



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»



«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. декана факультета управления

 Д.К. Танатова

«2» июля 2020 г.

## РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН ЧАСТЬ 6

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНЫМИ КАТЕГОРИЯМИ

Наименование образовательной программы  
**МЕНЕДЖМЕНТ**

(подготовка по основной профессиональной образовательной программе  
осуществляется с 2020 г.)

Направление подготовки:  
**38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

Направленность:  
**Управление маркетингом**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -  
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Уровень профессионального образования**

**Высшее образование – бакалавриат**

**Форма обучения**  
**Очная**

Москва 2020



Рабочая программа дисциплины «Управление товарными категориями» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (бакалавриат), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.01.2016 № 7, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования «Менеджмент».

Рабочая программа дисциплины разработана рабочей группой в составе: к.э.н., доцентом Ветровой Е.А.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы к.с.н., доцент

---

(подпись)


Т.А. ЕВСТРАТОВА

Рабочая программа дисциплины обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления

Протокол №13 от «2» июля 2020 г.

И.О. декана факультета

Доктор социологических наук,  
профессор

---

(подпись)

Д.К. Танатова

Рабочая программа дисциплины рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

Акционерное общество «АНКОР»  
Заместитель генерального директора


  

---

(подпись)

Т. БАСКИНА

Закрытое акционерное общество  
«ЭКОПСИ Консалтинг»,  
Директор проектов

---

(подпись)

С.В. БАРАНОВ

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового  
университета при Правительстве РФ

---

(подпись)

И.Ю. БЕЛЯЕВА

Д.с.н., профессор  
Профессор кафедры  
менеджмента и административного  
управления

---

(подпись)

О.А. УРЖА

Согласовано  
Научная библиотека, директор

---

(подпись)

И.Г. МАЛ'ЯР

# СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины4	
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы5	
1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы5	
2. Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося8	
3. Содержание дисциплины8	
3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения8	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)10	
4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)10	
4.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)11	
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)21	
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)21	
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы21	
5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания24	
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы26	
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций27	
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)28	
6.1. Основная литература28	
6.2. Дополнительная литература <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)28	
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)30	
9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине32	
9.1. Информационные технологии32	
9.2. Программное обеспечение32	
9.3. Информационные справочные системы32	
11. Образовательные технологии33	
Лист регистрации изменений35	

## 1. Общие положения

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о воздействии макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; рыночных и специфических рисках, а также поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли; базах данных по различным показателям и формировании информационного обеспечения участников организационных проектов; системе сбора



необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления).

Задачи дисциплины:

1. научить оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;

2. освоить навыки анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов;

3. организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления).

***1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы***

Дисциплина «Управление товарными категориями» реализуется в вариативной части основной профессиональной образовательной программы «Менеджмент» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (бакалавриат) очной формы обучения.

Изучение дисциплины «Управление товарными категориями» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Исследование систем управления», «Проектный менеджмент», «Основы менеджмента».

Изучение дисциплины «Управление товарными категориями» является базовым для последующего освоения программного материала дисциплин: «Управление продажами», «Маркетинговые коммуникации», «Продукт-менеджмент».

***1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы***

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12) в соответствии с основной профессиональной образовательной программой основной профессиональной образовательной программы «Менеджмент» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (бакалавриат)

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код	Содержание компетенции	Результаты обучения
-----	------------------------	---------------------

компетенции		
ПК-9	<p>способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p>Знать: воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>
		<p>Уметь: оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>
		<p>Владеть: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>

ПК-11	<p>владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов</p>	<p>Знать: анализ информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов</p> <p>Уметь: анализировать информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов</p> <p>Владеть: навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов</p>
ПК-12	<p>умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)</p>	<p>Знать: способы организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)</p> <p>Уметь: организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия,</p>

		органа государственного или муниципального управления)
		Владеть: умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

## 2. Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

Очная форма

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		6			
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>60</b>	<b>60</b>			
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем:					
Учебные занятия лекционного типа	24	24			
Учебные занятия семинарского типа	36	36			
Лабораторные занятия					
<b>ИКР</b>	<b>48</b>	<b>48</b>			
<b>Самостоятельная работа обучающихся*, всего</b>	<b>72</b>	<b>72</b>			
В том числе:					
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	30	30			
Выполнение практических заданий	30	30			
Рубежный текущий контроль	12	12			
<b>Вид промежуточной аттестации, контроль (час)</b>	<b>Экзамен (36)</b>	<b>Экзамен (36)</b>			
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины, з.е.</b>	<b>6</b>	<b>6</b>			

## 3. Содержание дисциплины

### 3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Объем учебных занятий составляет 216 часов.

Объем самостоятельной работы – 72 часов.

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов
--------------	--

	Всего	Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация	Контактная работа обучающихся с преподавателем				
			Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
<b>Раздел 1 Формирование и использование баз данных</b>	36	18	18	4	6	0	8
Тема 1.1 Управление маркетинговыми мероприятиями	18	9	9	2	3	0	4
Тема 1.2 Использование баз данных	18	9	9	2	3	0	4
<b>Раздел 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании</b>	36	18	18	4	6	0	8
Тема 2.1 Сущность директ - маркетинга	18	9	9	2	3	0	4
Тема 2.2 Директ – маркетинговая компания	18	9	9	2	3	0	4
<b>Раздел 3. Формирование предложения и стимулирование отклика</b>	36	18	18	4	6	0	8
Тема 3.1 Факторы влияющие на формирование предложения	18	9	9	2	3	0	4
Тема 3.2 Продвижение предложения и стимулирование отклика	18	9	9	2	3	0	4
<b>Раздел 4. Основные каналы директ-маркетинга</b>	36	18	18	4	6	0	8
Тема 4.1 Каналы директ-маркетинга	18	9	9	2	3	0	4
Тема 4.2 Особенности каналов директ- маркетинга	18	9	9	2	3	0	4
<b>Раздел 5. Технология работы с негативными откликами на директ-маркетинг</b>	36	18	18	4	6	0	8
Тема 5.1 Алгоритм поступления и обработки негативного отклика	18	9	9	2	3	0	4
Тема 5.2 Организация работы колл – центров	18	9	9	2	3	0	4
<b>Раздел 6 Управление отношениями с клиентами</b>	36	18	18	4	6	0	8

Тема 6.1 Применение систем управления отношениями с клиентами	18	9	9	2	3	0	4
Тема 6.2 Инструменты управления отношениями с клиентами в маркетинге	18	9	9	2	3	0	4
<b>Общий объем, часов</b>	<b>216</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>24</b>	<b>36</b>	<b>0</b>	<b>48</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>экзамен</b>						

#### 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

##### 4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

###### *Очная форма обучения*

Раздел, тема	Всего СРС + контроль	Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль						Контроль (промежут. аттестация), час
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля	
<b>Раздел 1 Формирование и использование баз данных</b>	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
<b>Раздел 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании</b>	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
<b>Раздел 3. Формирование предложения и стимулирование отклика</b>	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
<b>Раздел 4. Основные каналы директ-маркетинга</b>	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6

<b>Раздел 5. Технология работы с негативными откликами на директ-маркетинг</b>	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
<b>Раздел 6 Управление отношениями с клиентами</b>	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>30</b>		<b>30</b>		<b>12</b>		<b>36</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>		<b>Экзамен</b>						

#### 4.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

##### Раздел 1 Формирование и использование баз данных

##### Тема 1.1 Управление маркетинговыми мероприятиями

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

##### **Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:**

Понятие «база данных», значение. Управление маркетинговыми мероприятиями. Источники информации. Аренда адресов. Маркетинг с использованием баз данных и отношения с клиентом. Хранилище и разработка данных в системе управления маркетинга баз данных. Использование баз данных. Использование метода Дейта майнинг для принятия решений: кластерный анализ, диаграмма «Ромашка», анализ потребительской корзины, нейронный сети. ABC – анализ. RFVR и FRAT методы анализа информации.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Хранилище и разработка данных в системе управления маркетинга баз данных.
2. Использование баз данных.
3. Использование метода Дейта майнинг для принятия решений: кластерный анализ, диаграмма «Ромашка», анализ потребительской корзины, нейронный сети.
4. ABC – анализ.
5. RFVR и FRAT методы анализа информации.

##### **Тема 1.2 Использование баз данных**

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на

основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

**Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:**

Балльная система динамичной оценки клиентов. Длительная стоимость клиента. Клиентские портфолио. Оценка клиента. Отбор. Сегментация. Изучение рынка. Привлечение новых клиентов. Отбор неактивных клиентов. Отбор клиентов, не приносящих доход. Базы данных и вопросы защиты частной информации. Типы списков рассылки. Принципы отбора списков.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Базы данных и вопросы защиты частной информации.
2. Типы списков рассылки.
3. Принципы отбора списков.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ Раздел 1 Формирование и использование баз данных**

**Форма практического задания:** реферат.

Примерный перечень тем рефератов:

1. Понятие «база данных», значение.
2. Управление маркетинговыми мероприятиями.
3. Источники информации.
4. Аренда адресов.
5. Маркетинг с использованием баз данных и отношения с клиентом.
6. Хранилище и разработка данных в системе управления маркетинга баз данных.
7. Использование баз данных.
8. Использование метода Дейта майнинг для принятия решений: кластерный анализ, диаграмма «Ромашка», анализ потребительской корзины, нейронный сети.
9. ABC – анализ. RFVR и FRAT методы анализа информации.
10. Балльная система динамичной оценки клиентов.
11. Длительная стоимость клиента.
12. Клиентские портфолио.
13. Оценка клиента. Отбор.
14. Сегментация. Изучение рынка.
15. Привлечение новых клиентов.
16. Отбор неактивных клиентов.
17. Отбор клиентов, не приносящих доход.
18. Базы данных и вопросы защиты частной информации.
19. Типы списков рассылки. Принципы отбора списков.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.**

**Раздел 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании**

**Тема 2.1 Сущность директ - маркетинга**

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на



основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

**Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:**

Понятие и сущность прямого маркетинга. Факторы, обуславливающие рост директ–маркетинга. Сравнительная характеристика директ – маркетинга и массового маркетинга. Преимущества прямого маркетинга: целевой отбор аудитории, ориентация на клиента, географическая избирательность, высокая степень эффективности, контроль, гибкость. Задачи директ – маркетинга. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду. Развитие прямого маркетинга.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Преимущества прямого маркетинга: целевой отбор аудитории, ориентация на клиента, географическая избирательность, высокая степень эффективности, контроль, гибкость.
2. Задачи директ – маркетинга.
3. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду.
4. Развитие прямого маркетинга.

**Тема 2.2 Директ – маркетинговая компания**

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

**Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:**

Понятие директ – маркетинговой компании. Одноступенчатые и многоступенчатые директ – маркетинговые компании. Условия их использования. Факторы, влияющие на продолжительность директ – маркетинговой компании. Планирование целей директ – маркетинговой компании. Выбор каналов отклика. Составление программы контактов с клиентами. Планирование количества откликов.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Планирование целей директ – маркетинговой компании.
2. Выбор каналов отклика.
3. Составление программы контактов с клиентами. Планирование количества откликов.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании**

**Форма практического задания:** реферат.

Примерный перечень тем рефератов:

1. Понятие и сущность прямого маркетинга. Тенденции развития прямого маркетинга.
2. Преимущества прямого маркетинга. Сравнительная характеристика директ – маркетинга и массового маркетинга.
3. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду.
4. Цели и задачи прямого маркетинга.
5. Создание потребительской лояльности с помощью инструментов директ – маркетинга.
6. Понятие «база данных», значение. Источники информации для формирования баз данных.
7. Оценка клиента с помощью баз данных. Измерение ценности потребителя: совокупная ценность клиента, давность и частотность покупок, денежная стоимость покупок.
8. Сегментация и изучение рынка с помощью баз данных.
9. Аренда адресов рассылки: преимущества и недостатки.
10. Методы анализа клиентов.
11. Понятие директ – маркетинговой компании.
12. Одноступенчатые и многоступенчатые директ – маркетинговые компании. Условия их использования.
13. Факторы, влияющие на продолжительность директ – маркетинговой компании.
14. Планирование целей директ – маркетинговой компании.
15. Выбор каналов отклика.
16. Составление программы контактов с клиентами. Планирование количества откликов.
17. Сравнительная характеристика директ – маркетинга и массового маркетинга.
18. Преимущества прямого маркетинга: целевой отбор аудитории, ориентация на клиента, географическая избирательность, высокая степень эффективности, контроль, гибкость.
19. Задачи директ – маркетинга.
20. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду.
21. Развитие прямого маркетинга.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.**

### **Раздел 3. Формирование предложения и стимулирование отклика**

#### **Тема 3.1 Факторы влияющие на формирование предложения**

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

**Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:**

Факторы влияющие на формирование предложения: цена, перевозка и доставка, единица продажи, дополнительные преимущества, обязательство на будущую покупку, возможность покупки в кредит, стимулы, временные ограничения, количественные ограничения, гарантии. Разработка уникальных предложений.

**Вопросы для самоподготовки:**

Разработка уникальных предложений.

**Тема 3.2 Продвижение предложения и стимулирование отклика**

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

**Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:**

Продвижение предложения: предложение бесплатных подарков, предложение типа «приведи друга». Предложения: краткосрочный и долговременный эффект. Стимулирование отклика: условия оплаты, розыгрыш ценных призов, отклик по бесплатной телефонной линии, «письмо от издателя», гарантия. Средства ответа: открытки для ответа, бланки заказов с обратным конвертом. Правила разработки и выбора средств для ответа. Алгоритм поступления и обработки отклика.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Средства ответа: открытки для ответа, бланки заказов с обратным конвертом.
2. Правила разработки и выбора средств для ответа.
3. Алгоритм поступления и обработки отклика.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3. Формирование предложения и стимулирование отклика**

**Форма практического задания:** реферат.

**Примерный перечень тем рефератов:**

1. Факторы влияющие на формирование предложения: цена, перевозка и доставка, единица продажи, дополнительные преимущества, обязательство на будущую покупку, возможность покупки в кредит, стимулы, временные ограничения, количественные ограничения, гарантии.
2. Разработка уникальных предложений.
3. Продвижение предложения: предложение бесплатных подарков, предложение типа «приведи друга».
4. Предложения: краткосрочный и долговременный эффект.
5. Стимулирование отклика: условия оплаты, розыгрыш ценных призов, отклик по бесплатной телефонной линии, «письмо от издателя», гарантия.
6. Средства ответа: открытки для ответа, бланки заказов с обратным конвертом.
7. Правила разработки и выбора средств для ответа.
8. Алгоритм поступления и обработки отклика.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.**

**Раздел 4. Основные каналы директ- маркетинга**

#### **Тема 4.1 Каналы директ- маркетинга**

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

##### **Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:**

Понятие и преимущества прямого почтового маркетинга. Обеспечение эффективной работы прямой почтовой рассылки: стадия планирования, стадия дизайна, стадия производства. Расходы, задействованные в прямой почтовой рассылке. Виды прямой почтовой рассылки: сплошная, выборочная, совместная. Понятие и преимущества совместной почтовой рассылки. Каналы распространения: вкладки в упаковках с уже купленным товаром, газетные рекламные вкладки, совместные рассылки по e – mail. Привлечение клиентов. Обеспечение эффективной работы почтовой рассылки в нагрузку. Механизмы измерения ключевых показателей производительности. Понятие и преимущества сплошной рассылки. Каналы распространения. Обеспечение эффективной работы сплошной рассылки. Механизмы измерения ключевых показателей производительности. Создание директ – мейл пакетов: формы и оформление рекламного письма, использование метода диалога, кривой чтения, персонификации. Оформление конверта. Дополнительные элементы директ-мейл пакетов. Понятие и преимущества маркетинга по каталогу. Обеспечение эффективной работы каталога. Позиционирование каталога. Прием и исполнение заказов по каталогу. Интернет и торговля по каталогу. Виды расходов на производство каталога. Механизмы измерения ключевых показателей производительности. Понятие и преимущества телемаркетинга. Сферы применения телесервиса. Обеспечение эффективной работы телемаркетинга. Виды телемаркетинга. Входящий телесервис. Исходящий телесервис. Затраты на телемаркетинг. Механизмы измерения ключевых показателей производительности. Понятие и преимущества рекламы, предполагающей прямой ответ. Виды рекламы, предполагающей прямой ответ заказчиком. Журналы: отрывные вкладыши, каточки бинго, отклик на журнальную рекламу, выбор сроков и частотность, определение размера рекламного макета, месторасположение. Газеты: газетные вкладки, специальные газетные приложения, информационно – рекламные обозрения, комиксы – как директ –маркетинговый канал, разработка программы тестирования газет, месторасположение, цветная и черно – белая реклама. Телевидение: информационная реклама, рейтинги, продолжительность рекламного ролика, охват и частота, время, телевизионные графики, преимущества и недостатки разных видов телекомпаний и телеканалов, креатив. Радио: особенности использования, рейтинги, охват и частота, продолжительность рекламного отклика, креатив. Понятие личной продажи.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Журналы: отрывные вкладыши, каточки бинго, отклик на журнальную рекламу, выбор сроков и частотность, определение размера рекламного макета, месторасположение.
2. Газеты: газетные вкладки, специальные газетные приложения, информационно – рекламные обозрения, комиксы – как директ –маркетинговый

канал, разработка программы тестирования газет, месторасположение, цветная и черно – белая реклама.

3. Телевидение: информационная реклама, рейтинги, продолжительность рекламного ролика, охват и частота, время, телевизионные графики, преимущества и недостатки разных видов телекомпаний и телеканалов, креатив.

4. Радио: особенности использования, рейтинги, охват и частота, продолжительность рекламного отклика, креатив. Понятие личной продажи.

#### **Тема 4.2 Особенности каналов директ- маркетинга**

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

#### **Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:**

Факторы, влияющие на успешность личной продажи. Этапы личной продажи: идеология, поиск клиентов, выбор стратегии, «холодные контакты», начало личного контакта, предварительное предложение, ориентация в клиенте, основное предложение, преодоление возражений, завершение сделки, стимулирование сбыта. Преимущества и недостатки личной продажи. Понятие и обеспечение эффективной работы текстовых сообщений. Использование Интернета в директ-маркетинге. Области применения Интернета. Онлайн-бизнес модели. Преимущества и недостатки использования Интернета. Электронные коммуникации. Рекламные баннеры и реклама с обратной связью. Использование электронной почты в рамках директ-маркетинга в Интернете.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Использование Интернета в директ-маркетинге.
2. Области применения Интернета.
3. Онлайн-бизнес модели.
4. Преимущества и недостатки использования Интернета
5. Электронные коммуникации.
6. Рекламные баннеры и реклама с обратной связью.
7. Использование электронной почты в рамках директ-маркетинга в Интернете.

#### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4. Основные каналы директ-маркетинга**

**Форма практического задания:** реферат

Темы рефератов:

1. Понятие и преимущества прямого почтового маркетинга.
2. Обеспечение эффективной работы прямой почтовой рассылки: стадия планирования, стадия дизайна, стадия производства.
3. Расходы, задействованные в прямой почтовой рассылке.
4. Виды прямой почтовой рассылки: сплошная, выборочная, совместная. Понятие и преимущества совместной почтовой рассылки.
5. Каналы распространения: вкладки в упаковках с уже купленным товаром, газетные рекламные вкладки, совместные рассылки по e – mail.
6. Привлечение клиентов.

7. Обеспечение эффективной работы почтовой рассылки в нагрузку. Механизмы измерения ключевых показателей производительности.
8. Понятие и преимущества сплошной рассылки.
9. Каналы распространения.
10. Обеспечение эффективной работы сплошной рассылки.
11. Механизмы измерения ключевых показателей производительности.
12. Создание директ – мейл пакетов: формы и оформление рекламного письма, использование метода диалога, кривой чтения, персонализации.
13. Оформление конверта.
14. Дополнительные элементы директ-мейл пакетов.
15. Понятие и преимущества маркетинга по каталогу.
16. Обеспечение эффективной работы каталога.
17. Позиционирование каталога.
18. Прием и исполнение заказов по каталогу.
19. Интернет и торговля по каталогу.
20. Виды расходов на производство каталога.
21. Механизмы измерения ключевых показателей производительности.
22. Понятие и преимущества телемаркетинга.
23. Сферы применения телесервиса.
24. Обеспечение эффективной работы телемаркетинга.
25. Виды телемаркетинга.
26. Входящий телесервис.
27. Исходящий телесервис.
28. Затраты на телемаркетинг.
29. Механизмы измерения ключевых показателей производительности.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.**

#### **Раздел 5. Технология работы с негативными откликами на директ- маркетинг**

##### **Тема 5.1 Алгоритм поступления и обработки негативного отклика**

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

##### **Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:**

Причины негативной реакции. Скрытый и открытый негатив. Предупреждающие негативный отклик мероприятия. Алгоритм поступления и обработки негативного отклика.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Предупреждающие негативный отклик мероприятия.
2. Алгоритм поступления и обработки негативного отклика.

##### **Тема 5.2 Организация работы колл – центров**

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального

управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

**Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:**

Понятие и значение для директ – маркетинга. Колл – центр как часть интегрированного маркетинга. Методы организации колл – центров. Обеспечение эффективной работы колл – центра. Установление ключевых показателей производительности. Механизмы измерения ключевых показателей производительности.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Установление ключевых показателей производительности.
2. Механизмы измерения ключевых показателей производительности.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 5. Технология работы с негативными откликами на директ- маркетинг**

**Форма практического задания: реферат**

**Темы рефератов:**

1. Обеспечение эффективной работы колл – центра.
2. Методы организации колл – центров.
3. Понятие и этапы планирования директ – маркетинговой кампании.
4. Одноступенчатые и многоступенчатые директ – маркетинговые кампании.
5. Причины негативного отклика на директ – маркетинг. Мероприятия по предупреждению
6. Алгоритм поступления и обработки негативных откликов.
7. Понятие и сферы использования текстовых сообщений.
8. Использование Интернета в директ - маркетинге.
9. Использование электронной почты в рамках директ – маркетинга в Интернете.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

**Раздел 6 Управление отношениями с клиентами**

**Тема 6.1 Применение систем управления отношениями с клиентами**

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

**Перечень изучаемых элементов содержания**

Понятие, значение и цели управления отношениями с клиентами. Причины развития управления отношениями с клиентами. Программы контактов с клиентами. Применение систем управления отношениями с клиентами. Выбор систем управления с клиентами.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Применение систем управления отношениями с клиентами.
2. Выбор систем управления с клиентами.

**Тема 6.2 Инструменты управления отношениями с клиентами в маркетинге**

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

**Перечень изучаемых элементов содержания**

Инструменты управления отношениями с клиентами в маркетинге. Компоненты систем управления отношениями с клиентами. Укрепление связей с клиентами. Принципы разработки стратегии связи с потребителями. Электронное управление отношениями с клиентами.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Принципы разработки стратегии связи с потребителями.
2. Электронное управление отношениями с клиентами.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 6**

**Форма практического задания: реферат.**

**Темы реферата:**

1. Понятие, значение и цели управления отношениями с клиентами.
2. Причины развития управления отношениями с клиентами.
3. Программы контактов с клиентами.
4. Применение систем управления отношениями с клиентами.
5. Выбор систем управления с клиентами.
6. Инструменты управления отношениями с клиентами в маркетинге.
7. Компоненты систем управления отношениями с клиентами.
8. Укрепление связей с клиентами.
9. Принципы разработки стратегии связи с потребителями.
10. Электронное управление отношениями с клиентами.
11. Создание потребительской лояльности.
12. Маркетинг взаимоотношений с потребителем.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Оформление работ, выполняемых в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.

Конкретные практические задания и задания для рубежного контроля определяются в учебно-методических материалах по работе обучающихся в электронной информационно-образовательной среде РГСУ с применением технологий электронного обучения по данной дисциплине, утверждаемых ежегодно факультетом.



