки. Участники экологической оценки. Экологическая оценка проектов и послепроектный анализ.

Тема 8. Экономические аспекты экологического менеджмента

Экономический механизм управления. Система платежей за природопользование. Платежи за загрязнение окружающей среды. Финансирование охраны окружающей среды. Методы экономического стимулирования.

* - темы, изучаемые студентами заочной формы обучения самостоятельно

Планы практических занятий:

Тема 1. Концепция экологического менеджмента

Дискуссия по теме

Выполнение логических заданий

Подготовка эссе

Тема 2. Стандарты в области систем экологического менеджмента*

Дискуссия по теме

Выполнение логических заданий

Кейс

Тема 3. Организационно-методические основы экологического менеджмента на предприятии

Практическая работа с защитой

Дискуссия по теме.

Выполнение логических заданий.

Тест.

Тема 4. Коммуникации в системе экологического менеджмента*

Дискуссия по теме

Выполнение логических заданий

Деловая игра

Тема 5. Экологический аудит

Дискуссия по теме

Тест

Практическая работа

Тема 6. Экологическое страхование

Дискуссия по теме

Выполнение логических заданий

Тема 7. Оценка экологической эффективности на предприятии

Дискуссия по теме

Подготовка эссе

Тема 8. Экономические аспекты экологического менеджмента

Дискуссия по теме

Выполнение логических заданий

Тест

Образцы средств для проведения текущего контроля:

Примеры логических заданий:

1. Определите характеристики понятий «экологическое управление» и «экологический менеджмент» в соответствующие группы:

Понятие:	Характеристики понятия:	Ответ:
1. экологическое управление	А) осуществляется преимущественно государственными органами	1.
2. экологический менеджмент	Б) может осуществляться только экономическими субъектами	2.
	В) зависит от личной заинтересованности менеджера в конечных результатах, определяется его опытом и квалификацией	
	Г) изначальная формализованность, консервативность и ограниченность	
	Д) внешне мотивированная деятельность, которая определяется требованиями природоохранного законодательства	

	Е) внутренне мотивированная деятельность, которая определяется принципами экосправедливости и экоэффективности	
--	--	--

2. Определите правильный порядок проведения сертификации системы экологического менеджмента:

Неупорядоченные объекты:	Ответ:
регистрация заявки на сертификацию	1.
выдача сертификата соответствия	2.
предварительная оценка материалов заявки	3.
заключение договора на сертификацию	4.
принятие решения о проведении сертификации	5.
экспертиза документации	6.
проведение сертификационного аудита	7.
заключение договора на инспекционный контроль	8.
принятие решения о выдаче сертификата соответствия	9.

Примеры вопросов для дискуссии:

1. Классификация методов экологического менеджмента
2. Экологические основы устойчивого развития общества
3. Применение математического моделирования в экологическом менеджменте
4. Нормативно-правовая база природопользования и охраны окружающей среды
5. Система стандартов ISO 9000 и ISO 14000: основные характеристики, сходства и различия
6. Предварительная экологическая оценка состояния окружающей среды предприятия
7. Разработка экологической политики предприятия
8. Проведение внешнего экологического аудита промышленного предприятия.
9. Метрологическое обеспечение производства экологически безопасной продукции
10. Создание системы управления отходами в пределах района
11. Разработка кадастра земель городской территории
12. Система платежей промышленного предприятия: плата за загрязнение окружающей среды
13. Система платежей промышленного предприятия: плата за природопользование
14. Экономическая оценка вреда, наносимого экосистеме экологическими правонарушениями
15. Экологическая экспертиза программ и проектов
16. Мониторинг состояния окружающей среды

Примеры тем эссе:

1. Организация управления отходами на примере отдельного региона
2. Общая характеристика предприятия (конкретной отрасли промышленности) с точки зрения экологии
3. Экономическая глобализация и экологическая безопасность общества
4. Основы организации и внедрения экологического менеджмента экосистем
5. Организация наблюдения и контроля за загрязнением природной среды в России.

Примеры тестовых заданий:

1. Деятельность экономических субъектов, направленная на достижение экологических целей, проектов и программ, которые разработаны на основе принципов экосправедливости и экоэффективности:

- 1) экологический менеджмент
- 2) экологическое управление
- 3) управление качеством окружающей среды
- 4) менеджмент природных ресурсов

2. Комплексный документ предприятия, который содержит характеристику его взаимоотношений с окружающей средой:

- 1) экологический паспорт
- 2) план нейтрализации негативного воздействия на окружающую среду
- 3) проект ПДВ
- 4) экологический сертификат

3. Информацию по осуществлению экологического менеджмента на предприятии аккумулирует, анализирует, представляет в различных документах:

- 1) главный инженер
- 2) экологическая служба
- 3) отдел промышленной безопасности
- 4) лаборатория

4. _____ кадастр –свод сведений об экологических, экономических и иных количественных и качественных характеристиках лесного фонда.

- 1) Земельный
- 2) Водный
- 3) Лесной
- 4) Промысловый

5. Плата за землю взимается в виде:

- 1) земельного налога
- 2) арендной платы за землю
- 3) сбора за выдачу лицензий
- 4) лесных податей

Пример практического задания:

На основе статистических данных подготовьте информацию об экологическом состоянии воздушной среды/водных ресурсов/земель в регионе проживания/в России.

Пример кейса:

На основе представленных данных по предприятию провести анализ его экологической политики. Выявить преимущества и недостатки. Предложить организационно-управленческие мероприятия, обосновав их с позиции социальной значимости последствий.

Пример деловой (ролевой) игры

Деловая игра «Построение организационной структуры экологического менеджмента на предприятии»

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1.	Концепция экологического	Чтение обязательной и дополнительной

	менеджмента	литературы, проработка лекций
2.	Стандарты в области систем экологического менеджмента*	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
3.	Организационно-методические основы экологического менеджмента на предприятии	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
4.	Коммуникации в системе экологического менеджмента*	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
5.	Экологический аудит	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
6.	Экологическое страхование	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
7.	Оценка экологической эффективности на предприятии	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
8.	Экономические аспекты экологического менеджмента	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

6.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Форма проведения зачета – устное собеседование по вопросам к зачету

Вопросы к зачету:

1. Понятие экологического менеджмента
2. Структура экологического менеджмента и основные направления экологической деятельности предприятия
3. Содержание, задачи и принципы экологического менеджмента
4. Субъекты и объекты экологического менеджмента
5. Функции экологического менеджмента
6. Сущность и необходимость разработки стандартов в области систем экологического менеджмента
7. Серия международных стандартов систем экологического менеджмента ISO 14000.
8. Российские стандарты в области экологического менеджмента
9. Экологическая политика предприятия
10. Информационное обеспечение экологической деятельности на предприятии
11. Сущность и особенности коммуникаций в экологическом менеджменте
12. Административные, финансовые, информационные коммуникации
13. Функции менеджера-эколога на предприятии
14. Понятие и основные положения экологического аудита
15. Виды экологического аудита
16. Процедура экологического аудита на предприятии
17. Понятие и основы экологического страхования
18. Классификация объектов и особенности тарифной политики при осуществлении экологического страхования
19. Содержание, предмет, элементы и функции экологической оценки
20. Участники экологической оценки
21. Экологическая оценка проектов и постпроектный анализ

22. Экономический механизм управления
23. Система платежей за природопользование
24. Платежи за загрязнение окружающей среды
25. Финансирование охраны окружающей среды

6.2. Критерии оценивания компетенций

Таблица 4

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1.	ПК-1: Способность осуществлять стратегический анализ, участвовать в разработке и реализации корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий.	<p>Знает теоретические основы экологического менеджмента; основные стандарты в области систем экологического менеджмента; сущность и задачи экологического аудита; сущность и задачи экологического страхования; коммуникации в системе экологического менеджмента</p> <p>Умеет формулировать экологические цели и экологическую политику предприятия; анализировать исходную экологическую ситуацию на предприятии; формировать систему показателей оценки эффективности экологической деятельности предприятия; обосновать комплексные экологические задачи</p> <p>Умеет находить организационно-управленческие решения в области экологического менеджмента и обосновывать их с позиции социальной значимости.</p>	Вопросы 1-25	<p>Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий.</p> <p>Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".</p>
2	УК-8: Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в	Знает причины, признаки и последствия опасностей, способы защиты от чрезвычайных ситуаций; основы безопасности	Вопросы 1-25	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические

	профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.	жизнедеятельности. Умеет выявлять признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности и принимать меры по ее предупреждению; оказывать первую помощь в чрезвычайных ситуациях.	вопросы, при глубине понимая вопроса и правильности выполнения предложенных заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".
--	--	--	---

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература:

1. Коробко, В.И. Экологический менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент организации», «Государственное и муниципальное управление» / В.И. Коробко. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 303 с. - ISBN 978-5-238-01825-6. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028847> (дата обращения 16.05.2020)

2. Экологический менеджмент: Учебное пособие / Годин А.М. - М.: Дашков и К, 2017. - 88 с.: 60x84 1/16 ISBN 978-5-394-01414-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/342032> (дата обращения 16.05.2020)

7.2. Дополнительная литература:

1. Экологический мониторинг и экологическая экспертиза : учеб. пособие / М.Г. Ясовеев, Н.Л. Стреха, Э.В. Какарека, Н.С. Шевцова ; под ред. проф. М.Г. Ясовеева. — Минск : Новое знание ; М. : ИНФРА-М, 2018. — 304 с. : ил. — (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/916218> (дата обращения 16.05.2020)

2. Экологическое регулирование в Российской Федерации: Учебное пособие / Ховавко И.Ю. - М.: ЭК. ф-т МГУ, 2017. - 56 с.: ISBN 978-5-906783-54-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/967671> (дата обращения 16.05.2020)

7.3 Интернет-ресурсы:

1. Официальный сайт Мосэкомониторинга (<http://www.mosecom.ru>) (дата обращения 16.05.2020);
2. Научно-практический портал «Экология производства» (<http://www.ecoindustry.ru>) (дата обращения 16.05.2020);
3. Экологический портал (<http://www.ecology-portal.ru>) (дата обращения 16.05.2020);
4. Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации (<http://www.mnr.gov.ru>) (дата обращения 16.05.2020);
5. Федеральное агентство по недропользованию Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации (<http://www.rosnedra.com>) (дата обращения 16.05.2020);

6. Федеральная служба по надзору в сфере природопользования Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации (<http://control.mnr.gov.ru>) (дата обращения 16.05.2020);
7. «Общество и экология» Экологическая газета (г. Санкт-Петербург) (<http://www.uniq.spb.ru/eco>) (дата обращения 16.05.2020);
8. Экология производства. Научно-практический журнал (<http://www.ecoindustry.ru>) (дата обращения 16.05.2020);
9. ЭСКО. Электронный журнал компании «Экологические системы» (<http://esco-ecosys.narod.ru>) (дата обращения 16.05.2020);
10. Экология и жизнь (<http://www.ecolife.ru>) (дата обращения 16.05.2020);
11. Экологический вестник России (<http://www.ecovestnik.ru>) (дата обращения 16.05.2020);
12. Экология производства (<http://www.ecoindustry.ru>) (дата обращения 16.05.2020);

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>

Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>

Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

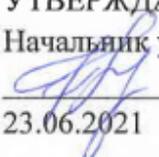
В ходе изучения дисциплины не предусматривается использование специальных программных продуктов, однако, необходим выход в интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам, а также программа для просмотра презентаций.

Лицензионное ПО: платформа для электронного обучения Microsoft Teams.

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Для изучения дисциплины необходимо мультимедийное оборудование. Аудитория должна быть оснащена персональным компьютером с выходом в интернет, проектором, экраном. Мультимедийное оборудование необходимо для всех лекционных учебных встреч, а также некоторых семинаров, где происходит защита докладов или проектов.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ
 Н.К. Федорова
23.06.2021

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(очная форма обучения)

Мальцева Н. В. Экономическая социология. Рабочая программа для обучающихся по направлению подготовки 39.03.01 «Социология», очная форма обучения. Тюмень, 2019.

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций и ПООП ВО по направлению и профилю подготовки.

Рабочая программа дисциплины (модуля) опубликована на сайте ТюмГУ: Экономическая социология [электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.op.utmn.ru>.

Утверждено директором Финансово-экономического института.

1. Пояснительная записка

Изучение дисциплины «Экономическая социология» имеет важное теоретико-методологическое и прикладное значение для специалистов в области социологии, поскольку направлено на понимание сути происходящих в современном обществе экономических процессов, их причин и последствий, а также овладение методиками социологического анализа экономических отношений и поведения субъектов экономического действия.

Цель курса: рассмотрение предмета экономической социологии, изучение социального механизма развития экономики как системы взаимодействия социально-экономических групп в сферах производства, распределения, обмена и потребления материальных благ.

Задачи курса:

- раскрыть специфику экономической социологии как отрасли научного знания, рассмотреть ключевые понятия и теоретические подходы к изучению социально-экономических процессов современного общества;

- показать проблематику экономической социологии, взаимосвязь общества и экономики, влияние социальных отношений и различных форм организации трудовой деятельности, социальных норм и ценностей на эффективность общественного труда;

- выявить особенности экономической деятельности и её мотивацию, своеобразие экономического поведения представителей различных социальных групп, а также дисфункции, противоречия и трудности в развитии экономики;

- познакомить студентов с методологическим и методическим инструментарием экономико-социологического исследования;

- дать навыки социологического анализа комплекса взаимосвязей экономической и социальной сфер общественной жизни, социальных причин негативных процессов в экономике.

Текущий контроль осуществляется посредством оценки работы студентов на семинарских занятиях. Форма итогового контроля – зачет.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты обучения: (знаниевый/функциональный)
ПК-1: Способность самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов и с применением современных информационных	ПК-1.	Знать: теоретические источники, основные социологические концепции и социологические методы, применяемые при проведении эмпирических социологических исследований; правила обоснования актуальности социологических исследований, формулирования цели и задач, гипотез для выполнения социологических исследований. - способы выявления социально значимых проблем при использовании

<p>технологий, анализировать и интерпретировать данные социологических и маркетинговых исследований.</p>		<p>описательных, объяснительных и прогнозных моделей социальных явлений и процессов; сущность практической проблемы, на решение которой направлен научный проект. - способы разработки концептуальных основ фундаментального или прикладного (включая маркетинговое) социологического исследования: определения целей и основных задачи, выбора методов или совокупности методов, описывать возможные результаты исследования; разработки программы фундаментального или прикладного социологического исследования: уточнения исследовательских задач; выработывает гипотез, концептуальной модели измеряемых показателей; описывания объекта, принципы отбора источников информации (респонденты, документы); выбора и описания методов сбора и обработки информации для всех этапов исследования; анализа и интерпретации полученных данных социологических и маркетинговых исследований.</p> <p>Уметь: применять теоретические источники, основные социологические концепции и социологические методы при проведении эмпирических социологических исследований; применять правила обоснования актуальности социологических исследований, формулирования цели и задач, гипотез при выполнении социологических исследований - применять способы выявления социально значимых проблем при использовании описательных, объяснительных и прогнозных моделей социальных явлений и процессов; выявлять сущность практической проблемы, на решение которой направлен научный проект. - применять способы разработки концептуальных основ фундаментального или прикладного</p>
--	--	--

		(включая маркетинговое) социологического исследования: определять цели и основные задачи, выбирать методы или совокупности методов, описывать возможные результаты исследования; - разрабатывать программы фундаментального или прикладного социологического исследования: уточнять исследовательских задач; вырабатывать гипотезы, уточнять концептуальную модель измеряемых показателей; описывать объект, принципы отбора источников информации (респонденты, документы); выбирать и описывать методы сбора и обработки информации для всех этапов исследования; анализировать и интерпретировать полученные данные социологических и маркетинговых исследований.
УК-10: Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению.	УК-10.	Знает базовые этические ценности, демонстрируя нетерпимое отношение к коррупционному поведению. Умеет давать оценку коррупционному поведению и применять на практике антикоррупционное законодательств.