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

### 5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является экзамен который проводится в устной форме.

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

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-9	способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	Знать: воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	Этап формирования знаний
		Уметь: оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а	Этап формирования умений

		<p>также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	
		<p>Владеть: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p>Этап формирования навыков и получения опыта</p>
ПК-11	<p>владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формированию информационного</p>	<p>Знать: анализ информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников</p>	<p>Этап формирования знаний</p>

	<p>обеспечения участников организационных проектов</p>	<p>организационных проектов</p>	
		<p>Уметь: анализировать информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов</p>	<p>Этап формирования умений</p>
		<p>Владеть: навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов</p>	<p>Этап формирования навыков и получения опыта</p>
<p>ПК-12</p>	<p>умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа</p>	<p>Знать: способы организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)</p>	<p>Этап формирования знаний</p>

	государственного или муниципального управления)	Уметь: организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	Этап формирования умений
		Владеть: умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	Этап формирования навыков и получения опыта

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

<b>Код компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенций</b>	<b>Показатель оценивания компетенции</b>	<b>Критерии и шкалы оценивания</b>
<b>ПК-9; ПК-11; ПК-12</b>	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов.  Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не

			<p>допуская ошибок – 9-10 баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.</p>
<b>ПК-9; ПК-11; ПК-12</b>	Этап формирования умений.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией - 9-10 баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе,</p>
<b>ПК-9; ПК-11; ПК-12</b>	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы,</i></p>	<p>скорректированные при собеседовании -7-8 баллов;</p> <p>3) испытывает затруднения в</p>

		<p><i>проблемные ситуации и т.д.)</i></p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению 5-6 баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания - 0-4 баллов.</p>
--	--	--	---

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

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Теоретический блок вопросов:

1. Понятие и сущность прямого маркетинга. Тенденции развития прямого маркетинга.
2. Преимущества прямого маркетинга. Сравнительная характеристика директ – маркетинга и массового маркетинга.
3. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду.
4. Цели и задачи прямого маркетинга.
5. Создание потребительской лояльности с помощью инструментов директ – маркетинга.
6. Понятие «база данных», значение. Источники информации для формирования баз данных.
7. Оценка клиента с помощью баз данных. Измерение ценности потребителя: совокупная ценность клиента, давность и частотность покупок, денежная стоимость покупок.
8. Сегментация и изучение рынка с помощью баз данных.
9. Аренда адресов рассылки: преимущества и недостатки.
10. Методы анализа клиентов.
11. RFVR и FRAT методы анализа информации.
12. Типы списков рассылки. Принципы отбора списков рассылки.
13. Факторы, влияющие на формирование предложения. Разработка уникальных предложений.
14. Выбор каналов отклика. Стимулирование отклика.
15. Личная продажа как канал директ – маркетинга.

16. Понятие и преимущества выборочного прямого почтового маркетинга. Обеспечение эффективной работы выборочной прямой почтовой рассылки.
17. Принципы создания директ – мейл – пакетов.
18. Расходы, задействованные в прямой почтовой рассылке.
19. Совместная рассылка как канал директ – маркетинга. Обеспечение эффективной работы совместной почтовой рассылки.
20. Сплошная рассылка как канал директ – маркетинга. Понятие и преимущества сплошной рассылки
21. Каталог как канал директ – маркетинга. Понятие и преимущества маркетинга по каталогу. Прием и исполнение заказов по каталогу.
22. Понятие и преимущества телемаркетинга. Сферы применения телемаркетинга.
23. Виды телемаркетинга. Обеспечение эффективной работы телемаркетинга.
24. Понятие и преимущества рекламы, предполагающей прямой ответ.
25. Использование журналов в директ – маркетинге.
26. Использование газет в директ – маркетинге.
27. Радио как канал директ – маркетинге.
28. Обеспечение эффективной работы колл – центра.
29. Методы организации колл – центров.
30. Понятие и этапы планирования директ – маркетинговой кампании.
31. Одноступенчатые и многоступенчатые директ – маркетинговые кампании.
32. Причины негативного отклика на директ – маркетинг. Мероприятия по предупреждению
33. Алгоритм поступления и обработки негативных откликов.
34. Понятие и сферы использования текстовых сообщений.
35. Использование Интернета в директ - маркетинге.
36. Использование электронной почты в рамках директ – маркетинга в Интернете.
37. Понятие, значение и цели управления отношениями с клиентами.
38. Программы контактов с клиентами.
39. Инструменты управления отношениями с клиентами в директ - маркетинге.
40. Методы укрепления связей с клиентами. Принципы разработки стратегии связи с потребителями.

#### Аналитическое задание

1. Внедрение новых методов сбора и анализа данных.
2. САТІ (устройство для компьютеризированных телефонных опросов).
3. САРІ (устройство для компьютеризированных личных интервью).
4. Реoplemeters (устройство для оценки популярности различных телевизионных передач).
5. Формирование новых подходов к анализу рынка с помощью микромаркетинга и маркетинга баз данных.
6. Применение нововведений в области имеющихся маркетинговых данных, связанных с концепцией управления знаниями.
7. Информационные системы, обеспечивающие эффективную ориентацию на рынок - CRM (customer relationship management - управление взаимоотношениями с клиентами).

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным

образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

## **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)**

### **6.1. Основная литература**

1. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 393 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00765-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450081>
2. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 342 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2903-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425844>
3. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450531>

### **6.2. Дополнительная литература**

1. Лифиц, И. М. Товарный менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 405 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3959-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466184>
2. Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12663-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448248>

## **7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
Диссертационный зал Российской	В настоящее время Электронная библиотека	<a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a>



государственной библиотеки	диссертаций РГБ содержит более 620 000 полных текстов диссертаций и авторефератов	Доступ по регистрации в читальном зале Университета.
Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ
Научное наследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ
Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	<a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ
Электронные библиотеки.	Интернет-ресурсы образовательного и научно-	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ

Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	
Библиотека юридической литературы	Электронная библиотека открытого доступа (монографии, диссертации, книги, статьи, новости и аналитика, конспекты лекций, рефераты, учебники).	<a href="http://pravo.eup.ru/">http://pravo.eup.ru/</a> 100% доступ

#### 7.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Диссертационный зал Российской государственной библиотеки	<a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a> Доступ по регистрации в читальном зале Университета.
Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ
Научное наследие России	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ
Cyberleninka	<a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ
Библиотека юридической литературы	<a href="http://pravo.eup.ru/">http://pravo.eup.ru/</a> 100% доступ
Консультант плюс	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>

#### 8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины «Управление товарными категориями» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и

практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в

дополнительное время передать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

### **9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине**

#### **9.1. Информационные технологии**

1. Персональный компьютер.
2. Сотовый телефон.
3. Проектор.

#### **9.2. Программное обеспечение**

Microsoft Office (Word, Excel),

#### **9.3. Информационные справочные системы**

<b>№№</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.book.ru">http://www.book.ru</a> 100% доступ
6.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
7.	База данных	Библиографическая и реферативная	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a>

	международного индекса научного цитирования – Scopus:	информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	<a href="http://webofknowledge.com">http://webofknowledge.com</a> ; Доступ с любого компьютера в сети Университета.
9	Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина	Общегосударственное электронное хранилище цифровых копий важнейших документов по истории, теории и практике российской государственности, русскому языку, а также мультимедийных образовательных, научно-образовательных, культурно-просветительских и информационно-аналитических ресурсов.	<a href="https://www.prlib.ru/">https://www.prlib.ru/</a> Доступ в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета.
10	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	<a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a> доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
11.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	<a href="http://eduvideo.online">http://eduvideo.online</a> 100% доступ

### **10. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Для изучения дисциплины (модуля) «Управление товарными категориями» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата) используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Помещения для самостоятельной работы обучающихся:** оснащены рабочим местом в компьютерном классе с выходом в сеть Интернет.

### **11. Образовательные технологии**

При реализации дисциплины (модуля) «Управление товарными категориями» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) «Управление товарными категориями» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме *деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций* в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) «Управление товарными категориями» предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины (модуля) «Управление товарными категориями» предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) **«Управление товарными категориями»** предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

### Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 января 2016 года №7	Протокол заседания Ученого совета № 13 от «02» июля 2020 года	01.09.20
2			
3			
4			



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

«УТВЕРЖДАЮ»

Д.о. декана факультета управления



 Д.К. Танатова

«2» июля 2020 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### МАРКЕТИНГ БАЗ ДАННЫХ

Наименование образовательной программы  
**МЕНЕДЖМЕНТ**

Направление подготовки:  
**38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

Направленность: Управление маркетингом

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -  
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

Уровень профессионального образования

Высшее образование – бакалавриат

Форма обучения  
**Очная**

Москва 2020



Рабочая программа дисциплины «Маркетинг баз данных» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (бакалавриат), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.01.2016 № 7, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования «Менеджмент».

Рабочая программа дисциплины разработана рабочей группой в составе: к.э.н., доцентом Ветровой Е.А.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы к.с.н., доцент

---

(подпись)


Т.А. ЕВСТРАТОВА

Рабочая программа дисциплины обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления

Протокол №13 от «2» июля 2020 г.

И.О. декана факультета

Доктор социологических наук,  
профессор


---

(подпись)

Д.К. Танатова

Рабочая программа дисциплины рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

Акционерное общество «АНКОР»  
Заместитель генерального директора


  

---

(подпись)

Т. БАСКИНА

Закрытое акционерное общество  
«ЭКОПСИ Консалтинг»,  
Директор проектов

---

(подпись)

С.В. БАРАНОВ

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового  
университета при Правительстве РФ

---

(подпись)

И.Ю. БЕЛЯЕВА

Д.с.н., профессор  
Профессор кафедры  
менеджмента и административного  
управления

---

(подпись)

О.А. УРЖА

Согласовано  
Научная библиотека, директор

---

(подпись)

И.Г. МАЛ'ЯР

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	4
1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.....	4
2. Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося.....	7
3. Содержание дисциплины.....	8
3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения.....	8
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	9
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	20
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	20
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	20
5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	23
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	25
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	27
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля).....	27
6.1. Основная литература.....	27
7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	28
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	30
9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	31
9.1. Информационные технологии.....	31
9.2. Программное обеспечение.....	31
9.3. Информационные справочные системы.....	31
11. Образовательные технологии.....	33
Лист регистрации изменений.....	34

## **1. Общие положения**

### ***1.1. Цель и задачи дисциплины***

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о воздействии макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; рыночных и специфических рисках, а также поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли; базах данных по различным показателям и формировании информационного обеспечения участников организационных проектов; системе сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления).

#### Задачи дисциплины:

1. научить оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;

2. освоить навыки анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов;

3. организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления).

### ***1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы***

Дисциплина «Маркетинг баз данных» реализуется в вариативной части основной профессиональной образовательной программы «Менеджмент» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (бакалавриат) очной формы обучения.

Изучение дисциплины «Маркетинг баз данных» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Исследование систем управления», «Проектный менеджмент», «Основы менеджмента».

Изучение дисциплины «Маркетинг баз данных» является базовым для последующего освоения программного материала дисциплин: «Управление продажами», «Маркетинговые коммуникации», «Продукт-менеджмент».

### ***1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы***

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и

поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12) в соответствии с основной профессиональной образовательной программой основной профессиональной образовательной программы «Менеджмент» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (бакалавриат)

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
ПК-9	способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	Знать: воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли
		Уметь: оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли
		Владеть: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать

		рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли
ПК-11	владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	Знать: анализ информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов
		Уметь: анализировать информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов
		Владеть: навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов
ПК-12	умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия,	Знать: способы организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

	органа государственного или муниципального управления)	Уметь: организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)
		Владеть: умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

**2. Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

Очная форма

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		6			
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>60</b>	<b>60</b>			
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем:					
Учебные занятия лекционного типа	24	24			
Учебные занятия семинарского типа	36	36			
Лабораторные занятия					
<b>ИКР</b>	<b>48</b>	<b>48</b>			
<b>Самостоятельная работа обучающихся*, всего</b>	<b>72</b>	<b>72</b>			
В том числе:					
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	30	30			
Выполнение практических заданий	30	30			
Рубежный текущий контроль	12	12			
<b>Вид промежуточной аттестации, контроль (час)</b>	<b>Экзамен (36)</b>	<b>Экзамен (36)</b>			
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины, з.е.</b>	<b>6</b>	<b>6</b>			

### 3. Содержание дисциплины

#### 3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Объем учебных занятий составляет 216 часов.

Объем самостоятельной работы – 72 часов.

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация	Контактная работа обучающихся с преподавателем				
			Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
<b>Раздел 1 Формирование и использование баз данных</b>	36	18	18	4	6	0	8
Тема 1.1 Управление маркетинговыми мероприятиями	18	9	9	2	3	0	4
Тема 1.2 Использование баз данных	18	9	9	2	3	0	4
<b>Раздел 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании</b>	36	18	18	4	6	0	8
Тема 2.1 Сущность директ - маркетинга	18	9	9	2	3	0	4
Тема 2.2 Директ – маркетинговая компания	18	9	9	2	3	0	4
<b>Раздел 3. Формирование предложения и стимулирование отклика</b>	36	18	18	4	6	0	8
Тема 3.1 Факторы влияющие на формирование предложения	18	9	9	2	3	0	4
Тема 3.2 Продвижение предложения и стимулирование отклика	18	9	9	2	3	0	4
<b>Раздел 4. Основные каналы директ-маркетинга</b>	36	18	18	4	6	0	8
Тема 4.1 Каналы директ-маркетинга	18	9	9	2	3	0	4
Тема 4.2 Особенности каналов директ- маркетинга	18	9	9	2	3	0	4
<b>Раздел 5. Технология работы с негативными откликами на директ-маркетинг</b>	36	18	18	4	6	0	8

Тема 5.1 Алгоритм поступления и обработки негативного отклика	18	9	9	2	3	0	4
Тема 5.2 Организация работы колл – центров	18	9	9	2	3	0	4
<b>Раздел 6 Управление отношениями с клиентами</b>	<b>36</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>8</b>
Тема 6.1 Применение систем управления отношениями с клиентами	18	9	9	2	3	0	4
Тема 6.2 Инструменты управления отношениями с клиентами в маркетинге	18	9	9	2	3	0	4
<b>Общий объем, часов</b>	<b>216</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>24</b>	<b>36</b>	<b>0</b>	<b>48</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>экзамен</b>						

#### 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

##### 4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

###### *Очная форма обучения*

Раздел, тема	Всего СРС + контроль	Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль						Контроль (промежут. аттестация), час
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля	
<b>Раздел 1 Формирование и использование баз данных</b>	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
<b>Раздел 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании</b>	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6



<b>Раздел 3. Формирование предложения и стимулирование отклика</b>	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
<b>Раздел 4. Основные каналы директ-маркетинга</b>	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
<b>Раздел 5. Технология работы с негативными откликами на директ-маркетинг</b>	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
<b>Раздел 6 Управление отношениями с клиентами</b>	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
<b>Общий объем, часов</b>	<b>108</b>	<b>30</b>		<b>30</b>		<b>12</b>		<b>36</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Экзамен</b>							

#### 4.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

##### Раздел 1 Формирование и использование баз данных

##### Тема 1.1 Управление маркетинговыми мероприятиями

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

##### **Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:**

Понятие «база данных», значение. Управление маркетинговыми мероприятиями. Источники информации. Аренда адресов. Маркетинг с использованием баз данных и отношения с клиентом. Хранилище и разработка данных в системе управления маркетинга баз данных. Использование баз данных. Использование метода Дейта майнинг для принятия решений: кластерный анализ, диаграмма «Ромашка», анализ потребительской корзины, нейронный сети. ABC – анализ. RFVR и FRAT методы анализа информации.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Хранилище и разработка данных в системе управления маркетинга баз данных.
2. Использование баз данных.
3. Использование метода Дейта майнинг для принятия решений: кластерный анализ, диаграмма «Ромашка», анализ потребительской корзины, нейронный сети.
4. ABC – анализ.
5. RFVR и FRAT методы анализа информации.

### **Тема 1.2 Использование баз данных**

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

#### **Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:**

Балльная система динамичной оценки клиентов. Длительная стоимость клиента. Клиентские портфолио. Оценка клиента. Отбор. Сегментация. Изучение рынка. Привлечение новых клиентов. Отбор неактивных клиентов. Отбор клиентов, не приносящих доход. Базы данных и вопросы защиты частной информации. Типы списков рассылки. Принципы отбора списков.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Базы данных и вопросы защиты частной информации.
2. Типы списков рассылки.
3. Принципы отбора списков.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ Раздел 1 Формирование и использование баз данных**

#### **Форма практического задания: реферат.**

Примерный перечень тем рефератов:

1. Понятие «база данных», значение.
2. Управление маркетинговыми мероприятиями.
3. Источники информации.
4. Аренда адресов.
5. Маркетинг с использованием баз данных и отношения с клиентом.
6. Хранилище и разработка данных в системе управления маркетинга баз данных.
7. Использование баз данных.
8. Использование метода Дейта майнинг для принятия решений: кластерный анализ, диаграмма «Ромашка», анализ потребительской корзины, нейронный сети.
9. ABC – анализ. RFVR и FRAT методы анализа информации.
10. Балльная система динамичной оценки клиентов.
11. Длительная стоимость клиента.
12. Клиентские портфолио.
13. Оценка клиента. Отбор.
14. Сегментация. Изучение рынка.
15. Привлечение новых клиентов.
16. Отбор неактивных клиентов.
17. Отбор клиентов, не приносящих доход.

18. Базы данных и вопросы защиты частной информации.

19. Типы списков рассылки. Принципы отбора списков.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.**

## **Раздел 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании**

### **Тема 2.1 Сущность директ - маркетинга**

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

#### **Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:**

Понятие и сущность прямого маркетинга. Факторы, обуславливающие рост директ–маркетинга. Сравнительная характеристика директ – маркетинга и массового маркетинга. Преимущества прямого маркетинга: целевой отбор аудитории, ориентация на клиента, географическая избирательность, высокая степень эффективности, контроль, гибкость. Задачи директ – маркетинга. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду. Развитие прямого маркетинга.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Преимущества прямого маркетинга: целевой отбор аудитории, ориентация на клиента, географическая избирательность, высокая степень эффективности, контроль, гибкость.
2. Задачи директ – маркетинга.
3. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду.
4. Развитие прямого маркетинга.

### **Тема 2.2 Директ – маркетинговая компания**

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

#### **Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:**

Понятие директ – маркетинговой компании. Одноступенчатые и многоступенчатые директ – маркетинговые компании. Условия их использования. Факторы, влияющие на продолжительность директ – маркетинговой компании. Планирование целей директ –

маркетинговой компании. Выбор каналов отклика. Составление программы контактов с клиентами. Планирование количества откликов.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Планирование целей директ – маркетинговой компании.
2. Выбор каналов отклика.
3. Составление программы контактов с клиентами. Планирование количества откликов.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании**

**Форма практического задания:** реферат.

Примерный перечень тем рефератов:

1. Понятие и сущность прямого маркетинга. Тенденции развития прямого маркетинга.
2. Преимущества прямого маркетинга. Сравнительная характеристика директ – маркетинга и массового маркетинга.
3. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду.
4. Цели и задачи прямого маркетинга.
5. Создание потребительской лояльности с помощью инструментов директ – маркетинга.
6. Понятие «база данных», значение. Источники информации для формирования баз данных.
7. Оценка клиента с помощью баз данных. Измерение ценности потребителя: совокупная ценность клиента, давность и частотность покупок, денежная стоимость покупок.
8. Сегментация и изучение рынка с помощью баз данных.
9. Аренда адресов рассылки: преимущества и недостатки.
10. Методы анализа клиентов.
11. Понятие директ – маркетинговой компании.
12. Одноступенчатые и многоступенчатые директ – маркетинговые компании. Условия их использования.
13. Факторы, влияющие на продолжительность директ – маркетинговой компании.
14. Планирование целей директ – маркетинговой компании.
15. Выбор каналов отклика.
16. Составление программы контактов с клиентами. Планирование количества откликов.
17. Сравнительная характеристика директ – маркетинга и массового маркетинга.
18. Преимущества прямого маркетинга: целевой отбор аудитории, ориентация на клиента, географическая избирательность, высокая степень эффективности, контроль, гибкость.
19. Задачи директ – маркетинга.
20. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду.
21. Развитие прямого маркетинга.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.**

**Раздел 3. Формирование предложения и стимулирование отклика**

**Тема 3.1 Факторы влияющие на формирование предложения**

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на

основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

**Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:**

Факторы влияющие на формирование предложения: цена, перевозка и доставка, единица продажи, дополнительные преимущества, обязательство на будущую покупку, возможность покупки в кредит, стимулы, временные ограничения, количественные ограничения, гарантии. Разработка уникальных предложений.

**Вопросы для самоподготовки:**

Разработка уникальных предложений.

**Тема 3.2 Продвижение предложения и стимулирование отклика**

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

**Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:**

Продвижение предложения: предложение бесплатных подарков, предложение типа «приведи друга». Предложения: краткосрочный и долговременный эффект. Стимулирование отклика: условия оплаты, розыгрыш ценных призов, отклик по бесплатной телефонной линии, «письмо от издателя», гарантия. Средства ответа: открытки для ответа, бланки заказов с обратным конвертом. Правила разработки и выбора средств для ответа. Алгоритм поступления и обработки отклика.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Средства ответа: открытки для ответа, бланки заказов с обратным конвертом.
2. Правила разработки и выбора средств для ответа.
3. Алгоритм поступления и обработки отклика.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3. Формирование предложения и стимулирование отклика**

**Форма практического задания:** реферат.

**Примерный перечень тем рефератов:**

1. Факторы влияющие на формирование предложения: цена, перевозка и доставка, единица продажи, дополнительные преимущества, обязательство на будущую покупку, возможность покупки в кредит, стимулы, временные ограничения, количественные ограничения, гарантии.
2. Разработка уникальных предложений.

3. Продвижение предложения: предложение бесплатных подарков, предложение типа «приведи друга».
4. Предложения: краткосрочный и долгосрочный эффект.
5. Стимулирование отклика: условия оплаты, розыгрыш ценных призов, отклик по бесплатной телефонной линии, «письмо от издателя», гарантия.
6. Средства ответа: открытки для ответа, бланки заказов с обратным конвертом.
7. Правила разработки и выбора средств для ответа.
8. Алгоритм поступления и обработки отклика.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.**

#### **Раздел 4. Основные каналы директ- маркетинга**

##### **Тема 4.1 Каналы директ- маркетинга**

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

##### **Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:**

Понятие и преимущества прямого почтового маркетинга. Обеспечение эффективной работы прямой почтовой рассылки: стадия планирования, стадия дизайна, стадия производства. Расходы, задействованные в прямой почтовой рассылке. Виды прямой почтовой рассылки: сплошная, выборочная, совместная. Понятие и преимущества совместной почтовой рассылки. Каналы распространения: вкладки в упаковках с уже купленным товаром, газетные рекламные вкладки, совместные рассылки по e – mail. Привлечение клиентов. Обеспечение эффективной работы почтовой рассылки в нагрузку. Механизмы измерения ключевых показателей производительности. Понятие и преимущества сплошной рассылки. Каналы распространения. Обеспечение эффективной работы сплошной рассылки. Механизмы измерения ключевых показателей производительности. Создание директ – мейл пакетов: формы и оформление рекламного письма, использование метода диалога, кривой чтения, персонификации. Оформление конверта. Дополнительные элементы директ-мейл пакетов. Понятие и преимущества маркетинга по каталогу. Обеспечение эффективной работы каталога. Позиционирование каталога. Прием и исполнение заказов по каталогу. Интернет и торговля по каталогу. Виды расходов на производство каталога. Механизмы измерения ключевых показателей производительности. Понятие и преимущества телемаркетинга. Сферы применения телесервиса. Обеспечение эффективной работы телемаркетинга. Виды телемаркетинга. Входящий телесервис. Исходящий телесервис. Затраты на телемаркетинг. Механизмы измерения ключевых показателей производительности. Понятие и преимущества рекламы, предполагающей прямой ответ. Виды рекламы, предполагающей прямой ответ заказчиком. Журналы: отрывные вкладыши, каточки бинго, отклик на журнальную рекламу, выбор сроков и частотность, определение размера рекламного макета, месторасположение. Газеты: газетные вкладки, специальные газетные приложения, информационно – рекламные обозрения, комиксы – как директ – маркетинговый канал, разработка программы тестирования газет, месторасположение, цветная и черно – белая реклама. Телевидение:

информационная реклама, рейтинги, продолжительность рекламного ролика, охват и частота, время, телевизионные графики, преимущества и недостатки разных видов телекомпаний и телеканалов, креатив. Радио: особенности использования, рейтинги, охват и частота, продолжительность рекламного отклика, креатив. Понятие личной продажи.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Журналы: отрывные вкладыши, каточки бинго, отклик на журнальную рекламу, выбор сроков и частотность, определение размера рекламного макета, месторасположение.
2. Газеты: газетные вкладыши, специальные газетные приложения, информационно – рекламные обзоры, комиксы – как директ –маркетинговый канал, разработка программы тестирования газет, месторасположение, цветная и черно – белая реклама.
3. Телевидение: информационная реклама, рейтинги, продолжительность рекламного ролика, охват и частота, время, телевизионные графики, преимущества и недостатки разных видов телекомпаний и телеканалов, креатив.
4. Радио: особенности использования, рейтинги, охват и частота, продолжительность рекламного отклика, креатив. Понятие личной продажи.