2. Структура и трудоемкость дисциплины

Таблица 1

Вид учебной работы		Всего часов	Часов в семестре
			5
Общая трудоемкость	зач. ед.	4	4
	час	144	144
Из них:			
Часы аудиторной работы (всего):		50	50
Лекции		16	16
Практические занятия		34	34
Лабораторные / практические занятия по подгруппам		0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося		94	94
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф. зачет, экзамен)		Зачет	Зачет

3. Система оценивания

3.1. Студенты, набравшие в течение семестра 61 балл и более, получают зачет автоматически. Не прошедшие пороговое значение сдают зачет в форме устного собеседования по контрольным вопросам.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2

№	Темы	Виды аудиторной работы (в час.)				Итого аудиторных часов по теме
		Всего	Лекции	Практические занятия	Лабораторные / практические занятия по подгруппам	
1	2		3	4	5	6
1	Предметная область экономической социологии	8	2	2	0	0
2	Классические и современные концепции экономической социологии	8	2	2	0	0
3	История развития экономической социологии в России	8	2	2	0	0
4	Экономическое поведение как предмет экономической социологии	8	2	2	0	0
5	Структура и функции экономического действия. Проблема рациональности экономического поведения	8	2	2	0	0
6	Основные модели и виды экономического поведения	8	2	2	0	0
7	Риск в структуре экономического поведения	8	2	2	0	0
8	Трудовое поведение: структура, формы и виды	8	2	2	0	0
9	Механизмы	8	0	2	0	0

	регулирования трудового поведения					
10	Мотивация и стимулирование трудового поведения	9	0	2	0	0
11	Трудовой конфликт как способ регулирования социально-трудовых отношений	9	0	2	0	0
12	Социология хозяйственных организаций	9	0	2	0	0
13	Социальный маркетинг	9	0	2	0	0
14	Рынок как система экономического обмена	9	0	2	0	0
15	Социологический анализ отношений занятости. Экономическое поведение на рынке труда	9	0	2	0	0
16	Социология домашнего хозяйства	9	0	2	0	0
17	Защита контрольных работ (рефератов)	9	0	2	0	
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

1. "Предметная область экономической социологии"

Экономическая социология как наука. Различные подходы к определению предмета экономической социологии (Н. Смелзер, В.В. Радаев, В.И. Верховин, Т.И. Заславская, Р.В. Рывкина, А.В. Дорин и др.). Экономическая сфера и социальная сфера общества, их взаимодействие. Эволюция моделей «экономического человека», «социологического человека» и «экономико-социологического человека».

Экономическая сфера общества, ее специфика. Социальный механизм развития экономики: вертикальный и горизонтальный срез. Экономическая политика: понятие и функции. Типы социально-экономической системы.

Функции и задачи экономической социологии. Структура экономической социологии как науки.

2. "Предметная область экономической социологии"

1. Проработка теоретического материала.

Вопросы для подготовки и обсуждения:

- 1) Принципы и методы теоретической интерпретации экономических процессов в социологии.
- 2) Дискуссии о предмете экономической социологии в отечественной и зарубежной социологии.
- 3) Модель «экономического человека» и ее эволюция.
- 4) Модель «социологического человека» и ее эволюция.
- 5) Экономическая сфера общества, ее специфика. Социальный механизм развития экономики.

6) Направления развития современной экономической социологии.

2. Обсуждение докладов.

3. Выполнение практических заданий:

1) Проанализируйте различные подходы к определению экономической социологии, выявить и перечислить сходства и различия во взглядах зарубежных и отечественных ученых на её предмет. Почему, на Ваш взгляд, в научном сообществе отсутствует единое мнение относительно предмета экономической социологии? (дайте подробный ответ).

2) Приведите примеры экономических процессов, имеющих позитивные и(или) негативные социальные последствия для российского общества. Сделайте их подробное описание.

3) Приведите примеры социальных процессов, имеющих позитивные и(или) негативные экономические последствия для российского общества. Сделайте их подробное описание.

3. "Классические и современные концепции экономической социологии"

Этапы развития западной экономической социологии (В.В. Радаев): доклассический, классический, неоклассический, этап профессиональной зрелости, этап кризиса и экспансии.

История экономической социологии в русле развития национальных социологических школ (Ю.В. Веселов): французской, немецкой, американской, российской.

Первые элементы экономико-социологического знания (А. Смит, Т.Р. Мальтус, Ж.Ш. де Сисмонди, А. Сен-Симон, Ш. Фурье, Р. Оуэн). Вклад представителей классической социологии в развитие экономико-социологического знания (О. Конт, Э. Дюркгейм, К. Маркс, Г. Зиммель, В. Зомбарт, М. Вебер).

Развитие экономической социологии в США. Американская индустриальная социология (Ф. Тейлор, Г. Эмерсон, Э. Мэйо). Анализ границ между экономикой и социологией (Т. Парсонс и Н. Смелзер). Теория рационального социального действия Д. Коулмена, понятие социального капитала. Новая экономическая социология (М. Грановеттер). «Социо-экономика» А. Этциони.

4. "Классические и современные концепции экономической социологии"

1. Проработка теоретического материала.

Вопросы для подготовки и обсуждения:

1) Немецкая школа экономической социологии.

2) Французская школа экономической социологии.

3) Американская школа экономической социологии.

4) Актуальные проблемы экономической социологии в XXI веке.

2. Обсуждение докладов.

5. "История развития экономической социологии в России"

Экономическая социология в России начала 20 века (М.М. Ковалевский, М.И. Туган-Барановский, С.И. Солнцев, С.Н. Булгаков, В.И. Ленин и др.). Постреволюционный период (20 – 30-е годы) в развитии экономической социологии (Н.Д., Кондратьев, А.К. Гастев, С.Г. Струмилин и др.). Советский период (1950 – 1979 гг.): А.Г. Здравомыслов, В.А. Ядов, В.Я. Ельмеев, Т.И. Заславская, Р.В. Рывкина, Г.Н. Соколова, В.С. Автономов и др. Процесс институционализации экономической социологии (1980-е годы). Новосибирская школа экономической социологии (Т.И. Заславская, Р.В. Рывкина). Признание экономической социологии как науки (1990-е годы). Проблемы и перспективы развития экономической социологии в России.

6. "История развития экономической социологии в России"

1. Проработка теоретического материала.

Вопросы для подготовки и обсуждения:

- 1) Экономическая социология в России начала 20 века.
 - 2) Постреволюционный период в развитии экономической социологии.
 - 3) Институционализация экономической социологии в России.
 - 4) Проблемы и перспективы развития экономической социологии как науки.
- ### 2. Обсуждение докладов.

7. "Экономическое поведение как предмет экономической социологии"

Экономическое поведение как разновидность социального поведения в экономической сфере. Классические направления анализа экономического поведения. Трактровка идеального типа экономического действия М. Вебера. Анализ структуры и принципов экономического действия В. Парето. Монетарный анализ экономического поведения Г. Зиммеля. Интерпретация моделей экономического выбора Н. Кондратьева. Структурно-функциональный анализ экономического действия Т. Парсонса.

Принцип рациональности экономического поведения. Концепция «человеческого капитала» Г. Беккера. Идея ограничения рациональности экономического поведения (Рейно). Основные ограничения экономических действий субъектов. Варианты выравнивания шансов.

Особенности экономического поведения в зависимости от используемых ресурсов; способов получения выгоды; степени риска; длительности циклов «затраты – возмещение»; точности расчета планируемого и ожидаемого результата. Противоречивость и многофакторность составляющих экономического поведения. Неопределенность исходов различных экономических поступков и действий и различная степень их рациональности (компетентности).

8. "Структура и функции экономического действия. Проблема рациональности экономического поведения"

1. Проработка теоретического материала.

Вопросы для подготовки и обсуждения:

- 1) Экономическое поведение как разновидность социального действия и его специфика.
- 2) Временные характеристики экономического действия и их особенности.
- 3) Инновационные, традиционные и рутинные компоненты экономического действия.
- 4) Социальная укорененность экономического действия.
- 5) Методологические принципы рассмотрения феномена рациональности.
- 6) Структура рационального поведения.
- 7) Принципы и модели рационального поведения.
- 8) Принцип максимизации и его интерпретация.

2. Обсуждение докладов.

3. Выполнение практического задания:

Проанализируйте примеры моделей экономического поведения, частично или полностью отрицающих принцип максимизации. Почему эти модели имеют место в практической деятельности экономических субъектов?

9. "Основные модели и виды экономического поведения"

Модели экономического поведения и их классификация. Факторы специализации моделей экономического поведения (функциональные, субъектные, ресурсные, системные, организационные, институциональные). Дуальная и затратно-возмездная природа моделей экономического поведения. Методы максимизации выгоды в структуре моделей экономического поведения.

Классификация видов экономического поведения. Производственное поведение. Затратно-компенсационные модели экономического поведения: форсированно-неравновесная, равновесная, минимизационно-неравновесная. Производство и издержки. Функция производства. Взаимозаменяемые и лимитируемые факторы производства. Постоянные, переменные, средние издержки.

Дистрибутивное (распределительное) поведение, модели дистрибутивного поведения: суверенно-дистрибутивные (хозяйственные), комиссионно-дистрибутивные (агентские), функционально-дистрибутивные и редистрибутивные.

Модели потребительского поведения: собственно потребительское поведение; информационно-поисковое поведение, связанное с обеспечением определенного уровня благосостояния (поиск дохода); информационно-поисковое поведение, ориентированное на удовлетворение платежеспособного спроса (поиск товара); покупательское поведение; хозяйственное поведение.

Обменное поведение. Базовые составляющие социального обмена. Количественные и качественные измерители социального обмена. Особенности рыночного поведения. Функции коммерческого поведения. Модели обменного поведения. «Жесткий рынок». «Мягкий рынок». «Эластичный рынок».

10. "Риск в структуре экономического поведения"

1. Проработка теоретического материала.

Вопросы для подготовки и обсуждения:

- 1) Сущность и характеристики экономического риска: рациональность и амбивалентность.
- 2) Субъекты экономического риска.
- 3) Виды экономических рисков: дистрибутивные, производственные, добровольные и недобровольные, ординарные и неординарные.
- 4) Последствия экономических рисков.
- 5) Механизмы и пути оптимизации экономических рисков.
- 6) Основные поведенческие стратегии субъектов экономического риска.

2. Обсуждение докладов.

3. Выполнение практического задания:

Опишите подробно специфику поведения субъектов экономической деятельности на выбор (работодатель и работник; предприниматель и инвестор; производитель и потребитель; продавец и покупатель; кредитор и заёмщик), проанализируйте возможные риски в их действиях и сформулируйте способы преодоления этих рисков.

11. "Трудовое поведение: структура, формы и виды"

Понятие трудового поведения, его особенности. Отличие понятий «трудовое поведение» и «производственное поведение». Затратно-компенсационные модели трудового поведения. Профессиональные способности (ресурсы), способы их затрат и компенсаций. Специфика отношений «работник-работодатель».

Структура трудового поведения. Ядро и стратегия трудового поведения. Основания дифференциации трудового поведения. Формы трудового поведения: целевые,

инновационные, адаптационно-приспособительные, характерологические, деструктивные, церемониально-субординационные.

12. "Механизмы регулирования трудового поведения"

1. Проработка теоретического материала.
Вопросы для подготовки и обсуждения:
 - 1) Социальный контроль в сфере труда, его структура и функции.
 - 2) Виды социального контроля в сфере труда: внешний, взаимный и самоконтроль, их преимущества и недостатки.
 - 3) Типы контроля в сфере труда: сплошной и избирательный, содержательный и формальный, открытый и скрытый.
 - 4) Трудовая дисциплина.
 - 5) Отношение к труду: понятие и элементы. Основные факторы отношения к труду.
2. Обсуждение докладов.
3. Выполнение практического задания:
Провести структурную и факторную интерпретацию понятия «удовлетворенность трудом» и указать социологические методы исследования различных аспектов удовлетворенности работников трудом.

13. "Мотивация и стимулирование трудового поведения"

Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: понятие и сущность. Содержательные теории мотивации (теория потребностей А. Маслоу, двухфакторная теория Ф. Херцберга, теория приобретенных потребностей Д. Мак-Клелланда). Процессуальные теории мотивации (теория К. Левина, теория ожидания В. Врума, поведенческая концепция Б.Ф. Скиннера, модель Л. Портера и Э. Лоулер, теория справедливости Адамса, теория «Х» и «У» Д. Мак-Грегора). Мотивирование и мотивировка.

Структура мотива. Процесс формирования трудовой мотивации. Потребности в сфере труда. Интерес: понятие, виды. Ценности и ценностные ориентации в мотивационном процессе. Мотивационное ядро. Структура мотивов трудового поведения, условия их формирования. Элементы механизма мотивации труда. Типы мотивации. Сила и направленность мотивации.

Виды мотивов и стимулов, их взаимосвязь и взаимодействие. Формы стимула. Мотивирование и стимулирование как методы управления трудом. Методы мотивации и стимулирования труда. Пути улучшения мотивации труда.

Процесс стимулирования труда, его цель и формы. Условия эффективности стимулирования труда. Зависимость между активностью и вознаграждением. Виды стимулирования: пропорциональное, прогрессивное и регрессивное; жесткое и либеральное; актуальное и перспективное. Условия стимулирующего воздействия оплаты труда на поведение работника. Отечественный и зарубежный опыт мотивации и стимулирования персонала.

14. "Мотивация и стимулирование трудового поведения"

1. Проработка теоретического материала.
Вопросы для подготовки и обсуждения:
 - 1) Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: понятие и сущность.
 - 2) Процесс формирования трудовой мотивации.
 - 3) Мотивационное ядро.
 - 4) Структура мотивов трудового поведения.
 - 5) Виды мотивов и стимулов, их взаимосвязь и взаимодействие.

- 6) Процесс стимулирования труда, его цель и формы.
- 7) Виды стимулирования.
- 8) Роль мотивации и стимулирования персонала в повышении эффективности труда.

2. Обсуждение докладов.

3. Выполнение практического задания:

Подготовить инструментарий для исследования мотивации персонала организации.

При подготовке к исследованию необходимо определить следующее: о чем спрашивать работника, как задавать вопросы, сколько их должно быть и как поступить с результатами. Для начала Вам потребуется выделить факторы (области жизнедеятельности компании и характеристики сотрудников), которые влияют на мотивацию персонала. Следующий шаг – формулировка групп вопросов в соответствии с выделенными факторами. Заключительный этап работы – оформление инструментария.

4. Анализ кейса.