**Тема 4.2 Особенности каналов директ- маркетинга**

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

**Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:**

Факторы, влияющие на успешность личной продажи. Этапы личной продажи: идеология, поиск клиентов, выбор стратегии, «холодные контакты», начало личного контакта, предварительное предложение, ориентация в клиенте, основное предложение, преодоление возражений, завершение сделки, стимулирование сбыта. Преимущества и недостатки личной продажи. Понятие и обеспечение эффективной работы текстовых сообщений. Использование Интернета в директ-маркетинге. Области применения Интернета. Онлайн-бизнес модели. Преимущества и недостатки использования Интернета. Электронные коммуникации. Рекламные баннеры и реклама с обратной связью. Использование электронной почты в рамках директ-маркетинга в Интернете.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Использование Интернета в директ-маркетинге.
2. Области применения Интернета.
3. Онлайн-бизнес модели.
4. Преимущества и недостатки использования Интернета
5. Электронные коммуникации.
6. Рекламные баннеры и реклама с обратной связью.
7. Использование электронной почты в рамках директ-маркетинга в Интернете.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4. Основные каналы директ-маркетинга**

**Форма практического задания:** реферат

Темы рефератов:

1. Понятие и преимущества прямого почтового маркетинга.
2. Обеспечение эффективной работы прямой почтовой рассылки: стадия планирования, стадия дизайна, стадия производства.
3. Расходы, задействованные в прямой почтовой рассылке.
4. Виды прямой почтовой рассылки: сплошная, выборочная, совместная. Понятие и преимущества совместной почтовой рассылки.
5. Каналы распространения: вкладки в упаковках с уже купленным товаром, газетные рекламные вкладки, совместные рассылки по e – mail.
6. Привлечение клиентов.
7. Обеспечение эффективной работы почтовой рассылки в нагрузку. Механизмы измерения ключевых показателей производительности.
8. Понятие и преимущества сплошной рассылки.
9. Каналы распространения.
10. Обеспечение эффективной работы сплошной рассылки.
11. Механизмы измерения ключевых показателей производительности.
12. Создание директ – мейл пакетов: формы и оформление рекламного письма, использование метода диалога, кривой чтения, персонификации.
13. Оформление конверта.
14. Дополнительные элементы директ-мейл пакетов.
15. Понятие и преимущества маркетинга по каталогу.
16. Обеспечение эффективной работы каталога.
17. Позиционирование каталога.
18. Прием и исполнение заказов по каталогу.
19. Интернет и торговля по каталогу.
20. Виды расходов на производство каталога.
21. Механизмы измерения ключевых показателей производительности.
22. Понятие и преимущества телемаркетинга.
23. Сферы применения телесервиса.
24. Обеспечение эффективной работы телемаркетинга.
25. Виды телемаркетинга.
26. Входящий телесервис.
27. Исходящий телесервис.
28. Затраты на телемаркетинг.
29. Механизмы измерения ключевых показателей производительности.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.**

**Раздел 5. Технология работы с негативными откликами на директ- маркетинг**

**Тема 5.1 Алгоритм поступления и обработки негативного отклика**

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)



### **Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:**

Причины негативной реакции. Скрытый и открытый негатив. Предупреждающие негативный отклик мероприятия. Алгоритм поступления и обработки негативного отклика.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Предупреждающие негативный отклик мероприятия.
2. Алгоритм поступления и обработки негативного отклика.

### **Тема 5.2 Организация работы колл – центров**

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

### **Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:**

Понятие и значение для директ – маркетинга. Колл – центр как часть интегрированного маркетинга. Методы организации колл – центров. Обеспечение эффективной работы колл – центра. Установление ключевых показателей производительности. Механизмы измерения ключевых показателей производительности.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Установление ключевых показателей производительности.
2. Механизмы измерения ключевых показателей производительности.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 5. Технология работы с негативными откликами на директ- маркетинг**

#### **Форма практического задания: реферат**

#### **Темы рефератов:**

1. Обеспечение эффективной работы колл – центра.
2. Методы организации колл – центров.
3. Понятие и этапы планирования директ – маркетинговой кампании.
4. Одноступенчатые и многоступенчатые директ – маркетинговые кампании.
5. Причины негативного отклика на директ – маркетинг. Мероприятия по предупреждению
6. Алгоритм поступления и обработки негативных откликов.
7. Понятие и сферы использования текстовых сообщений.
8. Использование Интернета в директ - маркетинге.
9. Использование электронной почты в рамках директ – маркетинга в Интернете.

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

#### **Раздел 6 Управление отношениями с клиентами**

#### **Тема 6.1 Применение систем управления отношениями с клиентами**

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на

основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Понятие, значение и цели управления отношениями с клиентами. Причины развития управления отношениями с клиентами. Программы контактов с клиентами. Применение систем управления отношениями с клиентами. Выбор систем управления с клиентами.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Применение систем управления отношениями с клиентами.
2. Выбор систем управления с клиентами.

#### **Тема 6.2 Инструменты управления отношениями с клиентами в маркетинге**

**Цель:** способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12)

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Инструменты управления отношениями с клиентами в маркетинге. Компоненты систем управления отношениями с клиентами. Укрепление связей с клиентами. Принципы разработки стратегии связи с потребителями. Электронное управление отношениями с клиентами.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Принципы разработки стратегии связи с потребителями.
2. Электронное управление отношениями с клиентами.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 6**

#### **Форма практического задания: реферат.**

#### **Темы реферата:**

1. Понятие, значение и цели управления отношениями с клиентами.
2. Причины развития управления отношениями с клиентами.
3. Программы контактов с клиентами.
4. Применение систем управления отношениями с клиентами.
5. Выбор систем управления с клиентами.
6. Инструменты управления отношениями с клиентами в маркетинге.
7. Компоненты систем управления отношениями с клиентами.
8. Укрепление связей с клиентами.
9. Принципы разработки стратегии связи с потребителями.
10. Электронное управление отношениями с клиентами.
11. Создание потребительской лояльности.

## 12. Маркетинг взаимоотношений с потребителем.

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Оформление работ, выполняемых в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.

Конкретные практические задания и задания для рубежного контроля определяются в учебно-методических материалах по работе обучающихся в электронной информационно-образовательной среде РГСУ с применением технологий электронного обучения по данной дисциплине, утверждаемых ежегодно факультетом.

### **5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

#### **5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **экзамен** который проводится в **устной** форме.

#### **5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

<b>Код компетенции</b>	<b>Содержание компетенции (части компетенции)</b>	<b>Результаты обучения</b>	<b>Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы</b>
ПК-9	способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических	Знать: воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	Этап формирования знаний

	<p>основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p>Уметь: оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p>Этап формирования умений</p>
		<p>Владеть: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p>Этап формирования навыков и получения опыта</p>

ПК-11	<p>владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов</p>	<p>Знать: анализ информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов</p>	<p>Этап формирования знаний</p>
		<p>Уметь: анализировать информацию о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов</p>	<p>Этап формирования умений</p>
		<p>Владеть: навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов</p>	<p>Этап формирования навыков и получения опыта</p>
ПК-12	<p>умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами,</p>	<p>Знать: способы организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы</p>	<p>Этап формирования знаний</p>

	используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	
	государственного или муниципального управления)	Уметь: организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	Этап формирования умений
		Владеть: умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	Этап формирования навыков и получения опыта

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

<b>Код компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенций</b>	<b>Показатель оценивания компетенции</b>	<b>Критерии и шкалы оценивания</b>
------------------------	---------------------------------------	--	------------------------------------

<p><b>ПК-9; ПК-11; ПК-12</b></p>	<p>Этап формирования знаний.</p>	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.</p>
--------------------------------------	----------------------------------	--	---

<p><b>ПК-9; ПК-11; ПК-12</b></p>	<p>Этап формирования умений.</p>	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией - 9-10 баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании -7-8 баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению 5-6 баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания - 0-4 баллов.</p>
<p><b>ПК-9; ПК-11; ПК-12</b></p>	<p>Этап формирования навыков и получения опыта.</p>	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению 5-6 баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания - 0-4 баллов.</p>

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



**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Теоретический блок вопросов:

22. Понятие и сущность прямого маркетинга. Тенденции развития прямого маркетинга.
23. Преимущества прямого маркетинга. Сравнительная характеристика директ – маркетинга и массового маркетинга.
24. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду.
25. Цели и задачи прямого маркетинга.
26. Создание потребительской лояльности с помощью инструментов директ – маркетинга.
27. Понятие «база данных», значение. Источники информации для формирования баз данных.
28. Оценка клиента с помощью баз данных. Измерение ценности потребителя: совокупная ценность клиента, давность и частотность покупок, денежная стоимость покупок.
29. Сегментация и изучение рынка с помощью баз данных.
30. Аренда адресов рассылки: преимущества и недостатки.
31. Методы анализа клиентов.
32. RFVR и FRAT методы анализа информации.
33. Типы списков рассылки. Принципы отбора списков рассылки.
34. Факторы, влияющие на формирование предложения. Разработка уникальных предложений.
35. Выбор каналов отклика. Стимулирование отклика.
36. Личная продажа как канал директ – маркетинга.
37. Понятие и преимущества выборочного прямого почтового маркетинга. Обеспечение эффективной работы выборочной прямой почтовой рассылки.
38. Принципы создания директ – мейл – пакетов.
39. Расходы, задействованные в прямой почтовой рассылке.
40. Совместная рассылка как канал директ – маркетинга. Обеспечение эффективной работы совместной почтовой рассылки.
41. Сплошная рассылка как канал директ – маркетинга. Понятие и преимущества сплошной рассылки
42. Каталог как канал директ – маркетинга. Понятие и преимущества маркетинга по каталогу. Прием и исполнение заказов по каталогу.
43. Понятие и преимущества телемаркетинга. Сферы применения телемаркетинга.
44. Виды телемаркетинга. Обеспечение эффективной работы телемаркетинга.
45. Понятие и преимущества рекламы, предполагающей прямой ответ.
46. Использование журналов в директ – маркетинге.
47. Использование газет в директ – маркетинге.
48. Радио как канал директ – маркетинге.
49. Обеспечение эффективной работы колл – центра.
50. Методы организации колл – центров.
51. Понятие и этапы планирования директ – маркетинговой кампании.
52. Одноступенчатые и многоступенчатые директ – маркетинговые кампании.
53. Причины негативного отклика на директ – маркетинг. Мероприятия по предупреждению
54. Алгоритм поступления и обработки негативных откликов.
55. Понятие и сферы использования текстовых сообщений.
56. Использование Интернета в директ - маркетинге.

57. Использование электронной почты в рамках директ – маркетинга в Интернете.
58. Понятие, значение и цели управления отношениями с клиентами.
59. Программы контактов с клиентами.
60. Инструменты управления отношениями с клиентами в директ - маркетинге.
61. Методы укрепления связей с клиентами. Принципы разработки стратегии связи с потребителями.

#### Аналитическое задание

1. Внедрение новых методов сбора и анализа данных.
2. САТІ (устройство для компьютеризированных телефонных опросов).
3. САРІ (устройство для компьютеризированных личных интервью).
4. Реoplemeters (устройство для оценки популярности различных телевизионных передач).
5. Формирование новых подходов к анализу рынка с помощью микромаркетинга и маркетинга баз данных.
6. Применение нововведений в области имеющихся маркетинговых данных, связанных с концепцией управления знаниями.
7. Информационные системы, обеспечивающие эффективную ориентацию на рынок - CRM (customer relationship management - управление взаимоотношениями с клиентами).

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

## **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)**

### ***6.1. Основная литература***

1. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 393 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00765-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450081>
2. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 342 с. — (Бакалавр.

Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2903-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425844>

3. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450531>

## 6.2. Дополнительная литература

1. Лифиц, И. М. Товарный менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 405 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3959-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466184>

2. Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12663-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448248>

## 7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Диссертационный зал Российской государственной библиотеки	В настоящее время Электронная библиотека диссертаций РГБ содержит более 620 000 полных текстов диссертаций и авторефератов	<a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a> Доступ по регистрации в читальном зале Университета.
Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ
Научное наследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ

Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	<a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ
Библиотека юридической литературы	Электронная библиотека открытого доступа (монографии, диссертации, книги, статьи, новости и аналитика, конспекты лекций, рефераты, учебники).	<a href="http://pravo.eup.ru/">http://pravo.eup.ru/</a> 100% доступ

### 7.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Диссертационный зал Российской государственной библиотеки	<a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a> Доступ по регистрации в читальном зале Университета.
Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ
Научное наследие России	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ

Cyberleninka	<a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ
Библиотека юридической литературы	<a href="http://pravo.eup.ru/">http://pravo.eup.ru/</a> 100% доступ
Консультант плюс	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>

## 8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины «*Маркетинг баз данных*» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

– консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач;

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

### ***9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине***

#### ***9.1. Информационные технологии***

1. Персональный компьютер.
2. Сотовый телефон.
3. Проектор.

#### ***9.2. Программное обеспечение***

Microsoft Office (Word, Excel),

#### ***9.3. Информационные справочные системы***

<b>№№</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов

			5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.book.ru">http://www.book.ru</a> 100% доступ
6.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
7.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	<a href="http://webofknowledge.com;">http://webofknowledge.com;</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
9	Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина	Общегосударственное электронное хранилище цифровых копий важнейших документов по истории, теории и практике российской государственности, русскому языку, а также мультимедийных образовательных, научно-образовательных, культурно-просветительских и информационно-аналитических ресурсов.	<a href="https://www.prlib.ru/">https://www.prlib.ru/</a> Доступ в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета.
10	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	<a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a> доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
11.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	<a href="http://eduvideo.online">http://eduvideo.online</a> 100% доступ

### **10. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Для изучения дисциплины (модуля) «Маркетинг баз данных» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата) используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Помещения для самостоятельной работы обучающихся:** оснащены рабочим местом в компьютерном классе с выходом в сеть Интернет.

## **11. Образовательные технологии**

При реализации дисциплины (модуля) «**Маркетинг баз данных**» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) «**Маркетинг баз данных**» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме *деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций* в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) «**Маркетинг баз данных**» предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины (модуля) «**Маркетинг баз данных**» предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) «**Маркетинг баз данных**» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.



### Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 января 2016 года №7	Протокол заседания Ученого совета № 13 от «02» июля 2020 года	01.09.20
2			
3			
4			



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Российский государственный социальный университет»

«УТВЕРЖДАЮ»



И.о. декана факультета управления

 Д.К. Танатова

«2» июля 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ**

**Наименование образовательной программы  
Менеджмент**

**Направление подготовки  
38.03.02 - Менеджмент**

**Направленность программы:  
Управление маркетингом**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -  
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Уровень профессионального образования  
Высшее образование – бакалавриат**

**Форма обучения  
Очная**

Москва 2020

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Управление проектами в социальной сфере» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.01.2016 № 7, учебного плана по основной профессиональная образовательная программа высшего образования.

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана  
Кандидатом социологических наук, доцентом Медведевой Н.В.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы к.с.н., доцент



Т.А. ЕВСТРАТОВА

(подпись)

Рабочая программа дисциплины обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления

Протокол №13 от «2» июля 2020 г.

И.О. декана факультета

Доктор социологических наук,  
профессор



Д.К. Танатова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

Акционерное общество «АНКОР»  
Заместитель генерального директора



Т. БАСКИНА

(подпись)

Закрытое акционерное общество  
«ЭКОПСИ Консалтинг»,  
Директор проектов



С.В. БАРАНОВ

(подпись)

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового  
университета при Правительстве РФ



И.Ю. БЕЛЯЕВА

(подпись)

Д.с.н., профессор  
Профессор кафедры  
менеджмента и административного  
управления



О.А. УРЖА

(подпись)

Согласовано  
Научная библиотека, директор



И.Г. МАЛ'ЯР

(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ:

1. Общие положения .....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля). .....	4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы .....	4
2. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося .....	6
3. Содержание дисциплины (модуля) .....	7
3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения.....	7
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) .....	7
4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) .....	7
4.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	8
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) .....	12
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю). .....	12
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	12
5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания. ....	14
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	15
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций .....	16
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля).....	17
6.1. Основная литература. ....	17
6.2. Дополнительная литература: .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	17
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) .....	19
9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) .....	20
9.1. Информационные технологии .....	20
9.2. Программное обеспечение (при необходимости) .....	20
9.3. Информационные справочные системы (при необходимости) .....	20
10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	21
11. Образовательные технологии .....	22
Лист регистрации изменений .....	23

## **1. Общие положения**

### ***1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля).***

Цель дисциплины (модуля) заключается в формировании знаний в области управления проектами в социальной сфере, овладении способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия; способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений; способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений, навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.

#### Задачи дисциплины (модуля):

В результате изучения курса выпускник должен решать следующие профессиональные задачи:

- владеть способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия,
- владеть способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений,
- владеть способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений,
- владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.

### ***1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.***

Дисциплина (модуль) «Управление проектами в социальной сфере» реализуется в вариативной части основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент (уровень бакалавриата) очной формы обучения.

Изучение дисциплины (модуля) «Управление проектами в социальной сфере» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин (модулей): «Планирование и прогнозирование бизнес-процессов для устойчивого развития», «Правовые основы экономико-управленческой деятельности», «Исследование систем управления».

Изучение дисциплины (модуля) «Управление проектами в социальной сфере» является базовым для дисциплин «Управление ресурсным обеспечением деятельности государственных органов», «Инновационный менеджмент».

### ***1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.***

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять

мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3)

способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5)

способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6)

владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8)

в соответствии с основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент (бакалавр).

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код Компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
ОПК-3	способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия	Знать: понятийный аппарат теории проектной деятельности, основы разработки стратегий управления человеческими ресурсами организаций
		Уметь: проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций
		Владеть: навыками планирования и осуществления мероприятий, распределения и делегирования полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия
ПК-5	способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	Знать: особенности подготовки и принятия управленческих решений в социальной сфере
		Уметь: анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений
		Владеть: навыками оценки результатов и последствий принятого управленческого решения
ПК-6	способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Знать: основы социальной инноватики
		Уметь: участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых

		инноваций или программой организационных изменений
		Владеть: методами управления проектами и программами
ПК-8	владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Знать: основы документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций
		Уметь: внедрять технологические, продуктовые инновации или организационные изменения
		Владеть: навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

**2. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося**

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единицы.

Очная форма

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		6				
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>36</b>	<b>36</b>				
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем	<b>16</b>	<b>16</b>				
Учебные занятия лекционного типа	<b>8</b>	<b>8</b>				
Учебные занятия семинарского типа	<b>12</b>	<b>12</b>				
Лабораторные занятия						
<b>Самостоятельная работа обучающихся*, всего</b>	<b>36</b>	<b>36</b>				
В том числе:						
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	12	12				
Выполнение практических заданий	20	20				
Рубежный текущий контроль	4	4				
<b>Вид промежуточной аттестации, контроль (час)</b>	<b>зачет</b>	<b>зачет</b>				
<b>Общая трудоемкость дисциплины (модуля), з.е.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>				

### 3. Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Объем учебных занятий составляет 36 часов.

Объем самостоятельной работы – 36 часов.

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация	Контактная работа обучающихся с преподавателем				
			Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС
<b>Раздел 1. Теоретико-методологические основы управления проектами в социальной сфере</b>	<b>36</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>4</b>	<b>6</b>		<b>8</b>
Тема 1.2. Сущность и содержание управления проектами в социальной сфере	12	7	5	1	2		2
Тема 1.2. Методологический комплекс проектирования	12	7	5	1	2		2
Тема 1.3. Современные методы управления проектами. Agile. Scrum. Smart. Six Sigma.	12	4	8	2	2		4
<b>Раздел 2. Технология разработки и оценка эффективности проекта социальной сферы</b>	<b>36</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>4</b>	<b>6</b>		<b>8</b>
Тема 2.1. Технология разработки социального проекта	12	6	6	2	2		2
Тема 2.2 Стратегия и механизмы реализации проекта	12	5	7	1	2		4
Тема 2.3. Оценка эффективности и результативности проекта	12	7	5	1	2		2
<b>Контроль промежуточной аттестации (час)</b>	Зачет						
<b>Общий объем, часов</b>	72	36	36	8	12		16

#### 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

##### 4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

##### Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль
--------------	--



	Всего СРС + контроль	Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут.
<b>Модуль 1 (семестр 6)</b>								
<b>Раздел 1. Теоретико-методологические основы управления проектами в социальной сфере</b>	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	Реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	
<b>Раздел 2. Технология разработки и оценка эффективности проекта социальной сфере</b>	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	
<b>Общий объем, часов</b>	<b>36</b>	<b>12</b>		<b>20</b>		<b>4</b>		<b>0</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>							

#### 4.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

##### Раздел 1. Теоретико-методологические основы управления проектами в социальной сфере

##### Тема 1.2. Сущность и содержание управления проектами в социальной сфере

**Цель:** освоение теоретических основ и основных понятий социального проектирования для формирования способности проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3).

##### Перечень изучаемых элементов содержания

Исторические аспекты формирования проектирования. Роль проектирования в цикле управления. Сущность и содержание основных понятий курса. Объект и субъект проектирования. Принципы управления проектами. Особенности управления проектами в социальной сфере.

Применение механизмов интуиции и творчества в процессе проектирования. Взаимообусловленность ментальных парадигм и исследовательских методов в процессе проектирования. Концепция организационного развития как одна из методологических основ процесса проектирования в социальной сфере

##### Вопросы для самоподготовки:

1. Принципы и функции проектирования в социальной сфере
2. Отличительные особенности социального проектирования
3. Классификация объектов социального проектирования
4. Предметно-научные категории социального конструирования
5. Виды мышления.
6. Алгоритм «закладки» программы для подсознательного мозга (по методике К. Мюллера)

### **Тема 1.2. Методологический комплекс проектирования**

**Цель:** освоить современные подходы в проектной деятельности; создать теоретико-практические и педагогические условия для формирования и развития способности анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5); участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6).