15. "Трудовой конфликт как способ регулирования социально-трудовых отношений"

Понятие конфликта, его структура и типология. Теории конфликта в социологии. Трудовой конфликт: понятие, условия возникновения, факторы. Открытый и закрытый типы трудового конфликта. Субъекты трудового конфликта. Среда конфликта. Зависимость между отношением к труду и особенностями конфликтного поведения.

Объективные и субъективные причины трудовых конфликтов. Рассмотрение причин конфликтов исходя из типов противоречий: распределительные конфликты, ролевые противоречия, деловые разногласия, борьба за лидерство, организационно-трудовые нарушения.

Позитивные и негативные функции трудовых конфликтов.

Институционализация конфликта. Забастовка как особая форма социального конфликта, классификация забастовок.

Модели и формы разрешения трудового конфликта.

16. "Трудовой конфликт как способ регулирования социально-трудовых отношений"

1. Проработка теоретического материала.

Вопросы для подготовки и обсуждения:

- 1) Институционализация индустриального конфликта.
- 2) Стратегии пассивного сопротивления менеджменту.
- 3) Социальные основы коллективного действия работников.
- 4) Основы трудового компромисса.
- 5) Историческая динамика современных трудовых отношений.
- 6) Изменение трудовых отношений в современной России.

2. Обсуждение докладов.

3. Анализ кейса «Дилемма для Ирины».

4. Написание эссе на тему: «Контрактное партнерство в современном обществе: проблемы развития».

5. Деловая игра «Разрешение конфликтной ситуации на заводе».

17. "Социология хозяйственных организаций"

Общее понятие организации, ее ключевые признаки. Основные черты хозяйственной организации.

Бюрократизм как форма современной хозяйственной организации. Классическая бюрократическая организация, её черты (М. Вебер). Дисфункции бюрократизма. Способы построения организаций. Виды организаций по способам подчинения А. Этциони.

Классификации исторических форм хозяйственных организаций. Община, корпорация и ассоциация как идеальные типы хозяйственной организации. Стратегии построения внутрифирменных отношений. Основные модели утверждения авторитета в хозяйственной организации: бюрократизм, патернализм, фратернализм и партнерство. Соотношение «традиционных» и «современных» организационных форм.

Ключевые подходы к анализу организации. Экономическая теория фирмы. Социологические модели хозяйственной организации. Подходы организационного анализа: функционализм, экологический, сетевой подход, новый институционализм, политико-экономический подход. Новые теории организационного контроля. Эволюция организационных форм. Гетерархия (Д. Старк). «Постмодернистская» организация.

18. "Социология хозяйственных организаций"

1. Проработка теоретического материала.

Вопросы для подготовки и обсуждения:

- 1) Экономические подходы к теории фирмы.
- 2) Фирма (предприятие) как предмет социологического анализа.
- 3) Основные виды организаций.
- 4) Модели утверждения авторитета в хозяйственной организации.
- 5) Популяционная экология организаций.

2. Обсуждение докладов.

3. Написание эссе на тему: «Влияние организаций на общество: механизмы и результаты».

19. "Социальный маркетинг"

Социология маркетинга: предметная область и методы.

Понятие социального маркетинга, его отличие от коммерческого. Социальный маркетинг как стратегия изменения поведения людей посредством понимания их проблем и общения с ними. Причины появления социального маркетинга.

Концепции и стратегии социального маркетинга. Маркетинг как социальная технология. Планирование маркетинга в социальной сфере.

Процесс социального маркетинга. Основные направления социального маркетинга: продукт, цена, продвижение продукта, распространение продукта (его стратегии). Организация маркетинговых исследований в социальной сфере. Вопросы маркетингового исследования, выбор методов изучения проблемы.

Зарубежный опыт практической реализации технологии социального маркетинга.

Применение инструментов социального маркетинга российскими организациями.

20. "Социальный маркетинг"

1. Проработка теоретического материала.

Вопросы для подготовки и обсуждения:

- 1) Предмет и метод социологии маркетинга. Социальные функции маркетинга.
- 2) Планирование маркетинга в социальной сфере.
- 3) Маркетинг социально-значимой проблемы.
- 4) Стратегии социального маркетинга.
- 5) Этапы разработки комплекса социального маркетинга.

2. Обсуждение докладов.

3. Выполнение практического задания:

Разработайте проект комплекса мер социального маркетинга по любому направлению для организации, работающей в коммерческом (или некоммерческом) секторе.

21. "Рынок как система экономического обмена"

Природа и функции социального обмена. Субъекты, объекты и предмет социального обмена. Проблема эквивалентности социального обмена. Количественные и качественные методы измерения и оценки эквивалентности социального обмена. Критерии и шкалы «измерения» эквивалентности социального обмена. Виды шкал социального обмена и их особенности. Рыночные формы социального обмена и их особенности. Механизмы унификации социального обмена в условиях рыночной экономики по Ф. Хайеку.

Сущность экономического обмена. Концепции рынка (Р. Бойе). Элементы, образующие рынок. Специфика экономико-социологического анализа рынка. Социология рынков как научное направление. Основные экономико-социологические подходы к исследованию рынков (В.В. Радаев). Рынок как историческая форма интеграции хозяйства. Рынок как продукт регулирования, роль государства в рыночных процессах. Рынки как сети. Рынки как институты. Структуры и институты рынка. Рынки как культуры.

Рынок как институциональная форма экономического обмена, ее особенности и методы научной интерпретации. Основные характеристики экономического обмена по Л. Мизесу. Рыночные институты экономического обмена и их эволюция. Рыночные и командные механизмы экономического обмена, их характеристики и отличия.

22. "Рынок как система экономического обмена"

1. Проработка теоретического материала.

Вопросы для подготовки и обсуждения:

- 1) Сущность, функции и элементы социального обмена.
- 2) Проблема эквивалентности социального обмена.
- 3) Структура и функции обменного поведения.
- 4) Механизмы унификации социального обмена в условиях рыночной экономики.
- 5) Рыночные институты экономического обмена.
- 6) Институциональные предпосылки рыночного поведения.
- 7) Конкуренция как социальная проблема.

2. Обсуждение докладов.

23. "Социологический анализ отношений занятости. Экономическое поведение на рынке труда"

Занятость как социально-экономическая категория. Отношения занятости, их основные элементы. Концепция «человеческого капитала» Г. Беккера. Формы занятости. Социальные механизмы заполнения рабочих мест. Концепция социальных связей М. Грановеттера.

Трактовки рынка труда. Рынок труда в рамках неоклассической концепции. Феномен «запаздывания» на рынке труда. «Дуальная» модель рынка рабочей силы (П. Дерингер, М. Пиоре). Сегментация рынка труда: внешний и внутренний; «первичный» и «вторичный» рынки труда; «ядро» и «периферия» рынка труда. Модель сегментированного рынка труда Ч. Лидбитера. Стратификационное деление рынка труда (Дж. Аткинсон).

Причины социальной сегментации рынков труда. Модели социальной дискриминации на рынке труда: модель личных предрасположений (Г. Беккер); модели статистической

дискриминации; модель дискриминирующей монополии; модель профессиональной сегрегации.

Экономическое поведение на рынке труда: понятие и факторы. Стратегия экономического поведения на рынке труда. Факторы вариативности стратегий. Типология стратегий экономического поведения работников. Объективные и субъективные факторы выбора стратегий экономического поведения на рынке труда со стороны спроса на труд и со стороны индивида. Стратегии нанимателя на рынке труда.

Формирование спроса и предложения рабочей силы на рынке труда. Три типа трудовых контрактов (О. Уильямсон). Теория транзакционных издержек. Издержки поиска информации, издержки измерения информации, издержки переговоров и издержки спецификации и защиты прав собственности, издержки оппортунистического поведения. Тактики поведения представителей массовых профессий. Модели поведения наемных работников: популистская и рациональная.