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Основные предпосылки развития проектирования. Социальная инженерия и социальная утопия как концепции проектирования. Научные подходы к проблеме (объектно-ориентированный, проблемно-ориентированный, субъектно-ориентированный). Сущность классификации подходов с точки зрения их субъектно-объектной принадлежности. Новейшие подходы к социальному проектированию: краткая характеристика.

Системный подход. Свойства проекта как системы. Принципы системного подхода. Внешняя среда системы. Обратная связь. Модель механизма управления для самоорганизующихся систем. Характерные признаки системного анализа в проекте.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Социальная инженерия и социальная утопия как концепции соц. проектирования объектно-ориентированный подход
2. Проблемно-ориентированный подход
3. Субъектно-ориентированный подход
4. Системный подход – это направление методологии специально научного познания и социальной практики
5. Целостность как свойство проекта
6. Структурность как свойство проекта
7. Иерархичность как свойство проекта
8. Рассмотрение системы с позиции «черного ящика»

### **Тема 1.3. Современные методы управления проектами. Agile. Scrum. Smart. Six Sigma.**

**Цель:** создать теоретико-практические и педагогические условия для формирования и развития способности проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3), навыков документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8).

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Особенности управление социальными проектами. Управление содержанием проекта. Управление бюджетом проекта. Управление рисками. Управление ресурсами. Управление качеством. Управление коммуникациями. Современные методы управления проектами. Agile. Scrum. Smart. Six Sigma.

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Управление проектами: отечественный опыт
2. Управление проектами: зарубежный опыт
3. Методы управления проектами в социальной сфере: виды и особенности

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.**

### **Форма практического задания: реферат**

#### **Примерные темы рефератов**

- 1) Современные концепции социально-проектной деятельности.
- 2) Понятие социального проекта.
- 3) Методы проектирования.
- 4) Социальная диагностика проекта.
- 5) Типы проектов по характеру проектируемых изменений, по направлениям деятельности; по особенностям финансирования; по масштабам; по срокам реализации.
- 6) Метод Agile: особенности применения в социальной сфере
- 7) Метод Scrum: особенности применения в социальной сфере
- 8) Метод Smart: особенности применения в социальной сфере.
- 9) Метод Six Sigma: особенности применения в социальной сфере

### **Форма практического задания: расчетное практическое задание**

#### **Пример расчетного практического задания 1**

Построение «дерева социальных проблем», подлежащих решению средствами социального управления (на примере одной из социальных проблем).

#### **Пример расчетного практического задания 2**

Анализ положения организации/целевой группы во внешней среде с точки зрения наличия партнеров и оппонентов.

Метод "Анализа значимого окружения" направлен на выявление наиболее значимых партнеров и оппонентов отдельного человека (социальной группы, организации, микросоциума) во внешней среде. Членам проектной группы предлагается осуществить следующие шаги: 1) на чистом листе бумаги нарисовать (изобразить схематически) все субъекты внешней среды, оказывающие положительное или негативное влияние; 2) выстроить их в "круги", "квадраты" разной величины, причем величина круга или квадрата зависит от важности и значимости субъекта для членов группы, в каждом круге или квадрате отметить значками плюс или минус, что означает качество воздействия на субъект.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

### **Пример тестового задания**

Проектирование – это

#### **Одиночный выбор**

- а) построение модели желаемого будущего при условии ориентации на реализацию проекта в материальных, технологических и организационных условиях;
- б) построение модели прошлого при условии ориентации на реализацию проекта;
- в) построение модели настоящего при условии ориентации на реализацию проекта;
- г) построение теории при условии ориентации на реализацию проекта.

## **Раздел 2. Технология разработки и оценка эффективности проекта социальной сфере**

### **Тема 2.1. Технология разработки социального проекта**

**Цель:** создать теоретико-практические и педагогические условия для формирования и развития способности проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и

осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3); участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6).

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Разработка концепции проекта. Этапы разработки проекта. Жизненный цикл проекта. Документационное оформление проекта. Алгоритм текста проекта.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Документационное оформление проекта.
2. Социологические опросы как метод обоснования социального проекта.
3. Методика текстового описания проекта
4. Нормативная база, информационное обеспечение
5. Паспорт и концепция проекта

### **Тема 2.2 Стратегия и механизмы реализации проекта**

**Цель:** создать теоретико-практические и педагогические условия для формирования и развития способности проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3); участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6).

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Правовое, ресурсное, кадровое, организационное сопровождение проекта. Финансовое обоснование проекта. Ожидаемые последствия реализации проекта

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Планирование и составление бюджета проекта.
2. Рабочий план-график реализации проекта
3. Бюджет проекта
4. Риски проекта

### **Раздел 2.3. Оценка эффективности проекта и его дальнейшее развитие**

**Цель:** создать теоретико-практические и педагогические условия для формирования и развития способности анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5), участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6).

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Основные показатели эффективности проекта. Финансовая (коммерческая) эффективность. Бюджетная эффективность. Народнохозяйственная экономическая эффективность. Управленческая эффективность. Стандарты и базовые характеристики оценки проекта.

Внутренняя экспертиза проекта. Принципы совместной оценки. Условия успешного применения интерактивной оценки. Модель совместной оценки.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Полезность оценки
2. Выполнимость оценки
3. Этичность и законность оценки
4. Точность и достоверность используемой информации
5. Преимущества методов совместной оценки проектов
6. Недостатки методов совместной оценки проектов

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

**Форма практического задания: расчетное практическое задание**

### Пример расчетного практического задания

Используя предложенный алгоритм текста проекта, разработайте собственный проект.

Аннотация: ясное и краткое описание всех разделов проекта.

• Описание организации: четкое представление делового уровня организации и ее организационной способности к осуществлению данного проекта.

• Постановка проблемы: определение проблемы или проблем, которые будут решаться в ходе реализации проекта.

• Цели и задачи проекта: определение целей деятельности и конкретных, измеряемых и достижимых задач.

• Стратегия и механизмы реализации проекта: перечень способов реализации проекта.

• Оценка результативности проекта: характеристика планируемых результатов и способ их оценки.

• Бюджет: смета расходов с обоснованными комментариями.

• Дальнейшее развитие проекта, перспективы его финансовой стабильности: конкретно прописанное видение поступательного развития проекта и его стабильного финансирования после окончания гранта.

• Приложение: копии Устава организации, свидетельства о регистрации организации, финансово-бухгалтерского отчета организации за последний год; справка территориального органа налоговой инспекции об отсутствии задолженностей по налоговым платежам; письма поддержки; статьи об организации в СМИ.

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

Проектирование – это

#### **Одиночный выбор**

- а) построение модели желаемого будущего при условии ориентации на реализацию проекта в материальных, технологических и организационных условиях;
- б) построение модели прошлого при условии ориентации на реализацию проекта;
- в) построение модели настоящего при условии ориентации на реализацию проекта;
- г) построение теории при условии ориентации на реализацию проекта.

### **5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

#### **5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по 1 модулю является **зачет**, который проводится в **устной** форме.

#### **5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.**

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
-----------------	------------------------	---------------------	--

ОПК-3	<p>способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия</p>	<p>Знать: понятийный аппарат теории проектной деятельности, основы разработки стратегий управления человеческими ресурсами организаций</p>	<p>Этап формирования знаний.</p>
		<p>Уметь: проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций</p>	<p>Этап формирования умений.</p>
		<p>Владеть: навыками планирования и осуществления мероприятий, распределения и делегирования полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия</p>	<p>Этап формирования навыков и получения опыта.</p>
ПК-5	<p>способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений</p>	<p>Знать: особенности подготовки и принятия управленческих решений в социальной сфере</p>	<p>Этап формирования знаний.</p>
		<p>Уметь: анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений</p>	<p>Этап формирования умений.</p>
		<p>Владеть: навыками оценки результатов и последствий принятого управленческого решения</p>	<p>Этап формирования навыков и получения опыта.</p>
ПК-6	<p>способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений</p>	<p>Знать: основы социальной инноватики</p>	<p>Этап формирования знаний.</p>
		<p>Уметь: участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений</p>	<p>Этап формирования умений.</p>
		<p>Владеть: методами управления проектами и программами</p>	<p>Этап формирования навыков и получения опыта.</p>
ПК-8	<p>владение навыками документального оформления</p>	<p>Знать: основы документального оформления решений в управлении операционной</p>	<p>Этап формирования знаний.</p>

	решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	(производственной) деятельности организаций	
		Уметь: внедрять технологические, продуктовые инновации или организационные изменения	Этап формирования умений.
		Владеть: навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Этап формирования навыков и получения опыта.

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

<b>Код компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенций</b>	<b>Показатель оценивания компетенции</b>	<b>Критерии и шкалы оценивания</b>
ОПК-3 ПК-5 ПК-6 ПК-8	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов.  Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.

ОПК-3 ПК-5 ПК-6 ПК-8	Этап формирования умений.	Аналитическое задание	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией - 9-10 баллов;
ОПК-3 ПК-5 ПК-6 ПК-8	Этап формирования навыков и получения опыта.	Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании -7-8 баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению 5-6 баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания - 0-4 баллов.

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

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

1. Сущность и специфика управления проектами в социальной сфере
2. Основные понятия, цели и задачи проектирования в социальной сфере
3. Объект и субъект социального проектирования
4. Принципы и функции социального проектирования
5. Общие научные подходы к проектированию
6. Проблемно-ориентированный подход
7. Субъектно-ориентированный подход
8. Основы системного подхода к проектированию.
9. Свойства проекта как системы
10. Характерные признаки системного анализа в проекте.
11. Общая характеристика методов проектного исследования.
12. Метод «дерево» проблем и целей.



13. Применение механизмов интуиции и творчества в процессе социального проектирования
14. Сущностные характеристики метода положительной оценки ситуации
15. Маркетинговый подход к проектированию в социальной сфере
16. Особенности реализации маркетинговой функции в социальном проектировании.
17. Маркетинговые исследования как основа диагностики в процессе социального проектирования
18. Программно-целевой подход.
19. Технология разработки социального проекта
20. Цели и задачи проекта
21. Стратегия и механизмы реализации проекта
22. Планирование мероприятий проекта, составление бюджета и финансовое обоснование проекта
23. Оценка жизнеспособности проекта. Социальная диагностика (соответствие социальным показателям и нормативам).
24. Оценка эффективности и результативности проекта
25. Дальнейшее развитие проекта, перспективы его финансовой стабильности.
26. Внутренняя экспертиза проекта
27. Методы совместной оценки проекта

#### Аналитическое задание

1. Социокультурная сфера как область проектирования
2. Социальная инженерия и социальная утопия как концепции соц. проектирования объектно-ориентированный подход
3. Новейшие подходы к проектированию: краткая характеристика.
4. Научные подходы к проблеме (объектно-ориентированный, проблемно-ориентированный, субъектно-ориентированный).
5. Системный подход – это направление методологии специально научного познания и социальной практики
6. Программно-целевое управление: сущность, содержание, требования
7. Практика использования программно-целевого подхода в отечественном опыте
8. Роль и значение социального проектирования в современной системе управления.
9. Региональная практика проектной деятельности в социальной сфере.
10. Роль проектирования в социально-экономическом развитии региона.
11. Приоритетные инвестиционные проекты в развитии региона.
12. Роль государственно-частного партнерства в развитии региона.
13. Планирование комплексного социально-экономического развития муниципального образования
14. Система оценки эффективности муниципального управления
15. Мониторинг реализации муниципальных проектов.
16. Анализ рисков реализации муниципальных проектов.

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для зачета и экзамена.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

## **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)**

### **6.1. Основная литература.**

1. Стегний, В. Н. Социальное прогнозирование и проектирование : учебник для вузов / В. Н. Стегний. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07184-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454177>

### **6.2. Дополнительная литература:**

1. Ветрова, Е.А. Основы государственного управления : учебно-методическое пособие / Е.А. Ветрова, Е.Е. Кабанова. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 368 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480162> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9475-6. – DOI 10.23681/480162. – Текст : электронный.

2. Горный, М. Б. Муниципальная политика и местное самоуправление в России : учебник и практикум для вузов / М. Б. Горный. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 393 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13228-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449574>

3. Коноплева, Н. А. Организация социокультурных проектов для детей и молодежи : учебное пособие для вузов / Н. А. Коноплева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 254 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07050-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455483>

### **7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. <http://www.biblioclub.ru/> - Университетская библиотека-онлайн.
2. Институт научной информации по общественным наукам <http://www.inion.ru/>
3. Российская государственная библиотека// электронный каталог <http://www.rsl.ru/ru/s97/s339/>
4. РГСУ//научные журналы <http://lib.socio.msu.ru/1/library>
5. Президентская библиотека <http://www.prlib.ru>
6. Национальная электронная библиотека <http://www.rusneb.ru>
7. Федеральная служба государственной статистики РФ <http://www.gks.ru>

### **7.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
Диссертационный зал Российской	В настоящее время Электронная библиотека	<a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a>

государственной библиотеки	диссертаций РГБ содержит более 620 000 полных текстов диссертаций и авторефератов	Доступ по регистрации в читальном зале Университета.
Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ
Научное наследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ
Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	<a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ

	художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	
Библиотека юридической литературы	Электронная библиотека открытого доступа (монографии, диссертации, книги, статьи, новости и аналитика, конспекты лекций, рефераты, учебники).	<a href="http://pravo.eup.ru/">http://pravo.eup.ru/</a> 100% доступ

## 8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Управление проектами в социальной сфере» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения лабораторных работ и занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач лабораторной работы/практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

– консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

## **9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

### **9.1. Информационные технологии**

1. Персональные компьютеры;
2. Доступ в интернет
3. Проектор.

### **9.2. Программное обеспечение (при необходимости)**

1. Microsoft Office (Word, Excel),
2. Internet Explorer

### **9.3. Информационные справочные системы (при необходимости)**

<b>№№</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a> 100% доступ

		версий книг.	
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.book.ru">http://www.book.ru</a> 100% доступ
6.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
7.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	<a href="http://webofknowledge.com;">http://webofknowledge.com;</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
9	Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина	Общегосударственное электронное хранилище цифровых копий важнейших документов по истории, теории и практике российской государственности, русскому языку, а также мультимедийных образовательных, научно-образовательных, культурно-просветительских и информационно-аналитических ресурсов.	<a href="https://www.prlib.ru/">https://www.prlib.ru/</a> Доступ в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета.
10	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	<a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a> доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
11.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	<a href="http://eduvideo.online">http://eduvideo.online</a> 100% доступ

#### **10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Для изучения дисциплины (модуля) «**Управление проектами в социальной сфере**» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 081100.62 «Менеджмент» используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет),

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, персональные компьютеры с доступом в сеть интернет, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Помещения для самостоятельной работы обучающихся:** оснащены рабочим местом в компьютерном классе с выходом в сеть Интернет.

### **11. Образовательные технологии**

При реализации дисциплины (модуля) **«Управление проектами в социальной сфере»** применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) **«Управление проектами в социальной сфере»** предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме, разбор конкретных ситуаций и практических задач в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

Удельный вес учебных занятий, проводимых в интерактивных формах составляет не менее 30 % аудиторных занятий (определяется учебным планом ОПОП).

В рамках дисциплины (модуля) **«Управление проектами в социальной сфере»** предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

### Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 января 2016 года №7	Протокол заседания Ученого совета № 13 от «02» июля 2020 года	01.09.20



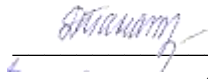


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. декана факультета управления

  
Д.К. Танатова  
«2» июля 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Направление подготовки:  
38.03.02 Менеджмент**

**Направленность (профиль):  
Управление маркетингом**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –  
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Уровень профессионального образования  
Высшее образование – бакалавриат**

**Очная форма обучения**

Москва, 2020 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Управление рисками в проектной деятельности» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.01.2016 № 7, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования.

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана:  
К. соц. наук, доцентом РГСУ Рогач Ольгой Владимировной.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы к.с.н., доцент

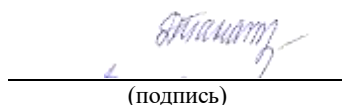


Т.А. ЕВСТРАТОВА

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления  
Протокол №13 от «2» июля 2020 г.

И.О. декана факультета  
Доктор социологических наук,  
профессор

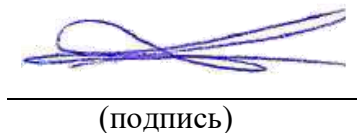


Д.К. Танатова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

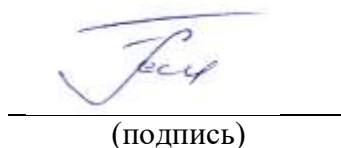
Акционерное общество «АНКОР»  
Заместитель генерального директора



Т. БАСКИНА

(подпись)

Закрытое акционерное общество  
«ЭКОПСИ Консалтинг»,  
Директор проектов



С.В. БАРАНОВ

(подпись)

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового  
университета при Правительстве РФ



И.Ю. БЕЛЯЕВА

(подпись)

Д.с.н., профессор  
Профессор кафедры  
менеджмента и административного  
управления



О.А. УРЖА

Согласовано  
Научная библиотека, директор



И.Г. МАЛЯР

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения .....	4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы. ....	4
1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы. ....	4
2. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося .....	6
3. Содержание дисциплины .....	7
3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения .....	7
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) .....	8
4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) .....	8
4.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) .....	9
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) .....	11
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю). ....	11
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. ....	11
5.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания. ....	14
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы .....	15
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций .....	16
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины. ....	16
6.1. Основная литература. ....	16
6.2. Дополнительная литература.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) .....	16
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) .....	18
9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине .....	20
9.1. Информационные технологии .....	20
9.2. Программное обеспечение .....	20
9.3. Информационные справочные системы .....	20
11. Образовательные технологии .....	21
Лист регистрации изменений .....	23

## **1. Общие положения**

### **1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)**

Цель дисциплины (модуля) «Управление рисками в проектной деятельности» заключается в формировании у обучающихся знаний в области управления проектами, программой внедрения инноваций или проведения организационных изменений, в том числе знаний по документальному оформлению решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций, проектирования организационных структур, накоплении умений в области разработки стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планирования и осуществления мероприятий, анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.

#### Задачи изучения дисциплины.

В результате изучения курса выпускник должен решать следующие профессиональные задачи (в сфере проектной, организационно-управленческой, коммуникативной и исполнительно-распорядительной деятельности):

- быть способным проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;
- быть способным анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;
- быть способным участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;
- уметь документально оформить решения в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.

### **1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.**

Дисциплина (модуль) «Управление рисками в проектной деятельности» реализуется в вариативной части основной профессиональной образовательной программы «Основная профессиональная образовательная программа высшего образования» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата) очной формы обучения.

Изучение дисциплины (модуля) «Управление рисками в проектной деятельности» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися в ходе изучения «Определение целевой аудитории бизнеса», «Планирование и прогнозирование бизнес-процессов для устойчивого развития», «Предпринимательство».

Изучение дисциплины (модуля) «Управление рисками в проектной деятельности» является дополнительным базисом для успешного освоения программного материала дисциплин: «Стратегический менеджмент», «Инновационный менеджмент», «Разработка и управление start up проектами».

### **1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.**

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций: ОПК-3; ПК-5; ПК-6; ПК-8 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
-----------------	------------------------	---------------------

ОПК-3	Владеть способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия	Знать: основы проектирования организационных структур
		Уметь: разрабатывать стратегии управления человеческими ресурсами организаций; распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия
		Владеть: навыками планирования и реализации мероприятий
ПК-5	Владеть способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	Знать: основы разработки функциональных стратегий
		Уметь: анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний
		Владеть: навыками анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений
ПК-6	Владеть способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Знать: основы управления проектом, программой
		Уметь: управлять проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений
		Владеть: навыками участия в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений
ПК-8	Владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Знать: основы документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций
		Уметь: документально оформить решения в управлении операционной

		(производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений
		Владеть: навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

## 2. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет – 2 зачетных единиц.

Очная форма обучения:

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		6				
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>20</b>	<b>20</b>				
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем						
Учебные занятия лекционного типа	8	8				
Учебные занятия семинарского типа	12	12				
Лабораторные занятия	0	0				
<b>Иная контактная работа</b>	<b>16</b>	<b>16</b>				
<b>Самостоятельная работа обучающихся*, всего</b>	<b>36</b>	<b>36</b>				
В том числе:						
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	16	16				
Выполнение практических заданий	16	16				
Рубежный текущий контроль	4	4				
<b>Вид промежуточной аттестации, контроль (час)</b>		<b>Зачет</b>				
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины, з.е.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>				

### 3. Содержание дисциплины

#### 3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Объем учебных занятий составляет 72 часов.

Объем самостоятельной работы – 36 часа.

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация (СРС + контроль)	Контактная работа обучающихся с преподавателем				
			Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия	контактная работа в ЭИОС
<b>Модуль 1 (семестр 6)</b>							
Раздел 1.1 Организация процесса управления рисками в проекте	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 1.2 Методы оценки и минимизации рисков в проекте.	36	18	18	4	6	0	8
<b>Общий объем, часов</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>16</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>						

**4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

**4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

**По очной форме обучения**

Раздел, тема	Всего СРС + контроль	Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль						
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут. аттестация) час
<b>Модуль 1 (семестр 6)</b>								
Раздел 1.1 Организация процесса управления рисками в проекте	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование	0
Раздел 1.2 Методы оценки и минимизации рисков в проекте.	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование	0
<b>Общий объем, часов</b>	<b>36</b>	<b>16</b>		<b>16</b>		<b>4</b>		<b>0</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>		<b>Зачет</b>						



## **4.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)**

### **Раздел 1.1. Организация процесса управления рисками в проекте.**

**Цель:** сформировать способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3), способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5).

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Понятие риска в проектном управлении. Учет неопределенности и риска в проектном управлении. Сущность и специфика управления рисками в проектной деятельности. Алгоритм экспертного анализа рисков. Факторы риска. Этапы выявления (идентификации) риска. Этапы управления риском в проекте. Приоритетные задачи проект-менеджера по анализу и оценке риска. Программа управления рисками в проекте. Управление риском в течении жизненного цикла проекта.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Виды неопределенности.
2. Прогнозирование рискованных ситуаций в условиях неопределенности.
3. Обоснование отказа от риска.
4. Обоснование риска при определенных условиях.
5. Ликвидация причин и последствий проявившихся рисков
6. Адаптация «обновленных» после кризиса организаций к изменившимся условиям.
7. Инструментарий идентификации рисков.
8. Снижение, сохранение и передача риска в проектном управлении.
9. Принципы, которыми должен руководствоваться проект-менеджер при управлении рисками проекта.
10. Структура программы управления рисками в проекте.
11. Модель организации работ по управлению рисковыми проектами.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.1**

**Форма практического задания:** расчетное практическое задание.

Пример расчетного практического задания к разделу 1.1:

Проанализируйте представленную блок-схему, которая позволяет определить границы управления рисками в зависимости от степени неопределенности (полная неопределенность/полная определенность), и исходя из полноты имеющейся информации. Проанализируйте ее и приведите пример деятельности организации в условиях отсутствия информации/неполной информации/полной информации.



**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1.1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

(??)... - это воздействие на проект и его элементы непредвиденных событий, которые могут нанести определенный ущерб и препятствовать достижению целей проекта(??) Одиночный выбор

(!)риск проекта

(?)фактор неопределенности

(?)негативные факторы

**Раздел 1.2. Методы оценки и минимизации рисков в проекте.**

**Цель:** формирование навыков управления проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6), навыков документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8).

**Перечень изучаемых элементов содержания**

Методы оценки рисков. Методы, позволяющие минимизировать проектные риски: распределение рисков, резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов, страхование рисков. Распределение риска между участниками проекта. Финансирование риска.

**Вопросы для самоподготовки:**

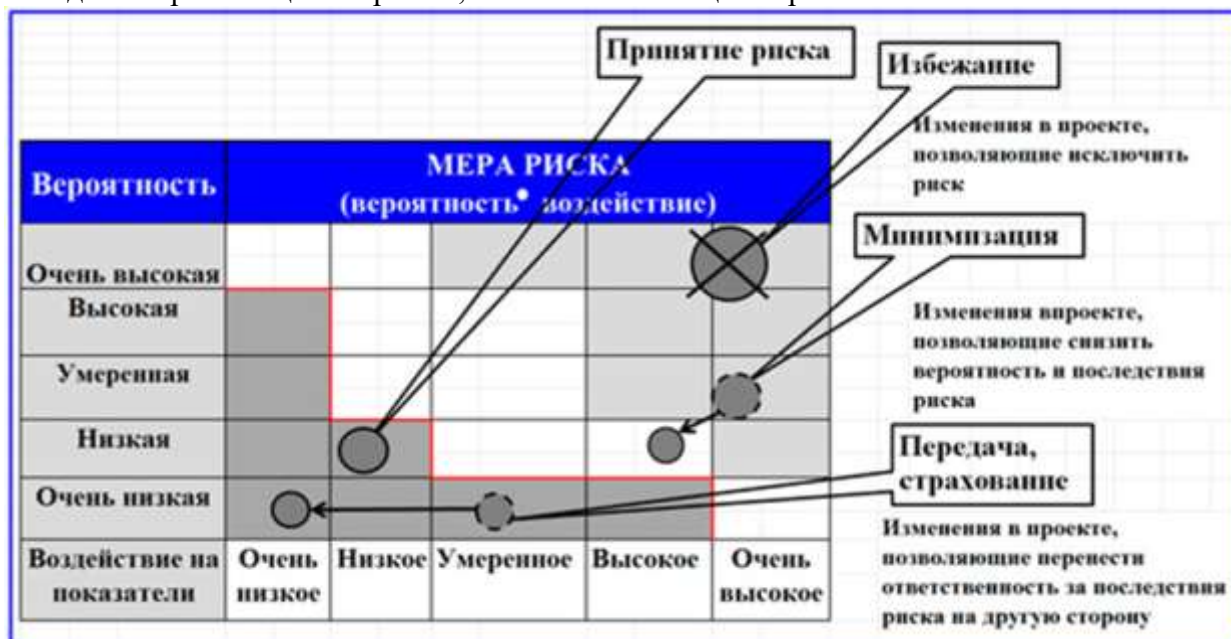
1. Количественная оценка рисков с помощью методов математической статистики.
2. Методы экспертной оценки рисков.
3. Планирование реагирования на риски.
4. Методы имитационного моделирования рисков.
5. Комбинированные методы оценки рисков.
6. Распределение рисков.
7. Нестраховый риск.
8. Резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов, страхование рисков.
9. Оценка эффективности методов снижения рисков.
10. Методы финансирования риска для возмещения (с наименьшими затратами) убытков, которые несет компания, несмотря на ее усилия по контролю за риском.
11. Цели использования резерва, выделенного на покрытие непредвиденных расходов.
12. Понятие приемлемого риска.

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.2

**Форма практического задания:** расчетное практическое задание

Пример расчетного практического задания к разделу 1.2

Проанализируйте представленную на рисунке блок-схему. Дайте характеристику ее ключевым блокам. Определите взаимосвязи. Приведите пример выбора стратегии поведения организации на рынке, основанный на оценке риска.



**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1.2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

(??) Распределение риска между участниками проекта может быть ... (??) Одиночный выбор

- (!) качественным и количественным
- (?) прямым и косвенным
- (?) длительным и дискретным

Оформление работ, выполняемых в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.

Конкретные практические задания и задания для рубежного контроля определяются в учебно-методических материалах по работе обучающихся в электронной информационно-образовательной среде РГСУ с применением технологий электронного обучения по данной дисциплине, утверждаемых ежегодно факультетом.

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

#### 5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является зачет, который проводится в устной форме.

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

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в
-----------------	------------------------	---------------------	----------------------------------

	(части компетенции)		процессе освоения образовательной программы
ОПК-3	Владеть способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия	Знать: основы проектирования организационных структур	Этап формирования знаний.
		Уметь: разрабатывать стратегии управления человеческими ресурсами организаций; распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия	Этап формирования умений.
		Владеть: навыками планирования и реализации мероприятий	Этап формирования навыков и получения опыта.
ПК-5	Владеть способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	Знать: основы разработки функциональных стратегий	Этап формирования знаний.
		Уметь: анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний	Этап формирования умений.
		Владеть: навыками анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	Этап формирования навыков и получения опыта.
ПК-6	Владеть способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или	Знать: основы управления проектом, программой	Этап формирования знаний.
		Уметь: управлять проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой	Этап формирования умений.

	программой организационных изменений	организационных изменений	
		Владеть: навыками участия в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Этап формирования навыков и получения опыта.
ПК-8	Владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Знать: основы документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций	Этап формирования знаний.
		Уметь: документально оформить решения в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Этап формирования умений.
		Владеть: навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Этап формирования навыков и получения опыта.

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

<b>Код компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенций</b>	<b>Показатель оценивания компетенции</b>	<b>Критерии и шкалы оценивания</b>
ОПК-3; ПК-5; ПК-6; ПК-8	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов.  Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.
ОПК-3; ПК-5; ПК-6; ПК-8	Этап формирования умений.	Расчетное практическое задание и контрольная работа	1. Оформление в соответствии с требованиями (1 балл); 2. Выбор источников информации (1 балл); 3. Умение ими пользоваться (1 балл); 4. Анализ и выводы, отражающие суть изучаемого явления с указанием конкретных результатов (2 балла) Максимальная оценка - 5 баллов
ОПК-3; ПК-5; ПК-6; ПК-8	Этап формирования навыков и получения опыта.	Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	

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

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Теоретический блок вопросов:

1. Понятие риска в проектном управлении.
2. Учет неопределенности и риска в проектном управлении.
3. Виды неопределенности.
4. Сущность и специфика управления рисками в проектной деятельности.
5. Алгоритм экспертного анализа рисков.
6. Инструментарий идентификации рисков.
7. Факторы, влияющие на возникновение риска при реализации проекта.
8. Этапы выявления (идентификации) риска.
9. Этапы управления риском в проекте.
10. Программа управления рисками в проекте, ее ключевые блоки.
11. Управление риском в течении жизненного цикла проекта.
12. Обоснование отказа от риска.
13. Ликвидация причин и последствий проявившихся рисков.
14. Адаптация «обновленных» после кризиса организаций к изменившимся условиям.
15. Специфика снижения риска в проекте.
16. Сохранение риска в проектном управлении.
17. Передача риска в проектном управлении.
18. Структура программы управления рисками в проекте.
19. Модель организации работ по управлению рисковыми проектами.
20. Количественная оценка рисков с помощью методов математической статистики.
21. Методы экспертной оценки рисков.
22. Планирование реагирования на риски.
23. Методы имитационного моделирования рисков.
24. Комбинированные методы оценки рисков.
25. Распределение рисков в проекте.
26. Резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов, страхование рисков.
27. Методы финансирования риска для возмещения убытков.
28. Контроль рисков.
29. Понятие приемлемого риска.

Аналитическое задание

1. Обоснуйте ключевые требования к информации в проектном управлении.
2. Проанализируйте приоритетные задачи проект-менеджера по анализу и оценке риска.
3. Каким образом осуществляется прогнозирование рискованных ситуаций в условиях неопределенности?
4. Обоснуйте принципы, которыми должен руководствоваться проект-менеджер при управлении рисками проекта.
5. Дайте характеристику «нестраховый риск». Приведите пример.
6. Дайте оценку эффективности методов снижения рисков.
7. Обоснуйте методы, позволяющие минимизировать проектные риски.

8. Каким образом осуществляется распределение риска между участниками проекта?
9. Что в себя включает финансирование риска?
10. Каким образом формируется резерв на покрытие непредвиденных расходов?

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

**6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины.**

**6.1. Основная литература.**

1. Вяткин, В. Н. Риск-менеджмент : учебник / В. Н. Вяткин, В. А. Гамза, Ф. В. Маевский. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 365 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-3502-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450164>

**6.2. Дополнительная литература**

1. Управление инвестиционными проектами в условиях риска и неопределенности : учебное пособие для вузов / Л. Г. Матвеева, А. Ю. Никитаева, О. А. Чернова, Е. Ф. Щипанов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04586-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452764>

2. Воронцовский, А. В. Управление рисками : учебник и практикум для вузов / А. В. Воронцовский. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 485 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12206-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450664>

3. Шкурко, В. Е. Управление рисками проекта : учебное пособие для вузов / В. Е. Шкурко ; под научной редакцией А. В. Гребенкина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05843-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454911>

**7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

Название электронного	Описание электронного ресурса	Используемый для работы
-----------------------	-------------------------------	-------------------------



<b>ресурса</b>		<b>адрес</b>
Диссертационный зал Российской государственной библиотеки	В настоящее время Электронная библиотека диссертаций РГБ содержит более 620 000 полных текстов диссертаций и авторефератов	<a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a> Доступ по регистрации в читальном зале Университета.
Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ
Научное наследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ
Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	<a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам,	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ

	представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	
Библиотека юридической литературы	Электронная библиотека открытого доступа (монографии, диссертации, книги, статьи, новости и аналитика, конспекты лекций, рефераты, учебники).	<a href="http://pravo.eup.ru/">http://pravo.eup.ru/</a> 100% доступ

### 7.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Диссертационный зал Российской государственной библиотеки	<a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a> Доступ по регистрации в читальном зале Университета.
Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ
Научное наследие России	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ
Cyberleninka	<a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ
Библиотека юридической литературы	<a href="http://pravo.eup.ru/">http://pravo.eup.ru/</a> 100% доступ
Консультант плюс	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>

### 8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Управление рисками в проектной деятельности» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое

обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)»).

### **9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине**

#### **9.1. Информационные технологии**

1. Персональный компьютер.
2. Сотовый телефон.
3. Проектор.

#### **9.2. Программное обеспечение**

Microsoft Office (Word, Excel),

#### **9.3. Информационные справочные системы**

<b>№№</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.book.ru">http://www.book.ru</a> 100% доступ
6.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
7.	База данных международного индекса научного цитирования –	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей,	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.

	Scopus:	опубликованных в научных изданиях.	
8.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	<a href="http://webofknowledge.com;">http://webofknowledge.com/</a> ; Доступ с любого компьютера в сети Университета.
9	Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина	Общегосударственное электронное хранилище цифровых копий важнейших документов по истории, теории и практике российской государственности, русскому языку, а также мультимедийных образовательных, научно-образовательных, культурно-просветительских и информационно-аналитических ресурсов.	<a href="https://www.prlib.ru/">https://www.prlib.ru/</a> Доступ в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета.
10	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	<a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a> доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
11.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	<a href="http://eduvideo.online">http://eduvideo.online</a> 100% доступ

### **10. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Для изучения дисциплины (модуля) «Управление рисками в проектной деятельности» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата) используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Помещения для самостоятельной работы обучающихся:** оснащены рабочим местом в компьютерном классе с выходом в сеть Интернет.

### **11. Образовательные технологии**

При реализации дисциплины (модуля) «Управление рисками в проектной деятельности» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) **«Управление рисками в проектной деятельности»** предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме *деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций* в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) «Управление рисками в проектной деятельности» предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины (модуля) «Управление рисками в проектной деятельности» предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) **«Управление рисками в проектной деятельности»** предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

**Лист регистрации изменений**

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие на основании решения Ученого совета РГСУ и Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.01.2016 № 7	Протокол заседания Ученого совета № 13 от «02» июля 2020 года	01.09.2020
2			
3			
4			

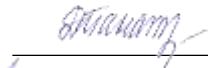


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. декана факультета управления

 Д.К. Танатова  
«2» июля 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ПРОЕКТА**

**Направление подготовки:  
38.03.02 Менеджмент**

**Направленность (профиль):  
Управление маркетингом**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –  
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Уровень профессионального образования  
Высшее образование – бакалавриат**

**Очная форма обучения**

Москва, 2020 г.



Рабочая программа дисциплины (модуля) «Управление человеческими ресурсами проекта» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.01.2016 № 7, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования.

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана:  
К. соц. наук, доцентом РГСУ Рогач Ольгой Владимировной.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы к.с.н., доцент

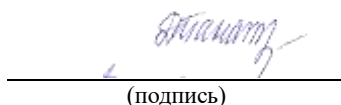


Т.А. ЕВСТРАТОВА

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления  
Протокол №13 от «2» июля 2020 г.

И.О. декана факультета  
Доктор социологических наук,  
профессор

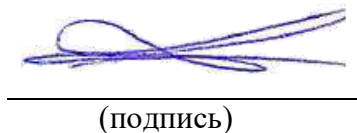


Д.К. Танатова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

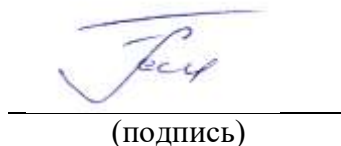
Акционерное общество «АНКОР»  
Заместитель генерального директора



Т. БАСКИНА

(подпись)

Закрытое акционерное общество  
«ЭКОПСИ Консалтинг»,  
Директор проектов



С.В. БАРАНОВ

(подпись)

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового  
университета при Правительстве РФ



И.Ю. БЕЛЯЕВА

(подпись)

Д.с.н., профессор  
Профессор кафедры  
менеджмента и административного  
управления



О.А. УРЖА

Согласовано  
Научная библиотека, директор



И.Г. МАЛЯР

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения .....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля) .....	4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы .....	4
1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы. ....	4
2. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося .....	6
3. Содержание дисциплины .....	7
3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения .....	7
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) .....	8
4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) .....	8
4.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) .....	9
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) .....	11
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю). ....	11
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. ....	11
5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания. ....	13
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы .....	14
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций .....	15
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины. ....	15
6.1. Основная литература. ....	15
6.2. Дополнительная литература .....	16
7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) .....	16
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) .....	18
9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине .....	19
9.1. Информационные технологии .....	19
9.2. Программное обеспечение .....	19
9.3. Информационные справочные системы .....	19
11. Образовательные технологии .....	21
Лист регистрации изменений .....	22

## **1. Общие положения**

### **1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)**

Цель дисциплины (модуля) «Управление человеческими ресурсами проекта» заключается в формировании у обучающихся знаний в области управления проектами, программой внедрения инноваций или проведения организационных изменений, в том числе знаний по документальному оформлению решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций, проектирования организационных структур, накоплению умений в области разработки стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планирования и осуществления мероприятий, анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений

#### Задачи изучения дисциплины.

В результате изучения курса выпускник должен решать следующие профессиональные задачи (в сфере проектной, организационно-управленческой, коммуникативной и исполнительно-распорядительной деятельности):

- быть способным проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;
- быть способным анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;
- быть способным участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;
- уметь документально оформить решения в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.

### **1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.**

Дисциплина (модуль) «Управление человеческими ресурсами проекта» реализуется в базовой части вариативной профессиональной образовательной программы «Основная профессиональная образовательная программа высшего образования» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата) очной формы обучения.

Изучение дисциплины (модуля) «Управление человеческими ресурсами проекта» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися в ходе изучения «Определение целевой аудитории бизнеса», «Планирование и прогнозирование бизнес-процессов для устойчивого развития», «Предпринимательство».

Изучение дисциплины (модуля) «Управление человеческими ресурсами проекта» является дополнительным базисом для успешного освоения программного материала дисциплин: «Стратегический менеджмент», «Инновационный менеджмент», «Разработка и управление start up проектами».

### **1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.**

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций: ОПК-3; ПК-5; ПК-6; ПК-8 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
-----------------	------------------------	---------------------

ОПК-3	Владеть способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия	Знать: основы проектирования организационных структур
		Уметь: разрабатывать стратегии управления человеческими ресурсами организаций; распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия
		Владеть: навыками планирования и реализации мероприятий
ПК-5	Владеть способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	Знать: основы разработки функциональных стратегий
		Уметь: анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний
		Владеть: навыками анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений
ПК-6	Владеть способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Знать: основы управления проектом, программой
		Уметь: управлять проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений
		Владеть: навыками участия в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений
ПК-8	Владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Знать: основы документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций
		Уметь: документально оформить решения в управлении операционной

		(производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений
		Владеть: навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

## 2. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет – 2 зачетных единиц.

Очная форма обучения:

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		6				
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>20</b>	<b>20</b>				
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем						
Учебные занятия лекционного типа	8	8				
Учебные занятия семинарского типа	12	12				
Лабораторные занятия	0	0				
<b>Иная контактная работа</b>	<b>16</b>	<b>16</b>				
<b>Самостоятельная работа обучающихся*, всего</b>	<b>36</b>	<b>36</b>				
В том числе:						
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	16	16				
Выполнение практических заданий	16	16				
Рубежный текущий контроль	4	4				
<b>Вид промежуточной аттестации, контроль (час)</b>		<b>Зачет</b>				
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины, з.е.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>				

### 3. Содержание дисциплины

#### 3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Объем учебных занятий составляет 20 часов.

Объем самостоятельной работы – 36 часа.

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация (СРС + контроль)	Контактная работа обучающихся с преподавателем				
			Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия	контактная работа в ЭИОС
<b>Модуль 1 (семестр 6)</b>							
Раздел 1.1 Основы управления человеческими ресурсами проекта.	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 1.2 Концепция развития команды проекта.	36	18	18	4	6	0	8
<b>Общий объем, часов</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>16</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>						

**4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

**4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

**По очной форме обучения**

Раздел, тема	Всего СРС + контроль	Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль						
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут. аттестация), час
<b>Модуль 1 (семестр 6)</b>								
Раздел 1.1 Основы управления человеческими ресурсами проекта.	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование	0
Раздел 1.2 Концепция развития команды проекта.	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование	0
<b>Общий объем, часов</b>	<b>36</b>	<b>16</b>		<b>16</b>		<b>4</b>		<b>0</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>		<b>Зачет</b>						

## 4.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

### Раздел 1.1. Основы управления человеческими ресурсами проекта.

**Цель:** сформировать способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3), способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5).

#### Перечень изучаемых элементов содержания

Управление человеческими ресурсами проекта. Разработка плана управления человеческими ресурсами. Набор команды проекта. Управление командой проекта. Форматы определения ролей и ответственности. Матрица задач и ответственности. План управления обеспечением проекта персоналом. Гистограмма ресурсов.

#### Вопросы для самоподготовки:

1. Влияние факторов среды предприятия на управление человеческим ресурсом в проекте.
2. Влияние организационной структуры на формирование проектной команды.
3. Влияние организационной культуры на формирование проектной команды.
4. Разработка плана управления человеческими ресурсами: входы и выходы
5. Разработка плана управления человеческими ресурсами: инструменты и методы.
6. Возможности использования матрица ответственности в управлении человеческим ресурсом проекта.
7. Матрица ответственности (МО) с использованием формата RACI.
8. Распределение ролей и сфер ответственности в команде проекта.
9. План высвобождения персонала.
10. Определение потребности в обучении проектного персонала.

### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.1

**Форма практического задания:** расчетное практическое задание.

Пример расчетного практического задания к разделу 1.1:

Рассмотрите представленную блок-схему управления человеческими ресурсами проекта. Проанализируйте взаимосвязь ключевых элементов. Раскройте содержание блок-схемы.



**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1.1:** форма рубежного контроля – компьютерное тестирование



Пример тестового задания

- (??) Управление человеческими ресурсами проекта включает в себя процессы... (??)  
Одиночный выбор  
(!) организации, управления и руководства командой проекта  
(?) планирования и формирования штата организации  
(?) подбора, расстановки и обучения кадров

### Раздел 1.2. Концепция развития команды проекта.

**Цель:** формирование навыков управления проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6), навыков документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8).

### Перечень изучаемых элементов содержания

Оценка эффективности работы команды. Лидерство менеджера проекта. Формирование штата проекта. Виды структур персонала. Планирование трудовой карьеры в организации. Типы карьеры.

#### Вопросы для самоподготовки:

1. Ключевые методы формирования штата проекта.
2. Роль проектного офиса в развитии команды проекта.
3. Организационная структура управления.
4. Функциональная структура организации.
5. Ролевая структура в проектном управлении.
6. Социальная структура трудового коллектива.
7. Штатная структура организации.
8. Задачи развития проектной команды.
9. Профессионально - квалификационное продвижение персонала проекта: задачи, направления, проблемы.

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.2

**Форма практического задания:** расчетное практическое задание

Пример расчетного практического задания к разделу 1.2

Проанализировать представленную схему «Разработка плана управления человеческими ресурсами: входы, инструменты, методы и выходы». Раскройте ее содержание: основные элементы и их взаимосвязи.



**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1.2:** форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

- (??) Управление командой проекта – это ... (??) Одиночный выбор

(?) процесс подтверждения доступности человеческих ресурсов и набора команды, необходимой для выполнения задач по проекту

(?) процесс повышения квалификации членов команды проекта, улучшение взаимодействия между ними и общих условий работы команды с целью повышения эффективности выполнения проекта

(!) процесс контроля эффективности деятельности членов команды, обеспечения обратной связи, решения проблем и управления изменениями, направленный на оптимизацию выполнения проекта

Оформление работ, выполняемых в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.

Конкретные практические задания и задания для рубежного контроля определяются в учебно-методических материалах по работе обучающихся в электронной информационно-образовательной среде РГСУ с применением технологий электронного обучения по данной дисциплине, утверждаемых ежегодно факультетом.

## **5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

### **5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является зачет, который проводится в устной форме.

### **5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.**

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ОПК-3	Владеть способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять полномочия с учетом личной ответственности за	Знать: основы проектирования организационных структур	Этап формирования знаний.
		Уметь: разрабатывать стратегии управления человеческими ресурсами организаций; распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия	Этап формирования умений.
		Владеть: навыками планирования и реализации мероприятий	Этап формирования навыков и получения опыта.

	осуществляемые мероприятия		
ПК-5	Владеть способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	Знать: основы разработки функциональных стратегий	Этап формирования знаний.
		Уметь: анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний	Этап формирования умений.
		Владеть: навыками анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	Этап формирования навыков и получения опыта.
ПК-6	Владеть способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Знать: основы управления проектом, программой	Этап формирования знаний.
		Уметь: управлять проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Этап формирования умений.
		Владеть: навыками участия в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Этап формирования навыков и получения опыта.
ПК-8	Владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности	Знать: основы документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций	Этап формирования знаний.

	организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Уметь: документально оформить решения в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Этап формирования умений.
		Владеть: навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Этап формирования навыков и получения опыта.

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

<b>Код компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенций</b>	<b>Показатель оценивания компетенции</b>	<b>Критерии и шкалы оценивания</b>
ОПК-3; ПК-5; ПК-6; ПК-8	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов.  Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов;

			3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.
ОПК-3; ПК-5; ПК-6; ПК-8	Этап формирования умений.	Расчетное практическое задание и контрольная работа	1. Оформление в соответствии с требованиями (1 балл); 2. Выбор источников информации (1 балл); 3. Умение ими пользоваться (1 балл); 4. Анализ и выводы, отражающие суть изучаемого явления с указанием конкретных результатов (2 балла) Максимальная оценка - 5 баллов
ОПК-3; ПК-5; ПК-6; ПК-8	Этап формирования навыков и получения опыта.	Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	

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

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Теоретический блок вопросов:

1. Специфика управления человеческими ресурсами проекта.
2. Разработка плана управления человеческими ресурсами: инструменты и методы.
3. Роль проектного офиса в развитии команды проекта.
4. Набор команды проекта.
5. Ключевые процессы управления командой проекта.
6. Форматы определения ролей и ответственности.
7. Матрица ответственности с использованием формата RACI.
8. План управления обеспечением проекта персоналом.
9. Гистограмма ресурсов (ресурсные планы).
10. Распределение ролей и сфер ответственности в команде проекта.
11. План высвобождения персонала.
12. Определение потребности в обучении проектного персонала.
13. Оценка эффективности работы команды.
14. Лидерство менеджера проекта.
15. Формирование штата проекта.
16. Виды структур персонала.