Предложение труда: экономико-социологический анализ. Концепция «человеческого капитала» (Г. Беккер, Я. Минцер, Т. Шульц). Модель человеческого капитала, его формы. Факторы, определяющие различия в интенсивности смены мест работы. Социальные механизмы заполнения рабочих мест. Критерии сегментации работодателей. Механизмы поддержки контрактных отношений в пользу работников.

24. "Социологический анализ отношений занятости. Экономическое поведение на рынке труда"

1. Проработка теоретического материала.

Вопросы для подготовки и обсуждения:

1) Безработица как социально-экономическое явление. Причины и последствия безработицы.

2) Определение статуса безработного. Безработица в разных социально-демографических группах.

3) Социальное поведение и способы (стратегии) адаптации безработных.

4) Регулирование рынка труда и политика занятости (российский и зарубежный опыт).

5) Социально-трудовая мобильность: понятие, виды и типы перемещений.

6) Методы анализа и функции социально-трудовой мобильности.

7) Факторы социально-трудовой мобильности.

2. Обсуждение докладов.

3. Выполнение практических заданий:

1) Социолог Л.С. Чиждова утверждает, что "высокий уровень занятости в общественном производстве отрицательно сказывается на процессах воспроизводства населения, социальном самочувствии людей, их удовлетворенности трудом и жизнью, а также негативно влияет на формирование квалифицированных кадров и развитие экономики". Приведите примеры, подтверждающие или опровергающие это высказывание.

2) Составьте инструментарий социологического исследования по изучению проблемы молодежной занятости в регионе.

25. "Социология домашнего хозяйства"

Понятие домашнего хозяйства. Домашний труд и рыночный труд: основные отличия. Домашнее хозяйство как сфера домашнего труда. Новая экономическая теория домашнего производства (Г. Беккер, Я. Минсер). Виды домашнего труда.

Неизмеримая экономика. Трудности измерения домашнего труда. Способы измерения домашнего труда (экономический подход). Ограничения максимизации благосостояния домохозяйства: денежный бюджет и бюджет времени. Цена домашнего труда.

Субстантивная экономика (А.В. Чаянов, К. Поланьи). Стратегия выживания. Альтернативное определение домашнего труда. Моральная экономика. Реципрокность как способ распределения ресурсов. Неформальная экономика. Изменение структуры домашнего хозяйства (Дж. Гершуни, Э. Минджиони). Пределы «экономического империализма».

Семейная и гендерная экономика. Домашнее хозяйство и семья с точки зрения экономической теории и экономической социологии. Модели распределения трудовой нагрузки между супругами: традиционная, эгалитарная, переходная. Модели разделения труда в семье с учетом социально-экономических, социально-психологических и личностных факторов: модель эффективной специализации, максимизации совокупного дохода, растущего благосостояния, домашней эксплуатации, статусных преимуществ, неизжитой «патриархальности», компенсирующего третьего, дифференцированной трудовой активности, уравнительного соучастия, дифференцированной семейной привязанности, возрастного уравнивания.

26. "Социология домашнего хозяйства"

1. Проработка теоретического материала.

Вопросы для подготовки и обсуждения:

- 1) Понятие домашнего хозяйства.
 - 2) Понятие и виды домашнего труда.
 - 3) Цена домашнего труда. Субстантивная экономика (А.В. Чаянов, К. Поланьи).
 - 4) Рыночный труд, домашний труд и труд в подсобном хозяйстве. Способы измерения домашнего труда.
 - 5) Принципы распределения труда между супругами в домашнем хозяйстве.
- ### 2. Обсуждение докладов.

27. "Защита контрольных работ (рефератов)"

Выступления студентов с докладами по темам контрольных работ (факультативно). Публичная защита реферата не является обязательной.

28. "Консультация перед зачетом"

29. "Зачет"

Студенты, набравшие в течение семестра 61 балл и более, получают зачет автоматически. Не прошедшие пороговое значение сдают зачет в форме устного собеседования по контрольным вопросам.

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ Темы	Темы	Виды СРС
	3 семестр	
	Экономическая социология	

1	Предметная область экономической социологии	Чтение обязательной и дополнительной литературы
2	Предметная область экономической социологии	Проработка лекций
3	Классические и современные концепции экономической социологии	Чтение обязательной и дополнительной литературы
4	Классические и современные концепции экономической социологии	Проработка лекций
5	История развития экономической социологии в России	Чтение обязательной и дополнительной литературы
6	История развития экономической социологии в России	Проработка лекций
7	Экономическое поведение как предмет экономической социологии	Чтение обязательной и дополнительной литературы
8	Структура и функции экономического действия. Проблема рациональности экономического поведения	Проработка лекций
9	Основные модели и виды экономического поведения	Чтение обязательной и дополнительной литературы
10	Риск в структуре экономического поведения	Проработка лекций
11	Трудовое поведение: структура, формы и виды	Чтение обязательной и дополнительной литературы
12	Механизмы регулирования трудового поведения	Проработка лекций
13	Мотивация и стимулирование трудового поведения	Чтение обязательной и дополнительной литературы
14	Мотивация и стимулирование трудового поведения	Проработка лекций
15	Трудовой конфликт как способ регулирования социально-трудовых отношений	Чтение обязательной и дополнительной литературы
16	Трудовой конфликт как способ регулирования социально-трудовых отношений	Проработка лекций
17	Социология хозяйственных организаций	Чтение обязательной и дополнительной литературы
18	Социология хозяйственных организаций	Проработка лекций
19	Социальный маркетинг	Чтение обязательной и дополнительной литературы
20	Социальный маркетинг	Проработка лекций
21	Рынок как система экономического обмена	Чтение обязательной и дополнительной литературы
22	Рынок как система экономического обмена	Проработка лекций

23	Социологический анализ отношений занятости. Экономическое поведение на рынке труда	Чтение обязательной и дополнительной литературы
24	Социологический анализ отношений занятости. Экономическое поведение на рынке труда	Проработка лекций
25	Социология домашнего хозяйства	Чтение обязательной и дополнительной литературы
26	Социология домашнего хозяйства	Проработка лекций
27	Защита контрольных работ (рефератов)	Проработка лекций
28	Консультация перед зачетом	Самостоятельное изучение заданного материала
29	Зачет	Самостоятельное изучение заданного материала

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

6.1 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Темы докладов:

1. Социология рационального выбора.
2. Сетевой подход.
3. Контрактный подход.
4. Социокультурный подход.
5. Новый институционализм.
6. Протестантская этика и дух капитализма (М. Вебер).
7. Вклад В. Парето в развитие экономической социологии.
8. В. Зомбарт о происхождении и развитии капитализма на Западе.
9. Американская индустриальная социология (Ф. Тейлор, Г. Эмерсон, Э. Мэйо).
10. Философия хозяйства С.Н. Булгакова
11. Социологический анализ экономической жизни общества в работах Н. Кондратьева.
12. Струмилин С.Г. о проблемах экономики труда.
13. Новая экономическая социология и «социо-экономика» (М. Грановеттер, А. Этциони).
14. Проблема автономности экономического поведения.
15. Теория человеческого капитала Гарри Беккера.
16. Национальные особенности экономического поведения.
17. Логико-экспериментальный анализ экономического поведения В. Парето.
18. Вероятностно-стохастический анализ Н.Д. Кондратьева.
19. Влияние политических институтов и механизмов на экономическое поведение.
20. Неоклассические направления анализа экономического поведения.
21. Историко-фактологическая интерпретация экономического поведения Ф. Броделя.
22. Институциональный анализ экономического поведения Т. Парсонса.
23. Либерально-гуманистическая модель рационального выбора К. Поппера.
24. Эволюционистская теория расширяющегося рыночного порядка Ф. Хайека.
25. Контрактно-интерактивная природа экономических действий.

26. Теория рационального социального действия Д. Коулмена.
27. Проблема рациональности экономического действия в концепции А. Этциони.
28. Поведенческая концепция ограниченной рациональности Г. Саймона.
29. Методы максимизации выгоды в структуре моделей экономического поведения.
30. Воздействие рыночных механизмов на экономическое поведение.
31. Теория прав собственности.
32. Работа и трудоустройство в восприятии студентов
33. Средний класс и его работа
34. Рестрикционизм и оппортунизм в структуре трудового поведения
35. Деформация трудового поведения современного работника (результаты социологического исследования).
36. Воровство и льготы в структуре трудового поведения (по результатам социологического исследования).
37. Инновационное трудовое поведение.
38. Отношение к работе различных групп населения.
39. Факторы формирования мотивации работников.
40. Типология мотивации работников Наумовой.
41. Зарубежный опыт мотивации и стимулирования персонала.
42. Новые методы мотивации и стимулирования персонала в российских компаниях.
43. Мотивация персонала в разных сферах деятельности (рассмотреть применительно к любой профессии, сфере деятельности на свой выбор).
44. Забастовочное движение в России.
45. Социальное партнерство как механизм урегулирования трудовых конфликтов: мировой опыт.
46. Роль профсоюзов в коллективных трудовых конфликтах.
47. Маркетинг социальных услуг.
48. Маркетинг в сфере культуры.
49. Маркетинг в сфере науки и инноваций.
50. Экологический маркетинг.

Примерные темы контрольных работ (рефератов):

1. Основные направления развития современной экономической социологии (в России и за рубежом).
2. Экономика как институционально оформленный процесс (К. Поланьи).
3. Новая экономическая социология (М. Грановеттер, Р. Сведберг).
4. Проблема доверия в деловых отношениях. Доверие и оппортунизм.
5. Экономические институты капитализма (О. Уильямсон).
6. Социология рационального выбора (Д. Коулман).
7. Антропологический подход в экономической социологии.
8. Социологические и экономические подходы к анализу рынка труда (М. Грановеттер).
9. Экономика семьи (Г. Беккер).
10. Трудовое поведение в рыночных условиях: структура и факторы.
11. Социальные сети и экономическое поведение.
12. Проблемы мотивации и стимулирования труда на предприятиях различных форм собственности.
13. Социальная регуляция трудового поведения: формы и методы.
14. Механизм регулирования трудовых отношений: сравнительный анализ российского и зарубежного опыта.
15. Развитие и совершенствование трудовых отношений в организациях различных форм собственности.
16. Хозяйственная культура предприятия: социологический анализ.

17. Ценностные ориентации работников: тендерный аспект.
18. Процесс адаптации молодежи в трудовом коллективе: факторы успешности.
19. Конкуренция как фактор, влияющий на экономическое поведение рыночных субъектов.
20. Воздействие рыночных механизмов на экономическое поведение.
21. Социально-экономические проблемы регионального рынка труда.
22. Социально-демографические проблемы занятости.
23. Стратегии экономического поведения незанятых на рынке труда.
24. Безработица и социальное поведение: гендерный аспект.
25. Формы дискриминации работников на рынке труда.
26. Трудовые стратегии и мотивация высококвалифицированных работников.
27. Трудовые стратегии самозанятых профессионалов (фрилансеров).
28. Удовлетворенность работой: гендерный аспект.
29. Факторы формирования мотивации работников.
30. Информационная экономика: сущность, основные характеристики и перспективы развития.

Требования к написанию контрольных работ (рефератов):

1. Структура контрольной работы: титульный лист, содержание; введение, в котором отражаются цель, задачи, объект, предмет контрольной работы (объем введения 1-1,5 стр.); основная часть; заключение с краткими выводами по существу рассмотренной темы (объем заключения 1,5-2 стр.); список литературы.
2. Работа должна содержать результаты эмпирических исследований зарубежных и/или российских ученых по выбранной теме.
3. Объем работы – 12-15 стр. печатного текста 14 шрифт, через 1,5 интервала. Список литературы - не менее 5 источников. Литература должна быть новой (изданной в течение последних 5 лет), за исключением работ классиков. Можно использовать интернет-ресурсы. Сноски в работе обязательны.
4. Темы контрольных в группе не должны повторяться.

Контрольные вопросы к зачету:

1. Экономическая социология и экономическая теория: различие подходов. Дискуссии о предмете экономической социологии в отечественной и зарубежной социологии.
2. Экономическая сфера общества. Социальный механизм развития экономики.
3. Экономическая политика: понятие и функции. Типы социально-экономической системы.
4. Направления развития современной экономической социологии: социология рационального выбора, сетевой подход, контрактный подход, новый институционализм.
5. Этапы развития западной экономической социологии (В.В. Радаев).
6. История появления и развития экономической социологии в России: дореволюционный, постреволюционный и советский периоды.
7. Экономическое поведение в социологии М. Вебера.
8. В. Парето и его концепция социального действия.
9. Трактовка экономического поведения в работах Н. Кондратьева.
10. Социологический анализ экономической жизни современного западного общества Т. Парсонса.
11. Понятие экономического поведения. Проблема рациональности экономического поведения.
12. Особенности экономического поведения в зависимости от используемых ресурсов; способов получения выгоды; степени риска; длительности циклов «затраты – возмещение»; точности расчета планируемого и ожидаемого результата.

13. Риск в структуре экономического поведения. Режимы, методы и средства максимизации (оптимизации) экономического поведения.
14. Модели экономического поведения, их классификация. Методы максимизации выгоды в структуре моделей экономического поведения.
15. Трудовое поведение: понятие, структура и формы.
16. Затратно-компенсационные модели трудового поведения. Специфика отношений «работник-работодатель».
17. Структура трудового поведения. Ядро и стратегия трудового поведения. Основания дифференциации трудового поведения.
18. Формы трудового поведения: целевые, инновационные, адаптационно-приспособительные, характерологические, деструктивные, церемониально-субординационные.
19. Механизм регулирования трудового поведения.
20. Мотивация трудовой деятельности: понятие, этапы, основные теории.
21. Мотивирование и стимулирование труда. Формы стимула. Виды и методы стимулирования трудового поведения.
22. Природа и функции социального обмена. Базовые составляющие и методы измерения эквивалентности социального обмена.
23. Рынок как институциональная форма экономического обмена. Различные подходы к определению рынка.
24. Основные подходы к исследованию рынка (В.В. Радаев): историко-антропологический, структурный (сетевой), неинституциональный, социокультурный.
25. Основные структуры и институты рынка, их характеристики и взаимосвязи.
26. Экономическое поведение на рынке труда: понятие, виды. Стратегии экономического поведения на рынке труда, факторы их выбора.
27. Социальная сегментация рынка труда: внешний и внутренний; «первичный» и «вторичный» рынки труда; «ядро» и «периферия» рынка труда.
28. Безработица как социально-экономическое явление, виды безработицы, социально-экономические функции.
29. Социологический портрет хозяйственной организации. Бюрократизм как форма современной хозяйственной организации.
30. Основные виды организаций. Община, корпорация и ассоциация как идеальные типы хозяйственной организации.
31. Понятие домашнего хозяйства. Новая экономическая теория домашнего производства (Г. Беккер, Я. Минсер).
32. Неизмеримая экономика. Цена домашнего труда. Семейная экономика.
33. Субстантивная экономика (А. В. Чаянов, К. Поланьи). Моральная экономика.
34. Изменение структуры домашнего хозяйства (Дж. Гершуни, Э. Минджиони). Пределы «экономического империализма».
35. Гендерная экономика. Модели распределения трудовой нагрузки между супругами.
36. Трудовой конфликт: понятие, условия возникновения, факторы. Открытый и закрытый типы трудового конфликта. Позитивные и негативные функции трудовых конфликтов.
37. Объективные и субъективные причины трудовых конфликтов. Типология конфликтов исходя из видов противоречий. Забастовка как особая форма социального конфликта, классификация забастовок.
38. Субъекты и среда трудового конфликта. Модели, способы и формы разрешения трудового конфликта.
39. Социальный маркетинг: принципы, методы и технологии.
40. Основные концепции, модели и направления социального маркетинга. Планирование маркетинга в социальной сфере.