17. Планирование трудовой карьеры в организации.
18. Типы карьеры.
19. Профессионально - квалификационное продвижение персонала проекта: задачи, направления, проблемы.

#### Аналитическое задание

1. Обоснуйте влияние факторов среды предприятия на управление человеческим ресурсом в проекте.
2. Обоснуйте влияние организационной структуры на формирование проектной команды.
3. Обоснуйте влияние организационной культуры на формирование проектной команды.
4. Проанализируйте и опишите «входы» и «выходы» при разработке плана управления человеческими ресурсами.
5. Возможности использования матрицы ответственности в управлении человеческим ресурсом проекта.
6. Обоснуйте ключевые методы формирования штата проекта. Укажите их преимущества и недостатки.
7. Проанализируйте задачи развития проектной команды.

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

#### **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины.**

##### **6.1. Основная литература.**

1. Управление человеческими ресурсами : учебник и практикум для вузов / О. А. Лапшова [и др.] ; под общей редакцией О. А. Лапшовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 406 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8761-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450458>
2. Кязимов, К. Г. Управление человеческими ресурсами: профессиональное обучение и развитие : учебник для вузов / К. Г. Кязимов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 202 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-

09762-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455323>

## 6.2. Дополнительная литература

1. Управление человеческими ресурсами : учебник для вузов / И. А. Максимцев [и др.] ; под редакцией И. А. Максимцева, Н. А. Горелова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 467 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-99951-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449957>
2. Пугачев, В. П. Управление персоналом организации : учебник и практикум для вузов / В. П. Пугачев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 402 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08905-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455029>

## 7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Диссертационный зал Российской государственной библиотеки	В настоящее время Электронная библиотека диссертаций РГБ содержит более 620 000 полных текстов диссертаций и авторефератов	<a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a> Доступ по регистрации в читальном зале Университета.
Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ
Научное наследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ
Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все	<a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ

	вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://window.edu.ru/librару">http://window.edu.ru/librару</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ
Библиотека юридической литературы	Электронная библиотека открытого доступа (монографии, диссертации, книги, статьи, новости и аналитика, конспекты лекций, рефераты, учебники).	<a href="http://pravo.eup.ru/">http://pravo.eup.ru/</a> 100% доступ

### 7.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Диссертационный зал Российской государственной библиотеки	<a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a> Доступ по регистрации в читальном зале Университета.
Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ
Научное наследие России	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ
Cyberleninka	<a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ
Библиотека юридической литературы	<a href="http://pravo.eup.ru/">http://pravo.eup.ru/</a>



	100% доступ
Консультант плюс	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>

## 8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Управление человеческими ресурсами проекта» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач;

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

**Самостоятельная работа.**

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

### **9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине**

#### **9.1. Информационные технологии**

1. Персональный компьютер.
2. Сотовый телефон.
3. Проектор.

#### **9.2. Программное обеспечение**

Microsoft Office (Word, Excel),

#### **9.3. Информационные справочные системы**

<b>№№</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских

			журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.book.ru">http://www.book.ru</a> 100% доступ
6.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
7.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	<a href="http://webofknowledge.com;">http://webofknowledge.com;</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
9	Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина	Общегосударственное электронное хранилище цифровых копий важнейших документов по истории, теории и практике российской государственности, русскому языку, а также мультимедийных образовательных, научно-образовательных, культурно-просветительских и информационно-аналитических ресурсов.	<a href="https://www.prlib.ru/">https://www.prlib.ru/</a> Доступ в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета.
10	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	<a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a> доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
11.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	<a href="http://eduvideo.online">http://eduvideo.online</a> 100% доступ

### **10. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Для изучения дисциплины (модуля) «Управление человеческими ресурсами проекта» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата) используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Помещения для самостоятельной работы обучающихся:** оснащены рабочим местом в компьютерном классе с выходом в сеть Интернет.

## **11. Образовательные технологии**

При реализации дисциплины (модуля) **«Управление человеческими ресурсами проекта»** применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) **«Управление человеческими ресурсами проекта»** предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме *деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций* в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) **«Управление человеческими ресурсами проекта»** предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины (модуля) **«Управление человеческими ресурсами проекта»** предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) **«Управление человеческими ресурсами проекта»** предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

**Лист регистрации изменений**

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие на основании решения Ученого совета РГСУ и Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 10.12.2016 № 7	Протокол заседания Ученого совета № 13 от «02» июля 2020 года	01.09.2020
2			
3			
4			

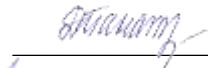


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. декана факультета управления

 Д.К. Танатова  
«2» июля 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ**

**Направление подготовки:  
38.03.02 Менеджмент**

**Направленность (профиль):  
Управление маркетингом**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –  
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Уровень профессионального образования  
Высшее образование – бакалавриат**

**Очная форма обучения**

Москва, 2020 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Организационное проектирование» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.01.2016 № 7, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования.

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана:  
К. соц. наук, доцентом РГСУ Рогач Ольгой Владимировной.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы к.с.н., доцент




(подпись)

Т.А. ЕВСТРАТОВА

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления  
Протокол №13 от «2» июля 2020 г.

И.О. декана факультета  
Доктор социологических наук,  
профессор




(подпись)

Д.К. Танатова

Рабочая программа дисциплины рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:


Акционерное общество «АНКОР»  
Заместитель генерального директора



(подпись)

Т. БАСКИНА

Закрытое акционерное общество  
«ЭКОПСИ Консалтинг»,  
Директор проектов



(подпись)

С.В. БАРАНОВ

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового  
университета при Правительстве РФ



(подпись)

И.Ю. БЕЛЯЕВА

Д.с.н., профессор  
Профессор кафедры  
менеджмента и административного  
управления



(подпись)

О.А. УРЖА

Согласовано  
Научная библиотека, директор



(подпись)

И.Г. МАЛЯР

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля) .....	4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	4
1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы. ....	4
2. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося .....	6
3. Содержание дисциплины .....	7
3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения .....	7
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	8
4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	8
4.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	9
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) .....	13
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю). ....	13
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. ....	13
5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания. ....	15
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы .....	16
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций .....	17
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины. ....	18
6.1. Основная литература. ....	18
6.2. Дополнительная литература.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	18
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) .....	20
9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине .....	21
9.1. Информационные технологии.....	21
9.2. Программное обеспечение .....	21
9.3. Информационные справочные системы .....	21
11. Образовательные технологии .....	23
Лист регистрации изменений.....	24



## **1. Общие положения**

### **1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)**

Цель дисциплины (модуля) «Организационное проектирование» заключается в формировании у обучающихся знаний в области управления проектами, программой внедрения инноваций или проведения организационных изменений, в том числе знаний по документальному оформлению решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций, проектирования организационных структур, накоплении умений в области разработки стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планирования и осуществления мероприятий, анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений

#### Задачи изучения дисциплины.

В результате изучения курса выпускник должен решать следующие профессиональные задачи (в сфере проектной, организационно-управленческой, коммуникативной и исполнительно-распорядительной деятельности):

- быть способным проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;
- быть способным анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;
- быть способным участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;
- уметь документально оформить решения в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.

### **1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.**

Дисциплина (модуль) «Организационное проектирование» реализуется в базовой части вариативной профессиональной образовательной программы «Основная профессиональная образовательная программа высшего образования» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата) очной формы обучения.

Изучение дисциплины (модуля) «Организационное проектирование» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися в ходе изучения «Определение целевой аудитории бизнеса», «Планирование и прогнозирование бизнес-процессов для устойчивого развития», «Предпринимательство».

Изучение дисциплины (модуля) «Организационное проектирование» является дополнительным базисом для успешного освоения программного материала дисциплин: «Стратегический менеджмент», «Инновационный менеджмент», «Разработка и управление start up проектами».

### **1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.**

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций: ОПК-3; ПК-5; ПК-6; ПК-8 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой. В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
-----------------	------------------------	---------------------

ОПК-3	Владеть способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия	Знать: основы проектирования организационных структур
		Уметь: разрабатывать стратегии управления человеческими ресурсами организаций; распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия
		Владеть: навыками планирования и реализации мероприятий
ПК-5	Владеть способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	Знать: основы разработки функциональных стратегий
		Уметь: анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний
		Владеть: навыками анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений
ПК-6	Владеть способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Знать: основы управления проектом, программой
		Уметь: управлять проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений
		Владеть: навыками участия в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений
ПК-8	Владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Знать: основы документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций
		Уметь: документально оформить решения в управлении операционной

		(производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений
		Владеть: навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

## 2. Объем дисциплины (модуля), включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет – 2 зачетных единиц.

Очная форма обучения:

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		6				
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>20</b>	<b>20</b>				
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем						
Учебные занятия лекционного типа	8	8				
Учебные занятия семинарского типа	12	12				
Лабораторные занятия	0	0				
<b>Иная контактная работа</b>	<b>16</b>	<b>16</b>				
<b>Самостоятельная работа обучающихся*, всего</b>	<b>36</b>	<b>36</b>				
В том числе:						
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	16	16				
Выполнение практических заданий	16	16				
Рубежный текущий контроль	4	4				
<b>Вид промежуточной аттестации, контроль (час)</b>		<b>Зачет</b>				
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины, з.е.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>				

### 3. Содержание дисциплины

#### 3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Объем учебных занятий составляет 20 часов.

Объем самостоятельной работы – 36 часа.

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация (СРС + контроль)	Контактная работа обучающихся с преподавателем				
			Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия	контактная работа в ЭИОС
<b>Модуль 1 (семестр 6)</b>							
Раздел 1.1 Основные виды традиционных и современных организационных структур. Технологизация организационного проектирования.	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 1.2 Организационное проектирование в условиях реструктуризации.	36	18	18	4	6	0	8
<b>Общий объем, часов</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>16</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>						

**4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

**4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

**По очной форме обучения**

Раздел, тема	Всего СРС + контроль	Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль						
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут. аттестация) час
<b>Модуль 1 (семестр б)</b>								
Раздел 1.1 Основные виды традиционных и современных организационных структур. Технологизация организационного проектирования.	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование	
Раздел 1.2 Организационное проектирование в условиях реструктуризации.	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование	
<b>Общий объем, часов</b>	<b>36</b>	<b>16</b>		<b>16</b>		<b>4</b>		
<b>Форма промежуточной аттестации</b>		<b>Зачет</b>						

## 4.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

### Раздел 1.1. Основные виды традиционных и современных организационных структур. Технологизация организационного проектирования.

**Цель:** сформировать способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3), способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5).

#### Перечень изучаемых элементов содержания

Системный и процессный подходы, организационная структура управления, требования к организационной структуре, структуры и формы организаций, типы структур управления организациями. Принципы и методы построения организационных структур управления. Четыре уровня анализа и исследования организационной структуры. Формальная и неформальная организационная структура, организационные структуры на базе стратегических единиц бизнеса (стратегических хозяйственных центров) (strategic business units, SBUs), бюрократическая структура управления, органическая структура управления. Организационные единицы (структурные подразделения и должностные лица), взаимоотношения организационных единиц, вертикальные и горизонтальные информационные связи, первичные количественные показатели организационной структуры, экспертная оценка организационных структур управления.

#### Вопросы для самоподготовки:

1. Функционирование современной организации.
2. Организационное проектирование на примере крупных организаций
3. Механистическая бюрократия: преимущества и недостатки в управлении российскими организациями.
4. Взаимосвязь менеджмента качества и производством продукции экономически эффективным способом.
5. Проектирование организационных систем как социальное явление.
6. Преимущества и недостатки стратегических хозяйственных центров.
7. Сравнительный анализ четырех подходов к организационному проектированию: нормативно-функционального, организационного моделирования, функционально-технологического и системно-целевого.
8. Организационный (структурный) уровень анализа и исследования организационной структуры.
9. Групповой уровень анализа и исследования организационной структуры.
10. Межличностный уровень анализа и исследования организационной структуры.
11. Индивидуальный уровень анализа и исследования организационной структуры.

### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.1

**Форма практического задания:** расчетное практическое задание.

Пример расчетного практического задания к разделу 1.1:

Проанализируйте представленную схему. Дайте развёрнутую характеристику бюрократическим видам организационных структур. Укажите их достоинства и недостатки. Задание подготовить в письменном виде.

# Типы организационных структур.



**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1.1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

(??) Какие существуют связи в организационной структуре (??) Двойной выбор.

- (!) вертикальные;
- (?) пропорциональные;
- (?) параллельные;
- (?) распределенные;
- (?) обособленные;
- (!) горизонтальные;
- (?) первичные.

## Раздел 1.2. Организационное проектирование в условиях реструктуризации.

**Цель:** формирование навыков управления проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6), навыков документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8).

### Перечень изучаемых элементов содержания

Проектная структура управления, матричная структура управления, менеджеры, осуществляющие управление подразделениями, руководитель проекта, сочетание функционального и проектного принципа, проектные полномочия, руководители адаптивных структур, достоинства и недостатки проектных и матричных структур, принципы их построения, многомерные матричные структуры, двойная подчиненность персонала, формальная и неформальная информация, ограниченный срок жизни проекта,

ориентация на внешнего заказчика, ограниченный объем материально-финансовых ресурсов, проблема многоначалия. Оценка эффективности по видам деятельности, структуризация интересов групп влияния и их гармонизация, сценарий развития видов деятельности и сегментов внешней среды, система целей организации, набор стратегических альтернатив, оценка набора портфеля проектов, рейтингование альтернатив, оценка эффективности набора областей деятельности, декомпозиция стратегии, подразделения, ответственные за достижение главных целей организации, документирование организационной структуры управления.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Какими параметрами следует руководствоваться при выборе организационной проектной структуры?
2. Какими параметрами следует руководствоваться при выборе организационной матричной структуры?
3. Комплексный набор критериев и показателей эффективности системы управления.
4. Отличие организационной системы управления (ОСУ) программно-целевого типа от структур механистического типа.
5. Типичные недостатки управления российских компаний.
6. Четыре основных подхода выработки стратегии.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.2**

**Форма практического задания:** расчетное практическое задание

Пример расчетного практического задания к разделу 1.2

Подготовьте ответы на вопросы на основе разбора кейс задания (По книге А.Т. Зуб. Стратегический менеджмент). Вопросы:

1. Попробуйте сформулировать условия «правильного» и «неправильного» «отсечения лишнего».
2. Каковы возможные варианты дальнейшего развития сетевых структур в описанных удачных примерах «отсечения лишнего»?  
Какие стейкхолдеры (группы заинтересованных лиц) заинтересованы в том или ином варианте развития?

**Кейс: СТРАТЕГИЯ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ КОМПАНИИ. ОТСЕЧЕНИЕ ЛИШНЕГО**

Российские промышленные гиганты часто становятся неэффективными и начинают процесс разукрупнения. В специальной литературе по менеджменту этот процесс называется сокращением или отсечением лишнего — альтернативой, которую реже всего выбирают руководители и которую часто называют стратегией последнего средства. Причины прекрасно иллюстрирует опыт российских компаний.

Пример неудачного разукрупнения — опыт часового завода «Чайка». В результате реструктуризации, проведенной стараниями директора, «Чайка» превратилась в 18 самостоятельных юридических лиц: производство корпусов и браслетов отделилось от производства часовых механизмов; открытыми акционерными обществами стали даже бывшая котельная и склады. Предприятие, близкое к банкротству, платило деньги за использование собственных складов, по второму разу покупало хранящиеся там остатки. Задолженность в бюджет из-за дополнительных налоговых начислений на оборот между 18 маленькими «Чайками» росла космическими темпами — в 1997 г. она достигла 40 млн руб.

Другим путем пошел «АвтоВАЗ». Председатель совета директоров концерна Владимир Каданников в одном из интервью рассказывал: «Нам необходимо выделить хотя бы сам автозавод. Потому что есть еще два станкозавода, изготавливающих в числе прочего роботы для основного производства. Они... кормятся с автомобиля. Хотя должны кормиться



своим трудом, продавать станки не только «АвтоВАЗу», но и другим потребителям. Но стоит их превратить в юридические лица, как надо будет, покупая у них же необходимое нам оборудование, платить НДС и другие налоги. То есть необходим закон о сборе налогов с консолидированного баланса. Тогда нужное нам как воздух разукрупнение не привело бы к увеличению налогов, к потере прибыли, которой и без того катастрофически не хватает». Для решения проблемы разукрупнения руководство «АвтоВАЗа» создало так называемые бизнес-единицы с самостоятельным бюджетом. Эти подразделения можно легко превратить в самостоятельные юридические лица, когда будут созданы условия и соответствующее правовое поле для успешной работы.

Однако и такое разукрупнение приемлемо не для всех предприятий. Геннадий Калитин, коммерческий директор Шатурского мебельного комбината, рассказывает: «Теоретически с помощью бизнес-единиц решаются все проблемы: более мелкая единица — более эффективное распределение ресурсов, потому что ею легче управлять. Но мы, когда обсуждали это, поняли, что не готовы. В первую очередь из-за человеческого фактора. Сможет ли человек, который всю жизнь отвечал за выпуск продукта, вдруг научиться отвечать за прибыль? Далеко еще до этого». Поэтому руководство «Шатуры» нашло еще одно решение проблемы разукрупнения — создало совместное предприятие с иностранным производителем аналогичных изделий. «Они приходят со своим оборудованием, технологией, организацией производства, рынком сбыта. Мы получаем стабильную прибыль», — говорит генеральный директор комбината Валентин Зверев.

Еще один вариант разукрупнения — опыт кожевенно-обувного комбината «Вахруши». Здесь на базе подразделений комбината создали юридически самостоятельные предприятия и предоставили им в аренду основные фонды. «Мы не распродали, а оставили за собой основные фонды, — поясняет Александр Колодкин, гендиректор комбината. — Арендную плату установили минимальную, на уровне налога на имущество и на землю. Угробить новорожденное дитя налогами — дело нехитрое, но кому от этого будет легче? А мы хотели, чтобы сегодня там работало 50 человек, завтра — 100, послезавтра — 300». В результате появились АО «Вахруши-Союз», ООО «Лель», ЗАО «Кратос», ЗАО «Вереск», ООО «Торговый дом Вахруши» и др. Каждое из этих предприятий сегодня является прибыльным и успешно ведет конкурентную борьбу на своем сегменте рынка.

«КамАЗ» разработал свою схему разукрупнения. Рассказывает генеральный директор завода Иван Костин: «Наши западные кредиторы настаивали на том, чтобы всем заводам, входящим в состав ОАО «КамАЗ», была предоставлена полная юридическая самостоятельность и чтобы они были отпущены в свободное плавание, а там — кто выплывет, кто не выплывет. Это было невыполнимо. Предположим, выделили литейный завод, а он убыточный. Проходит полгода, чистых активов нет, завод — банкрот, что дальше? Нет литья — встал автосборочный завод, завод двигателей. Мы не могли этого допустить, мы сделали все, чтобы выплыли все. И у нас это получилось. Сегодня все девять заводов, кроме автомобильного, являются стопроцентными «дочками» КамАЗа, но имеют достаточную степень свободы для дозагрузки мощностей сторонними заказами при условии выполнения основного, для конвейера. Кроме того, когда стратегическим развитием занимается управляющая компания, проще найти инвестиции для освоения нового продукта, сбалансировав потоки. Хотя заводы могут искать инвесторов и напрямую. Мы готовы продать пакеты акций этих заводов под конкретные инвестиционные проекты. В общем, мы доказали нашим западным партнерам, что нельзя применять предложенную ими методику, просто надо более тщательно разобраться в управлении заводами и сохранить всю технологическую цепочку».

По подобному пути пошли и на заводе электроники и механики (ЗЭИМ). Стратегия заключалась в том, чтобы внутренние преобразования не опережали, но и не отставали от изменений, происходящих вовне. В 1989 г. у предприятия появилась первая дочерняя фирма, в 1990 г. их насчитывалось уже 12, потом еще 15. В настоящее время система насчитывает более 30 взаимосвязанных предприятий. О работе такой системы рассказывает генеральный директор Чебоксарского завода электроники и механики Станислав Ляпунов:

«Мы выбрали патронажную систему, но без права вмешательства в оперативную деятельность. Я не мог, скажем, прийти к директору и сказать: «Ты сделай так, а не иначе, и вот эти деньги отдай туда-то». В своих решениях, в том числе и финансовых, наши «дочки» всегда были самостоятельны. У директора есть выбор: сбросить все лишнее или дать шанс выплыть тем, кто на это способен. Когда закончился этап выращивания, мы, чтобы не провоцировать иждивенчество, выдвинули более жесткое условие: неконкурентен — умирай. Сначала это вызвало шок: как, вы согласны потерять вложенный капитал? И мы смогли объяснить, да, лучше потерять неэффективный капитал, чем делать то, что и сейчас продолжают делать многие предприятия, пытаясь поддерживать слабые звенья и умирая при этом сами».

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1.2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

(??) Что такое стратегия организации(??) Одиночный выбор.

- (?) вынужденный ход;
- (?) перераспределение полномочий;
- (!) генеральное направление движения организации;
- (?) взаимодействие звеньев.

Оформление работ, выполняемых в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.

Конкретные практические задания и задания для рубежного контроля определяются в учебно-методических материалах по работе обучающихся в электронной информационно-образовательной среде РГСУ с применением технологий электронного обучения по данной дисциплине, утверждаемых ежегодно факультетом.

### **5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

#### **5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет**, который проводится в **устной** форме.

#### **5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.**

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ОПК-3	Владеть способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления	Знать: основы проектирования организационных структур	Этап формирования знаний.
		Уметь: разрабатывать стратегии управления человеческими ресурсами организаций;	Этап формирования умений.

	человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия	распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия	
		Владеть: навыками планирования и реализации мероприятий	Этап формирования навыков и получения опыта.
ПК-5	Владеть способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	Знать: основы разработки функциональных стратегий	Этап формирования знаний.
		Уметь: анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний	Этап формирования умений.
		Владеть: навыками анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	Этап формирования навыков и получения опыта.
ПК-6	Владеть способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Знать: основы управления проектом, программой	Этап формирования знаний.
		Уметь: управлять проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Этап формирования умений.
		Владеть: навыками участия в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Этап формирования навыков и получения опыта.

ПК-8	Владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Знать: основы документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций	Этап формирования знаний.
		Уметь: документально оформить решения в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Этап формирования умений.
		Владеть: навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Этап формирования навыков и получения опыта.

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

<b>Код компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенций</b>	<b>Показатель оценивания компетенции</b>	<b>Критерии и шкалы оценивания</b>
ОПК-3; ПК-5; ПК-6; ПК-8	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов.  Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов;

			<p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.</p>
ОПК-3; ПК-5; ПК-6; ПК-8	Этап формирования умений.	Расчетное практическое задание и контрольная работа	<p>1. Оформление в соответствии с требованиями (1 балл);</p> <p>2. Выбор источников информации (1 балл);</p> <p>3. Умение ими пользоваться (1 балл);</p> <p>4. Анализ и выводы, отражающие суть изучаемого явления с указанием конкретных результатов (2 балла)</p> <p>Максимальная оценка - 5 баллов</p>
ОПК-3; ПК-5; ПК-6; ПК-8	Этап формирования навыков и получения опыта.	Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	

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

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Теоретический блок вопросов:

1. Понятие организационной структуры.
2. Системный и процессный подходы в проектировании организационных структур.
3. Требования к построению организационных структур.
4. Соотношение организационных структур и форм организации бизнеса.
5. Ключевые типы структур управления организациями.
6. Механизм координации подразделений в современных компаниях. Типы связей.
7. Принципы и методы построения организационных структур управления.

8. Уровни анализа и исследования организационной структуры.
9. Формальная и неформальная организационные структуры.
10. Организационные структуры на базе стратегических единиц бизнеса.
11. Бюрократическая структура управления.
12. Органическая структура управления.
13. Понятие адаптивных организационных структур.
14. Матричная и проектная организационные структуры.
15. Организационные единицы и их виды. Распределение полномочий и ответственности.
16. Взаимоотношения организационных единиц, вертикальные и горизонтальные связи.
17. Первичные количественные показатели организационной структуры.
18. Экспертная оценка организационных структур управления,
19. Влияние организационной культуры на построение организационных структур.
20. Гармонизация интересов заинтересованных групп и коммуникационные каналы в организационном проектировании.

#### Аналитическое задание

1. Какими параметрами следует руководствоваться при выборе организационной проектной структуры?
2. Какими параметрами следует руководствоваться при выборе организационной матричной структуры?
3. Какими преимуществами и недостатками обладает бюрократическая структура управления?
4. Предложите систему показателей оценки эффективности деятельности маркетинговой службы, созданной на основе матричной структуры.
5. Предложите систему оценки эффективности деятельности организации, реализующей проект в рамках матричной структуры.
6. Сопоставьте этапы формирования проекта с фазами жизненного цикла организации.
7. Обоснуйте роль стейкхолдеров в организационном проектировании.
8. Обоснуйте влияние внешней среды на формы организационного проектирования.
9. Проанализируйте основные подходы к организационному структурированию в современных

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

## **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины.**

### **6.1. Основная литература.**

1. Кочеткова, А. И. Организационное поведение и организационное моделирование в 3 ч. Часть 3. Комплексные методы адаптивного организационного поведения : учебник и практикум для вузов / А. И. Кочеткова, П. Н. Кочетков. — 6-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 207 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08250-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452255>

### **6.2. Дополнительная литература**

2. Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 422 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00725-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450229>

3. Кузнецова, Е. В. Управление портфелем проектов как инструмент реализации корпоративной стратегии : учебник для вузов / Е. В. Кузнецова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07425-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451359>

4. Поляков, Н. А. Управление инновационными проектами : учебник и практикум для вузов / Н. А. Поляков, О. В. Мотовилов, Н. В. Лукашов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 330 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00952-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450564>

## **7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
Диссертационный зал Российской государственной библиотеки	В настоящее время Электронная библиотека диссертаций РГБ содержит более 620 000 полных текстов диссертаций и авторефератов	<a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a> Доступ по регистрации в читальном зале Университета.
Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ

Научное наследие России	Библиотека содержит научные труды известных российских и зарубежных ученых и исследователей, работавших на территории России. Программа Президиума РАН.	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ
Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	<a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ
Библиотека юридической литературы	Электронная библиотека открытого доступа (монографии, диссертации, книги, статьи, новости и аналитика, конспекты лекций, рефераты, учебники).	<a href="http://pravo.eup.ru/">http://pravo.eup.ru/</a> 100% доступ

### 7.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Диссертационный зал Российской государственной библиотеки	<a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a> Доступ по регистрации в читальном зале Университета.



Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ
Научное наследие России	<a href="http://e-heritage.ru/index.html">http://e-heritage.ru/index.html</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ
Cyberleninka	<a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ
Библиотека юридической литературы	<a href="http://pravo.eup.ru/">http://pravo.eup.ru/</a> 100% доступ
Консультант плюс	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>

## 8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Организационное проектирование» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

– узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

– консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач;

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

## ***9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине***

### ***9.1. Информационные технологии***

1. Персональный компьютер.
2. Сотовый телефон.
3. Проектор.

### ***9.2. Программное обеспечение***

Microsoft Office (Word, Excel),

### ***9.3. Информационные справочные системы***

<b>№№</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ

		заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.book.ru">http://www.book.ru</a> 100% доступ
6.	База данных East View	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
7.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	<a href="http://webofknowledge.com;">http://webofknowledge.com;</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
9	Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина	Общегосударственное электронное хранилище цифровых копий важнейших документов по истории, теории и практике российской государственности, русскому языку, а также мультимедийных образовательных, научно-образовательных, культурно-просветительских и информационно-аналитических ресурсов.	<a href="https://www.prlib.ru/">https://www.prlib.ru/</a> Доступ в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета.

10	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	<a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a> доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
11.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	<a href="http://eduvideo.online">http://eduvideo.online</a> 100% доступ

### **10. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Для изучения дисциплины (модуля) «Организационное проектирование» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата) используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Помещения для самостоятельной работы обучающихся:** оснащены рабочим местом в компьютерном классе с выходом в сеть Интернет.

### **11. Образовательные технологии**

При реализации дисциплины (модуля) «**Организационное проектирование**» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) «**Организационное проектирование**» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме *деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций* в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) «Организационное проектирование» предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины (модуля) «Организационное проектирование» предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) «**Организационное проектирование**» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

**Лист регистрации изменений**


№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие на основании решения Ученого совета РГСУ и Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.01.2016 № 7	Протокол заседания Ученого совета № 13 от «02» июля 2020 года	01.09.2020
2			
3			
4			



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**



«УТВЕРЖДАЮ»  
И.о. декана факультета управления

  
Д.К. Танатова  
«2» июля 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ФОРМИРОВАНИЕ МАРОЧНОГО КАПИТАЛА**

**Направление подготовки:**  
**38.03.02 – Менеджмент**

**Направленность (профиль):**  
**Управление маркетингом**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА**  
**БАКАЛАВРИАТА**

**Уровень профессионального образования**  
**Высшее образование - бакалавриат**

**Форма обучения**  
**Очная**

Москва 2020

Рабочая программа дисциплины «**Формирование марочного капитала**» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.01.2016 №7, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования.

Рабочая программа дисциплины разработана кандидатом социологических наук, доцентом факультета управления Кабановой Еленой Евгеньевной.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы к.соц.н, доцент, доцент факультета управления



Т.А. Евстратова

Рабочая программа дисциплины обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета. Протокол №13 от «2» июля 2020 г.

И.О. декана факультета  
Доктор социологических наук,  
профессор



Д.К. Танатова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

Акционерное общество «АНКОР»  
Заместитель генерального директора



Т. Баскина

(подпись)


Закрытое акционерное общество «ЭКОПСИ Консалтинг»  
Директор проектов



С.В. Баранов

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового университета при Правительстве РФ



И.Ю. Беляева

Д.с.н., профессор  
Профессор кафедры менеджмента и административного управления



О.А. УРЖА

(подпись)

Согласовано  
Научная библиотека, директор



И.Г. МАЛЯР

## СОДЕРЖАНИЕ:

1. Общие положения .....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины. ....	4
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	4
1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы. ....	4
2. Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося.....	5
3. Содержание дисциплины.....	6
3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения .....	6
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	7
4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	7
4.2 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	8
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	19
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине. ....	19
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. ....	19
5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	21
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы .....	22
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	24
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины	24
6.1. Основная литература.....	24
6.2. Дополнительная литература: .....	25
7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины .....	25
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	25
9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	26
9.1. Информационные технологии .....	26
9.2. Программное обеспечение (при необходимости).....	26
9.3. Информационные справочные системы (при необходимости).....	26
10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине ...	28
11. Образовательные технологии .....	28
Лист регистрации изменений .....	30



## 1. Общие положения

### 1.1. Цель и задачи дисциплины.

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний об основных подходах к формированию марочного капитала коммерческой организации, принципах, технологиях разработки, построения, оценки и управления марочным капиталом.

#### Задачи дисциплины:

- научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;
- научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.

### 1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина «Формирование марочного капитала» реализуется в части основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент очной форме обучения.

Изучение дисциплины «Формирование марочного капитала» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Проектный менеджмент», «Разработка программ лояльности», «Организационный менеджмент», «Разработка и управление start up проектами», «Социальные и коммуникационные технологии в управлении», «Маркетинг территории» и др.

Изучение дисциплины «Формирование марочного капитала» является базовым для последующего освоения программного материала дисциплин: «Маркетинговые коммуникации», «Управление продажами», «Управление взаимоотношениями с клиентами».

### 1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих **профессиональных** компетенций:

- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
ПК-6	способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Знать: модели и методы управления проектом на стадиях его разработки и реализации, их возможности и ограничения, порядок использования; основные процессы и подсистемы проектного управления; формы организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации.
		Уметь: использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки; использовать

		проектный анализ; организовывать систему управления проектом; контролировать ход выполнения проекта
		Владеть: арсеналом современного инструментария управления проектами; навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией; управлять поставками, рисками и человеческими ресурсами при управлении проектами; методами и приемами анализа управленческих процессов
ПК-8	владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Знать: основные термины, методы управления проектами, стандарты управления проектами; формы организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации
		Уметь: использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки; документально оформлять решения в управлении проектами.
		Владеть: методологией формализации управления проектом; навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией; управлять поставками, рисками и человеческими ресурсами проекта.

## 2. Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		7
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>162</b>	<b>162</b>
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем		
Учебные занятия лекционного типа	36	36
Учебные занятия семинарского типа	54	54
ИКР	72	72
Лабораторные занятия	0	0
<b>Самостоятельная работа обучающихся*, всего</b>	<b>126</b>	<b>126</b>
В том числе:		
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	54	54
Выполнение практических заданий	54	54
Рубежный текущий контроль	18	18

<b>Вид промежуточной аттестации, контроль (час)</b>	<b>Экзамен 36</b>	<b>Экзамен 36</b>
<b>Общая трудоемкость дисциплины, з.е.</b>	<b>9</b>	<b>9</b>

### 3. Содержание дисциплины

#### 3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Объем учебных занятий составляет 324 часов.

Объем самостоятельной работы, в том числе часов на контроль – 162 часа.

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						Контактная работа обучающихся с преподавателем
	Всего	Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация (СРС + контроль)	Контактная работа обучающихся с преподавателем				
			Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия	
Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 2. Создание марочных товаров.	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 8. Капитал бренда	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров	36	18	18	4	6	0	8
<b>Общий объем, часов</b>	<b>324</b>	<b>162</b>	<b>162</b>	<b>36</b>	<b>54</b>	<b>0</b>	<b>72</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>экзамен</b>						

#### 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

##### 4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

##### Очная форма обучения

Раздел, тема	Всего СРС + контроль	Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль						
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут.)
Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	2
Раздел 2. Создание марочных товаров.	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	2
Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	2
Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	4
Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	4
Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	4

			изучение раздела в ЭИОС				контроля по усмотрению преподавателя	
Раздел 7. Организационно- методические аспекты процесса создания бренда	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	4
Раздел 8. Капитал бренда	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	4
Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	4
<b>Общий объем, часов</b>	<b>162</b>	<b>54</b>		<b>54</b>		<b>18</b>		<b>36</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>		<b>экзамен</b>						

#### 4.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

##### Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

##### Тема 1.1. История торговой марки.

##### Перечень изучаемых элементов содержания

Геральдика. Товарное обозначение. Торговый знак. Торговая марка. Товарный знак.

##### Вопросы для самоподготовки:

1. Родовая геральдика Средних веков.
2. Символы, используемые в геральдике.
3. Торговая и цеховая геральдика.
4. Эволюция форм товарного обозначения.
5. Истоки торгового знака.
6. Прообразы товарного знака.
7. Первые товарные знаки.
8. История торговых марок в России.
9. Появление в России понятие о товарном знаке.
10. Относительный порядок в знаковом хозяйстве.
11. Товарные знаки конца XIX в.

##### Тема 1.2. Марочные товары: основные понятия и содержание.

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Марочный знак. Бренд. Товарный менеджмент. Знаковые системы. Символы. Иконы. Индексы. Эмблемы. Пиктограммы. Идеограммы.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Торговая марка в современном мире.
2. Элементы торговой марки.
3. Товарный знак, марочный знак, торговая марка и бренд.
4. Общее и особенное бренда и торговой марки.
5. Критерии выделения брендов.
6. Соотношение понятий «бренд» и «товарный знак».
7. Товарный менеджмент марочных товаров в современных условиях.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1**

#### **Форма практического задания: реферат**

#### **Примерный перечень тем:**

1. Родовая геральдика Средних веков.
2. Символы, используемые в геральдике.
3. Торговая и цеховая геральдика.
4. Эволюция форм товарного обозначения.
5. Истоки торгового знака.
6. Прообразы товарного знака.
7. Первые товарные знаки.
8. История торговых марок в России.
9. Появление в России понятие о товарном знаке.
10. Относительный порядок в знаковом хозяйстве.
11. Товарные знаки конца XIX в.
12. Определение знака и знаковые системы.
13. Классификация знаковых систем.
14. Символы, иконы, индексы, эмблемы, пиктограммы, идеограммы.
15. Соотношение понятий бренд и торговая марка. Специфика терминологий.
16. Основные характеристики и функции торговой марки
17. Торговая марка в современном мире.
18. Элементы торговой марки.
19. Товарный знак, марочный знак, торговая марка и бренд.
20. Общее и особенное бренда и торговой марки.
21. Критерии выделения брендов.
22. Соотношение понятий «бренд» и «товарный знак».
23. Товарный менеджмент марочных товаров в современных условиях.

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

#### **Пример тестового задания**

- (??)Имя торговой марки – это.....:
- (?)Название, определяющее торговую марку и. как правило стоящую за ней организацию, ассортимент товаров или набор услуг
- (?)Гермин, описывающий сущность всей совокупности характеристик торговой марки
- (?)Гермин, характеризующий финансовую стоимость торговой марки
- (?)Название, определяющее организацию, ее ассортимент и набор услуг

#### **Раздел 2. Создание марочных товаров**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;

научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

### **Тема 2.1. Разработка и этапы создания торговой марки.**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Торговая марка. Пирамида торговой марки. Идентификация марки. Ценности торговой марки. Товар.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Разработка торговой марки.
2. Этапы создания торговой марки.
3. Технология создания торговой марки.
4. Пирамида торговой марки.
5. Идентификация марки и разработка ее концепции.
6. Понятия «идентификация марки» и «образ марки».
7. Основные элементы призмы идентификации торговой марки.
8. Факторы, влияющие на процесс идентификации торговой марки.
9. Алгоритм создания торговой марки.
10. Сравнительные параметры товара и его торговой марки.
11. Понятие ценности торговой марки.
12. Составляющие ценности торговой марки.

### **Тема 2.2. Этапы создания бренда и принципы эффективного брендинга**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Бренд. Позиционирование. Логотип. Марочное имя. Цветовая гамма. Слоган. Лицо марки. Имидж. Упаковка. Звук.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Создание бренда.
2. Позиционирование бренда.
3. Факторы позиционирования бренда.
4. Понятие «сильный бренд».
5. Атрибуты бренда: марочное имя, графическая составляющая (логотип), цветовая гамма, объемная составляющая (упаковка), звуковая составляющая, слоган, лицо марки.
6. Ценности, чувства, характер, ассоциации бренда.
7. Имидж бренда.
8. Способы и модели разработки бренда.
9. Критерии «сильной» торговой марки.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2**

### **Форма практического задания: реферат**

#### **Примерный перечень тем:**

1. Разработка торговой марки.
2. Этапы создания торговой марки.
3. Технология создания торговой марки.
4. Пирамида торговой марки.
5. Идентификация марки и разработка ее концепции.
6. Понятия «идентификация марки» и «образ марки».
7. Основные элементы призмы идентификации торговой марки.
8. Факторы, влияющие на процесс идентификации торговой марки.
9. Алгоритм создания торговой марки.
10. Сравнительные параметры товара и его торговой марки.
11. Понятие ценности торговой марки.
12. Составляющие ценности торговой марки.
13. Создание бренда.

14. Позиционирование бренда.
15. Факторы позиционирования бренда.
16. Понятие «сильный бренд».
17. Атрибуты бренда: марочное имя, графическая составляющая (логотип), цветовая гамма, объемная составляющая (упаковка), звуковая составляющая, слоган, лицо марки.
18. Ценности, чувства, характер, ассоциации бренда.
19. Имидж бренда.
20. Способы и модели разработки бренда.
21. Критерии «сильной» торговой марки.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

### Пример тестового задания

(?) Термин в маркетинге, символизирующий весь комплекс информации о компании, продукте или услуге – это.....:

- (?) логотип
- (?) товарная марка (товарный знак)
- (?) торговая марка
- (!) бренд

### **Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

#### **Тема 3.1. Основные стратегии развития и продвижения торговых марок.**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Архитектура марок. Стратегия. Марка-продукт. Марка-линия. Марка-гамма. Марка-зонтик. Марка-источник.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Типология марочных товаров (архитектура марок).
2. Стратегия «марка - продукт».
3. Преимущества стратегии «марка - продукт». Недостатки стратегии марки - продукта.
4. Стратегия «марка – линия».
5. Преимущества стратегии «марка - линия». Недостатки стратегии «марка – линия».
6. Стратегия «марка – гамма».
7. Преимущества стратегии «марка - гамма». Недостатки стратегии «марка – гамма».
8. Стратегия «марка – зонтик».
9. Преимущества стратегии «марка - зонтик». Недостатки стратегии «марка – зонтик».
10. Стратегия «марка – источник».
11. Преимущества стратегии «марка - источник». Недостатки стратегии «марка – источник».
12. Стратегия «марка – поручительство» и ее преимущества.

#### **Тема 3.2. Как построить стратегию продвижения бренда?**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Ситуационный анализ. Тенденции развития рынка. Конкуренты. Потребитель. Бренддинг. Бренднговое агенство. Реклама. Имидж. Аудитория. Доверие. Сплоченность персонала. Продажи. Pull. Push.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Зачем нужна стратегия продвижения бренда?
2. Какая главная цель бренда?



3. Какие шаги нужно предпринять для достижения главной цели?
4. Для кого создан бренд, и как можно увеличить степень вовлеченности клиентов/покупателей?
5. Проведение маркетинговых исследований.
6. Формирование целей и задач стратегии продвижения бренда.
7. Выработка метода продвижения.
8. Выбор инструментов, необходимых для внедрения стратегии.
9. Внедрение и усовершенствование.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3**

**Форма практического задания: расчетное практическое задание**

#### **Примерные задания:**

Выберите любую товарную марку для следующих товаров:

- подгузники для детей;
- макарон;
- печенье;
- минеральная вода;
- автомобиль.

Опишите достоинства и недостатки каждой выбранной вами товарной марки? Предложите свои мероприятия для каждого выше названного товара по улучшению брендинга?

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

(?) В число методов маркетингового исследования не входит.....:

- (?) наблюдением
- (?) опрос
- (?) анкета
- (?) эксперимент

#### **Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

##### **Тема 4.1. Рыночная атрибутика товаров: сущность и особенности.**

###### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Имя торговой марки. Ассоциации. Рекламодатель. Цвет. Композиция. Семантика.

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Основные составляющие внешней атрибутики торговой марки.
2. Этапы процесса создания имени торговой марки.
3. Основные требования и критерии отбора имени торговой марки.
4. Виды марочных названий и приемы их создания.
5. Имя торговой марки и ассоциации.
6. Основные требования, предъявляемые к марочному названию.
7. Марочный знак, понятие, роль.
8. Функции марочного знака для рекламодателя.
9. Требования к марочному знаку.
10. Значение цвета во внешних атрибутах торговой марки.
11. Цветовые особенности визуальной составляющей торговой марки.

##### **Тема 4.2. Виды марочных названий и приемы их создания**

## **Перечень изучаемых элементов содержания**

Метонимия. Символизация. Воспоминания. Кодак. Ритмическая модуляция.

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Как применяется заимствование слов или фраз в процессе создания марочных названий.
2. Применение метонимии в процессе создания марочных названий.
3. Символизация как прием в процессе создания марочных названий.
4. Обращение к воспоминаниям в процессе создания марочных названий.
5. Как применяется ритмическая модуляция в процессе создания марочных названий.
6. Использование юмора как прием в процессе создания марочных названий.
7. Конструирование новых слов или названий (Кодак).
8. Процесс конструирования.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4**

### **Форма практического задания: реферат**

#### **Примерный перечень тем:**

1. Основные составляющие внешней атрибутики торговой марки.
2. Этапы процесса создания имени торговой марки.
3. Основные требования и критерии отбора имени торговой марки.
4. Виды марочных названий и приемы их создания.
5. Имя торговой марки и ассоциации.
6. Основные требования, предъявляемые к марочному названию.
7. Марочный знак, понятие, роль.
8. Функции марочного знака для рекламодателя.
9. Требования к марочному знаку.
10. Значение цвета во внешних атрибутах торговой марки.
11. Цветовые особенности визуальной составляющей торговой марки.
12. Как применяется заимствование слов или фраз в процессе создания марочных названий.
13. Применение метонимии в процессе создания марочных названий.
14. Символизация как прием в процессе создания марочных названий.
15. Обращение к воспоминаниям в процессе создания марочных названий.
16. Как применяется ритмическая модуляция в процессе создания марочных названий.
17. Использование юмора как прием в процессе создания марочных названий.
18. Конструирование новых слов или названий (Кодак).
19. Процесс конструирования.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

#### **Пример тестового задания**

(?)К внешним атрибутам марки относится - .....

- (?)имя марки;
- (?)марочная эмблема;
- (?)логотип;
- (?)марочный знак.

## **Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве.**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

## **Тема 5.1. Рекламно-коммуникационная деятельность**

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Реклама. Рекламная деятельность. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью. Директ-маркетинг. Тотальные коммуникации.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Сущность рекламной деятельности.
2. Что включает в себя комплекс маркетинговых коммуникаций.
3. Цель рекламы.
4. Особенности стимулирования сбыта.
5. Основные понятия и содержание директ-маркетинга.
6. Связи с общественностью: роль и особенности.
7. Что означает определение «сопутствующие мероприятия»?

## **Тема 5.2. Проблемы и посткризисные векторы развития**

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Маркетинг. Информационная революция. Кластер. Инновации. Инновационные маркетинговые технологии. Управление брендом.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Эрозия традиционного маркетинга.
2. Информационная революция.
3. Возникновение принципиально новой общественной среды.
4. Кластеризация коммуникационного бизнеса.
5. Особая значимость инноваций в самом брендинге.
6. Необходимость новых ресурсов.
7. Дефицит кадров, отвечающих требованиям сегодняшнего дня.
8. Сильные бренды.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 5**

### **Форма практического задания: расчетное практическое задание**

Примерные задания:

1. Составление пресс-релиза. Для заданных ситуаций определите стратегию PR: определите возможную аудиторию, выберите коммуникационные средства для размещения пресс-релиза. Составьте краткий пресс-релиз.

Исходные ситуации:

1. Предприятие завершило выполнение крупнейшего заказа на поставку своей мебели в рестораны быстрого питания (бренд), расположенные по всей территории России. Получение новых заказов такого масштаба пока не предполагается. Предприятие вынуждено вдвое сократить свой штат.
2. Часть тракторного завода приватизирована и выкуплена его руководством, которое создало совместное с Венгрией предприятие по производству автобусных коробок передач для продажи их в Венгрии, России и Восточной Европе. Оно планирует со временем освоить и другие международные рынки.
3. Видный деятель правительства приезжает с визитом на градообразующее предприятие. Это событие происходит за неделю до выборов в органы местного управления.
4. Сотрудница российского государственного силового ведомства отказывается от годового контракта, связанного со статусом «Мисс мира», который она завоевала в текущем году. Такой отказ связан с расторжением контракта, предусматривающим участие победительницы в серии публичных мероприятий и наносит прямой и косвенный ущерб устроителям конкурса.
5. Приватизированное предприятие со штатом 1000 человек и являющееся градообразующим выкуплено компанией, по слухам, принадлежащей известному финансовому олигарху. Вновь назначенное высшее руководство предприятия намечает

кардинальные реформы, в том числе перепрофилирование, смену менеджмента и сокращение 450 работающих.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

(??)Целью PR является.....:

Одиночный выбор

(?)завоевание выгодных сегментов рынка;

(?)материальное стимулирование труда.