6.2 Критерии оценивания компетенция:

Таблица 4

Карта критериев оценивания компетенций

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1.	<p>ПК-1: Способность самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов и с применением современных информационных технологий, анализировать и интерпретировать данные социологических и маркетинговых исследований.</p>	<p>Знать: теоретические источники, основные социологические концепции и социологические методы, применяемые при проведении эмпирических социологических исследований; правила обоснования актуальности социологических исследований, формулирования цели и задач, гипотез для выполнения социологических исследований. - способы выявления социально значимых проблем при использовании описательных, объяснительных и прогнозных моделей социальных явлений и процессов; сущность практической проблемы, на решение которой направлен научный проект. -способы разработки концептуальных основ фундаментального</p>	Задание для зачета	<p>Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий.</p> <p>Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".</p>

	<p>или прикладного (включая маркетинговое) социологического исследования: определения целей и основных задачи, выбора методов или совокупности методов, описывать возможные результаты исследования; разработки программы фундаментального или прикладного социологического исследования: уточнения исследовательских задач; вырабатывает гипотез, концептуальной модели измеряемых показателей; описывания объекта, принципы отбора источников информации (респонденты, документы); выбора и описания методов сбора и обработки информации для всех этапов исследования; анализа и интерпретации полученных данных социологических и маркетинговых исследований.</p> <p>Уметь: применять теоретические источники, основные социологические концепции и социологические методы при проведении эмпирических</p>		
--	--	--	--

		<p>социологических исследований; применять правила обоснования актуальности социологических исследований, формулирования цели и задач, гипотез при выполнении социологических исследований - применять способы выявления социально значимых проблем при использовании описательных, объяснительных и прогнозных моделей социальных явлений и процессов; выявлять сущность практической проблемы, на решение которой направлен научный проект. -применять способы разработки концептуальных основ фундаментального или прикладного (включая маркетинговое) социологического исследования: определять цели и основные задачи, выбирать методы или совокупности методов, описывать возможные результаты исследования; - разрабатывать программы фундаментального или прикладного социологического исследования: уточнять исследовательских</p>		
--	--	---	--	--

		задач; вырабатывать гипотезы, уточнять концептуальную модель измеряемых показателей; описывать объект, принципы отбора источников информации (респонденты, документы); выбирать и описывать методы сбора и обработки информации для всех этапов исследования; анализировать и интерпретировать полученные данные социологических и маркетинговых исследований.		
2.	УК-10: Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению.	Знает базовые этические ценности, демонстрируя нетерпимое отношение к коррупционному поведению. Умеет давать оценку коррупционному поведению и применять на практике антикоррупционное законодательств.	Задание для зачета	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература:

1. Силласте, Г. Г. Экономическая социология [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Г.Г. Силласте. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 480 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=468865> (дата обращения 15.04.2019). Гриф: допущено УМО по классическому университетскому образованию в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений.

2. Соколова, Г.Н. Экономическая социология [Электронный ресурс]: учебник / Г.Н. Соколова. – Минск: Выш. шк., 2013. – 384 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=509275> (дата обращения 15.04.2019).

3. Экономическая социология [Электронный ресурс]: Учебник / М.А. Васьков, К.В. Воденко, С.И. Самыгин и др. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 252 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=525198> (дата обращения 15.04.2019). Гриф: Рекомендовано УМО РАЕ по классическому университетскому и техническому образованию в качестве учебника для социально-экономических направлений подготовки.

7.2 Дополнительная литература:

1. Верховин, В. И. Экономическая социология: [монография] / В. И. Верховин, В. И. Зубков. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Изд-во РУДН, 2005. - 457 с.

2. Голиков, В. Д. Социология экономики [Электронный ресурс]: монография / Уфимск. гос. авиац. техн. ун-т. Уфа: УГАТУ, 2008. – Книга 1. – 416 с.- Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=342658> (дата обращения 15.04.2019).

3. Голиков, В. Д. Социология экономики [Электронный ресурс]: монография / Уфимск. гос. авиац. техн. ун-т. Уфа: УГАТУ, 2008. – Книга 2.– 429 с.- Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=344010> (дата обращения 15.04.2019).

4. Ольсевич Ю.Я. Психологические основы экономического поведения [Электронный ресурс]: Монография / Ю.Я. Ольсевич. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 413 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=165867> (дата обращения 15.04.2019).

5. Радаев, В. В. Экономическая социология: учеб. пособие для студ. вузов/ В. В. Радаев. - 2-е изд.. - Москва: Высшая школа экономики, 2008. - 602 с.

6. Социально-трудовые отношения [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Н.М. Воловская. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 185 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=553446> (дата обращения 15.04.2019).

7. Социально-экономическая история России [Электронный ресурс]: учеб. пособие / под ред. А.Г. Худокормова. — 2-е изд. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 600 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=469706> (дата обращения 15.04.2019).

8. Социальный капитал личности [Электронный ресурс]: Монография / Почебут Л.Г., Свенцицкий А.Л., Марарица Л.В. и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 250 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=546575> (дата обращения 15.04.2019).

9. Халиков, М. С. Экономическая социология: распределительные отношения: учебное пособие / М. С. Халиков. - Москва: Академический Проект, 2008. - 253 с.

10. Экономическая социология [Электронный ресурс]/ Ростовцева Л.И. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 80 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=548618> (дата обращения 215.04.2019).

7.3 Интернет-ресурсы:

<http://www.isras.ru/> (Институт социологии РАН / Научная литература, журналы по социологии, публикации)

<http://ecsocman.edu.ru/> (Федеральный Образовательный Портал «Экономика. Социология. Менеджмент»)

<http://socis.isras.ru/> (Журнал «Социологические исследования»)

<http://www.socio.msu.ru/?s=vestnik&p=main> (Журнал «Вестник МГУ. Серия 18. Социология и политология»)

<http://ecsocman.edu.ru/mirros/> (Журнал «Мир России»)

<http://ecsocman.edu.ru/ons/> (Журнал «Общественные науки и современность»)

<http://ecsocman.edu.ru/vestnik> (Журнал «Вестник общественного мнения: Данные. Анализ. Дискуссии»)

<http://ecsocman.edu.ru/communitas> (Журнал «Communitas / Сообщество»)

<http://ecsocman.edu.ru/rudn> (Журнал «Вестник РУДН»)

<http://ecsocman.edu.ru/institutstudies> (Журнал «Journal of Institutional Studies / Журнал институциональных исследований»)
<http://ecsocman.edu.ru/rubezh/> (Журнал «Рубеж. Альманах социальных исследований»)
<http://ecsoc.msses.ru> (Журнал «Экономическая социология»)

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>
Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <http://icdlib.nspu.ru/>
Национальная электронная библиотека <http://rusneb.ru/>

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

Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам (Университетская библиотека on-line, ЭБС «biblioclub.ru», ЭБС издательства «ЛАНЬ», ЭБС «znanium.com»).

При осуществлении образовательного процесса используются презентационные программы (пакет PowerPoint программного обеспечения Microsoft Office) и сетевые поисковые системы (Google, Yandex, Yahoo и др.).

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

- Компьютер, проектор, экран.
- Мультимедийное оборудование: проектор, экран, компьютер. Доступ в Интернет и информационно-образовательную среду ТюмГУ.