(!)установление двустороннего общения и достижение взаимопонимания, основанного на правде, знании и полной информированности

(?)все ответы верны

### **Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

#### **Тема 6.1. Характеристика стоимости марочных товаров.**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Стоимость торговой марки. Интеллектуальная собственность. Нематериальные активы. Сила бренда. Ценовая политика. Налогообложение.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Стоимость торговой марки и марочных товаров.
2. Интеллектуальная собственность и ее влияние на стоимость компании.
3. Нематериальные активы компании.
4. Понятия «марочный капитал», его специфика в сравнении с другими активами компании.
5. Оценочные величины, характеризующие торговую марку.
6. Имидж марочных товаров и уровни анализа имиджа торговой марки.
7. Сила бренда.
8. Индикаторы силы торговой марки.

#### **Тема 6.2. Методы оценки стоимости марочных товаров**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Затраты. Доходы. Лояльность потребителей. Влияние конкурентов. Товары повседневного спроса. Товары предварительного выбора. Товары особого спроса. Товары пассивного спроса. Метод Premium profit. Метод Relief – from Royalty. Методика Lokator.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Общие подходы к стоимостной оценке марочного капитала.
2. Перечислить и описать методы оценки стоимости марочных товаров.
3. Содержание методик Premium profit, Relief – from Royalty, Lokator.
4. Российская практика оценки марочных товаров.
5. Показатели экономического эффекта торговой марки.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 6 Форма практического задания: реферат.**

**Примерный перечень тем:**

1. Стоимость торговой марки и марочных товаров.
2. Интеллектуальная собственность и ее влияние на стоимость компании.
3. Нематериальные активы компании.

4. Понятия «марочный капитал», его специфика в сравнении с другими активами компании.
5. Оценочные величины, характеризующие торговую марку.
6. Имидж марочных товаров и уровни анализа имиджа торговой марки.
7. Сила бренда.
8. Индикаторы силы торговой марки.
9. Общие подходы к стоимостной оценке марочного капитала.
10. Перечислить и описать методы оценки стоимости марочных товаров.
11. Содержание методик Premium profit, Relief – from Royalty, Lokator.
12. Российская практика оценки марочных товаров.
13. Показатели экономического эффекта торговой марки.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

- (?)Сила марки не определяется: .....:
- (?)наименование марки
- (?)местом продукта в классификации по Коупленду в отношении распределения
- (?)лояльностью марке
- (?)предпочтением марки

**Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

**Тема 7.1. Методика разработки бренда**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

Бренд. Колесо бренда. Процесс создания бренда. Позиция бренда. Стратегия бренда.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Методика разработки бренда «Колесо бренда».
2. Методика создания бренда В.Балашова.
3. Определение стратегии бренда.
4. Позиционирование бренда – как этап создания бренда.
5. Методика создания бренда агентства BrandAid.
6. Концепция построения бренда STP.
7. Основные критерии сегментации целевой аудитории.
8. Карта позиционирования в рамках двух осей.

**Тема 7.2. Модели построения брендов.**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

Имидж бренда. Искренность бренда. Индивидуальность бренда. Ценность торговой марки. Персонафикация. Потребительские мотивы. Конкурентное окружение. Определитель бренда. Инсайт.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Модель Ф.Котлера «3I» бренда.
2. Молекулярная модель построения бренда компании Procter & Gamble.
3. Модель построения бренда «Unilever Brand Key».
4. Сущность понятия «инсайт».

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 7**

**Форма практического задания: реферат**

### **Примерный перечень тем:**

1. Методика разработки бренда «Колесо бренда».
2. Методика создания бренда В.Балашова.
3. Определение стратегии бренда.
4. Позиционирование бренда – как этап создания бренда.
5. Методика создания бренда агентства BrandAid.
6. Концепция построения бренда STP.
7. Основные критерии сегментации целевой аудитории.
8. Карта позиционирования в рамках двух осей.
9. Модель Ф.Котлера «3I» бренда.
10. Молекулярная модель построения бренда компании Procter & Gamble.
11. Модель построения бренда «Unilever Brand Key».
12. Сущность понятия «инсайт».

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 7: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

#### Пример тестового задания

- (??) Неверно, что метод сегментации «5W» включает в себя вопрос – .....:
- (?) где?
- (?) почему?
- (?) как?
- (?) что?

### **Раздел 8. Капитал бренда**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

#### **Тема 8.1. Поддержание капитала бренда**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Элементы капитала бренда. Узнавание. Вспоминание. Приоритетное вспоминание. Доминирование марочного названия. История компании. Ручное производство.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Осведомленность или узнаваемость о бренде.
2. Лояльность к бренду.
3. Типы лояльности.
4. Пять уровней лояльности к бренду по Д. Аакеру.
5. Воспринимаемое качество.
6. Ассоциации с брендом.
7. Вспоминание и приоритетное вспоминание: сущность и особенности.
8. Механизмы подкрепления воспринимаемого качества.
9. Модель «кладбища» брендов.
10. Продвижение, основанное на известных клиентах и заказчиках.

#### **Тема 8.2. Жизненный цикл бренда**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Проникновение бренда на рынок. Рост. Зрелость бренда. Спад продаж. Возрождение бренда. Уничтожение бренда. Бренд-«звезда». Бренд-«дойная корова». Бренд-«дикая кошка». Бренд-«собака».

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Описать этапы жизненного цикла бренда.
2. Охарактеризовать бренд-«звезда».

3. Сущность бренд-«дойная корова».
4. Особенности бренд-«дикая кошка».
5. Что обозначает бренд-«собака».
6. Управление брендом с помощью концепции жизненного цикла товара
7. Расширение ассортиментной линии в существующей товарной категории.
8. Способы расширения бренда.
9. Совместный брендинг: сущность и особенности.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 8**

**Форма практического задания: расчетное практическое задание.**

### **Примеры заданий:**

Приведите и опишите примеры по подкреплению воспринимаемого качества.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 8: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

(?)В жизненном цикле бренда отсутствует – .....

(?)зрелость и спад

(?)изменение

(?)внедрение на рынок

(?)верны все ответы

### **Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

#### **Тема 9.1. Товарный знак и знак обслуживания, их правовая охрана**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Недобросовестная конкуренция. Репутация. Подделки. Фальсификация. Имитация. Контрафакт. Интеллектуальная собственность.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Защита марочных товаров от недобросовестной конкуренции.
2. Закон РФ «О защите конкуренции».
3. Ограничение методов нанесения ущерба деловой репутации.
4. Виды подделок: фальсификация и имитация торговых марок.
5. Понятие контрафактного товара.
6. Ответственность нарушителей прав интеллектуальной собственности.
7. Международные соглашения в области защиты товарных знаков.
8. Общественное регулирование прав интеллектуальной собственности.

#### **Тема 9.2. Регистрация товарного знака**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Роспатент. Экспертиза. Регистрация товарного знака. Идентификационный знак. Ослабление.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Российское агенство по патентам и товарным знакам (Роспатент).
2. Что включает в себя экспертиза товарных знаков?
3. Сущность и особенности регистрации товарного знака.
4. Судебные процессы по защите товарного знака.
5. Потеря товарного знака.
6. Что обозначает ослабление?

7. Разновидности нарушения права на торговую марку в Сети.
8. Срок регистрации товарного знака.

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 9

**Форма практического задания: расчетное практическое задание.**

### Примеры заданий:

Рассмотреть судебные разбирательства, которые проходили в области брендинга. Описать суть конфликта, участников судебного разбирательства, решение суда.

## РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 9: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(?)Выберите неправильное утверждение:

(?)Торговый знак является обозначением, которое может быть использовано для различения товаров и услуг, предлагаемых одной компанией, от товаров и услуг, предлагаемых другими компаниями.

(?)Регистрация торгового знака является обязательным условием для охраны знака в различных странах мира.

(?)Регистрация торгового знака, как правило, действительна на протяжении 10 лет, и может быть продлена неограниченное число раз при условии своевременной уплаты пошлин за продление срока действия регистрации.

(?)Торговый знак предоставляет своему правообладателю охрану, гарантируя исключительное право использовать знак для идентификации товаров и услуг, или разрешать такое использование за плату иным лицам.

## 5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

### 5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине.

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является экзамен, которые проводится в устной форме.

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

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-6	способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Знать: модели и методы управления проектом на стадиях его разработки и реализации, их возможности и ограничения, порядок использования; основные процессы и подсистемы проектного управления; формы организации труда над проектом в ходе	Этап формирования знаний



		его разработки и реализации.	
		Уметь: использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки; использовать проектный анализ; организовывать систему управления проектом; контролировать ход выполнения проекта	Этап формирования умений.
		Владеть: арсеналом современного инструментария управления проектами; навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией; управлять поставками, рисками и человеческими ресурсами при управлении проектами; методами и приемами анализа управленческих процессов	Этап формирования навыков и получения опыта.
ПК-8	владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Знать: основные термины, методы управления проектами, стандарты управления проектами; формы организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации	Этап формирования знаний
		Уметь: использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его	Этап формирования умений.

		концептуальной проработки; документально оформлять решения в управлении проектами.	
		Владеть: методологией формализации управления проектом; навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией; управлять поставками, рисками и человеческими ресурсами проекта.	Этап формирования навыков и получения опыта.

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

<b>Код компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенций</b>	<b>Показатель оценивания компетенции</b>	<b>Критерии и шкалы оценивания</b>
ПК-6; ПК-8	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов.  Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно

			правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.
ПК-6; ПК-8	Этап формирования умений.	Расчетное практическое задание и контрольная работа	1. Оформление в соответствии с требованиями (1 балл); 2. Выбор источников информации (1 балл); 3. Умение ими пользоваться (1 балл); 4. Анализ и выводы, отражающие суть изучаемого явления с указанием конкретных результатов (2 балла) Максимальная оценка - 5 баллов
ПК-6; ПК-8	Этап формирования навыков и получения опыта.	Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	

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

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Теоретический блок вопросов:

1. Понятие торговой марки и другие, связанные с ней понятия.
2. Экономическая функция торговой марки.
3. Информационно-рекламная функция торговой марки.
4. Функция престижа торговой марки.
5. Значение торговой марки для снижения риска покупателя.
6. Понятие брендинга и его содержание (на примере торговой марки).
7. Бренд-менеджмент и его роль на современном рынке.
8. Торговая марка производителя товаров и особенности управления.
9. Терминология торговой марки: общее и отличное.
10. Функции торговой марки.
11. Категории товаров и их потребность в торговой марке.
12. Потребительские функции торговой марки.
13. Структура и границы торговой марки.
14. Этапы разработки торговой марки.
15. Понятие миссии торговой марки.
16. Концепция торговой марки.
17. Идентификация торговой марки (призма идентификации на примере конкретной торговой марки).

18. Формирование имиджа торговой марки.
19. Миф торговой марки (на примере конкретной торговой марки).
20. Лицо марки (на примере конкретной торговой марки).
21. Персонаж марки (на примере конкретной торговой марки).
22. Ошибки при создании торговой марки.
23. Активы марки.
24. Понятие и факторы «сильной марки».
25. Внешние атрибуты торговой марки.
26. Имя марки. Источники имени марки. Критерии выбора имени марки (лингвистический, семантический, юридический).
27. Характеристики эффективных названий торговых марок.
28. Типология торговых марок.
29. Понятие жизненного цикла торговой марки.
30. Этапы управления торговой маркой. Особенности управления торговой маркой на различных этапах ее жизненного цикла.
31. Позиционирование торговой марки.
32. Стратегии продвижения торговой марки.
33. Системы коммуникации торговой марки.
34. Формы и методы поддержки лояльности потребителя к торговой марке.
35. Понятие локальной и глобальной торговых марок.
36. Понятие мультимарки. Политика продвижения мультимарок.
37. Особенности управления международной торговой маркой.
38. Классификация современных торговых марок в России.
39. Сопоставление факторов, влияющих на покупательское поведение (соединить стрелками)

#### Аналитическое задание

1. Брендинг как процесс формирования предпочтения торговой марке или корпорации.
2. Понятия товарного и корпоративного брендинга.
3. Понятие, структура и формальные признаки бренда.
4. Бренд как маркетинговое понятие.
5. Рациональные, ассоциативные, эмоциональные и поведенческие элементы в структуре бренда.
6. Функциональные, индивидуальные, социальные и коммуникативные качества бренда
7. Атрибуты бренда.
8. Содержание бренда как коммуникационный процесс.
9. Коммуникативные барьеры между товаром и потребителем.
10. Бренд как семиотический треугольник: денотат (предмет) – означающее – означаемое.
11. Бренд как социальный миф о товаре.
12. Социально-психологические аспекты брендинга.
13. Отношения потребителя и бренда как межличностные отношения.
14. Брендинг как практика разработки, реализации и развития бренда.
15. Анализ рыночной ситуации и создание пространственной модели бренда.
16. Разработка концепции позиционирования бренда и фокусирование маркетинговых коммуникаций.
17. Разработка идентичности бренда.
18. Психологические методы при разработке бренда.
19. Модели разработки бренда: «колесо бренда», «ТТВ».
20. Разработка атрибутов бренда.
21. Способы образования и этапы создания имени бренда.
22. Упаковка как важнейший атрибут бренда.
23. Фирменная символика и другая атрибутика в системе брендинга.
24. Способы анализа лояльности бренду.

25. Программа формирования лояльности.
26. Мероприятия брендинга для усиления рыночных позиций бренда.
27. Понятие бренд-менеджмент как управление качеством бренда и маркетинговыми коммуникациями.
28. Стратегические задачи управления брендом.
29. Методики измерения силы бренда и потенциала его развития.
30. Методики измерения восприятия потребителями отличий бренда.
31. Характеристика бренда в зависимости от значений отличия, актуальности, уважения и понимания.
32. Материальные затраты и капитал бренда, способы их оценки и прогнозирования.
33. Растяжение и расширение бренда, их разновидности и возможности.
34. Совместный брендинг, условия его эффективности.
35. Развитие бренда во времени как изменения в его идентичности.
36. Причины устаревания и упадка, условия обновления бренда.
37. Перепозиционирование (ребрендинг) в процессе управления брендом.
38. Преимущества и недостатки расширения бренда.
39. Индивидуальность бренда.
40. Содержательные характеристики бренда.

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета (зачета с оценкой) и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

### **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины**

#### ***6.1. Основная литература.***

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитарян. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9070-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/433737>

2. Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453476>

#### ***6.2 Дополнительная литература:***

- 1.\_\_\_\_\_ Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450528>
- 2.\_\_\_\_\_ Дубровин, И.А. Поведение потребителей : учебное пособие / И.А. Дубровин. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 312 с. : ил – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112216> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01475-8. – Текст : электронный.

## **7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. <http://www.biblioclub.ru/> - Университетская библиотека-онлайн.
2. <https://urait.ru/> - Образовательная платформа Юрайт
3. <http://government.ru> – сайт Правительства РФ.
4. <http://www.gks.ru> – сайт Федеральной службы государственной статистики.
5. <http://www.kremlin.ru> – сайт Президента РФ.
6. <http://www.duma.gov.ru>– сайт Государственной Думы РФ.
7. <http://www.council.gov.ru> – сайт Совета Федерации ФС РФ.

### **7.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные базы**

1. <https://wciom.ru/> - ВЦИОМ
2. <https://fom.ru/> - Фонд Общественное Мнение
3. <https://www.gks.ru/> - Федеральная служба государственной статистики

## **8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Освоение обучающимся дисциплины **«Формирование марочного капитала»** предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины, доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине».

## **9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине**

### **9.1. Информационные технологии**

1. Персональный компьютер.
2. Сотовый телефон.
3. Проектор.

### **9.2. Программное обеспечение (при необходимости)**

1. Microsoft Office (Word, Excel),
2. Internet Explorer,

### **9.3. Информационные справочные системы (при необходимости)**

<b>№№</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети

	eLIBRARY.ru	научно-технических журналах.	Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.book.ru">http://www.book.ru</a> 100% доступ
6.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
7.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	<a href="http://webofknowledge.com;">http://webofknowledge.com;</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
9	Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина	Общегосударственное электронное хранилище цифровых копий важнейших документов по истории, теории и практике российской государственности, русскому языку, а также мультимедийных образовательных, научно-образовательных, культурно-просветительских и информационно-аналитических ресурсов.	<a href="https://www.prlib.ru/">https://www.prlib.ru/</a> Доступ в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета.
10	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	<a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a> доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета



11.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	<a href="http://eduvideo.online">http://eduvideo.online</a> 100% доступ
-----	-------------------------------------	--------------------------------	--

## 10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Для изучения дисциплины **«Формирование марочного капитала»** в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки **38.03.02 - Менеджмент** используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет),

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, персональные компьютеры с доступом в сеть интернет, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

## 11. Образовательные технологии

При реализации дисциплины **«Формирование марочного капитала»** применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины **«Формирование марочного капитала»** предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме, разбор конкретных ситуаций и практических задач в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины **«Формирование марочного капитала»** предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины **«Формирование марочного капитала»** предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

По заочной форме обучения для обучающихся освоение дисциплины осуществляется исключительно с применением дистанционных образовательных технологий.

Методика применения дистанционных образовательных технологий при реализации дисциплины **«Формирование марочного капитала»** представлена в приложениях основной профессиональной образовательной программы «Управление маркетингом» по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент.

В рамках дисциплины **«Формирование марочного капитала»** предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

**Лист регистрации изменений**


№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 января 2016 года №7	Протокол заседания Ученого совета № 13 от «02» июля 2020 года	01.09.20



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**



«УТВЕРЖДАЮ»  
И.о. декана факультета управления

  
Д.К. Танатова  
«2» июля 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**ПРОДУКТ-МЕНЕДЖМЕНТ**

**Направление подготовки:**  
**38.03.02 – Менеджмент**

**Направленность (профиль):**  
**Управление маркетингом**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Уровень профессионального образования**  
**Высшее образование - бакалавриат**

**Форма обучения**  
**Очная**

Москва 2020

Рабочая программа дисциплины «**Продукт-менеджмент**» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.01.2016 №7, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования.

Рабочая программа дисциплины разработана кандидатом социологических наук, доцентом факультета управления Кабановой Еленой Евгеньевной.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы к.соц.н, доцент, доцент факультета управления



Т.А. Евстратова

Рабочая программа дисциплины обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета. Протокол №13 от «2» июля 2020 г.

И.О. декана факультета  
Доктор социологических наук,  
профессор



Д.К. Танатова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

Акционерное общество «АНКОР»  
Заместитель генерального директора



Т. Баскина

(подпись)

Закрытое акционерное общество «ЭКОПСИ Консалтинг»  
Директор проектов



С.В. Баранов

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового университета при Правительстве РФ



И.Ю. Беляева

Д.с.н., профессор  
Профессор кафедры менеджмента и административного управления



О.А. УРЖА

(подпись)

Согласовано  
Научная библиотека, директор



И.Г. МАЛЯР

## СОДЕРЖАНИЕ:

1. Общие положения .....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины. ....	4
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	4
1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы. ....	4
2. Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося.....	5
3. Содержание дисциплины.....	6
3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения .....	6
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	7
4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	7
4.2 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	8
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	19
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине. ....	19
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. ....	19
5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	21
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы .....	22
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	24
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины	24
6.1. Основная литература.....	24
6.2. Дополнительная литература: .....	25
7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины .....	25
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	25
9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	26
9.1. Информационные технологии .....	26
9.2. Программное обеспечение (при необходимости).....	26
9.3. Информационные справочные системы (при необходимости).....	26
10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине ...	28
11. Образовательные технологии .....	28
Лист регистрации изменений .....	30

## 1. Общие положения

### 1.1. Цель и задачи дисциплины.

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний об основных подходах к формированию марочного капитала коммерческой организации, принципах, технологиях разработки, построения, оценки и управления марочным капиталом.

#### Задачи дисциплины:

- научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;
- научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.

### 1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина «Продукт-менеджмент» реализуется в части основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент очной форме обучения.

Изучение дисциплины «Продукт-менеджмент» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Проектный менеджмент», «Разработка программ лояльности», «Организационный менеджмент», «Разработка и управление start up проектами», «Социальные и коммуникационные технологии в управлении», «Маркетинг территории» и др.

Изучение дисциплины «Продукт-менеджмент» является базовым для последующего освоения программного материала дисциплин: «Маркетинговые коммуникации», «Управление продажами», «Управление взаимоотношениями с клиентами».

### 1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих **профессиональных** компетенций:

- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
ПК-6	способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Знать: модели и методы управления проектом на стадиях его разработки и реализации, их возможности и ограничения, порядок использования; основные процессы и подсистемы проектного управления; формы организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации.
		Уметь: использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки; использовать

		проектный анализ; организовывать систему управления проектом; контролировать ход выполнения проекта
		Владеть: арсеналом современного инструментария управления проектами; навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией; управлять поставками, рисками и человеческими ресурсами при управлении проектами; методами и приемами анализа управленческих процессов
ПК-8	владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Знать: основные термины, методы управления проектами, стандарты управления проектами; формы организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации
		Уметь: использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки; документально оформлять решения в управлении проектами.
		Владеть: методологией формализации управления проектом; навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией; управлять поставками, рисками и человеческими ресурсами проекта.

## 2. Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		7
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>162</b>	<b>162</b>
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем		
Учебные занятия лекционного типа	36	36
Учебные занятия семинарского типа	54	54
ИКР	72	72
Лабораторные занятия	0	0
<b>Самостоятельная работа обучающихся*, всего</b>	<b>126</b>	<b>126</b>
В том числе:		
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	54	54
Выполнение практических заданий	54	54
Рубежный текущий контроль	18	18

<b>Вид промежуточной аттестации, контроль (час)</b>	<b>Экзамен 36</b>	<b>Экзамен 36</b>
<b>Общая трудоемкость дисциплины, з.е.</b>	<b>9</b>	<b>9</b>

### 3. Содержание дисциплины

#### 3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Объем учебных занятий составляет 324 часов.

Объем самостоятельной работы, в том числе часов на контроль – 162 часа.

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						Контактная работа обучающихся с преподавателем
	Всего	Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация (СРС + контроль)	Контактная работа обучающихся с преподавателем				
			Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия	
Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 2. Создание марочных товаров.	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 8. Капитал бренда	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров	36	18	18	4	6	0	8
<b>Общий объем, часов</b>	<b>324</b>	<b>162</b>	<b>162</b>	<b>36</b>	<b>54</b>	<b>0</b>	<b>72</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>экзамен</b>						



#### 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

##### 4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

##### Очная форма обучения

Раздел, тема	Всего СРС + контроль	Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль						
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут.)
Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	2
Раздел 2. Создание марочных товаров.	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	2
Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	2
Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	4
Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	4
Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	4

			изучение раздела в ЭИОС				контроля по усмотрению преподавателя	
Раздел 7. Организационно- методические аспекты процесса создания бренда	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	4
Раздел 8. Капитал бренда	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	4
Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	4
<b>Общий объем, часов</b>	<b>162</b>	<b>54</b>		<b>54</b>		<b>18</b>		<b>36</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>		<b>экзамен</b>						

#### 4.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

##### Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

##### Тема 1.1. История торговой марки.

##### Перечень изучаемых элементов содержания

Геральдика. Товарное обозначение. Торговый знак. Торговая марка. Товарный знак.

##### Вопросы для самоподготовки:

1. Родовая геральдика Средних веков.
2. Символы, используемые в геральдике.
3. Торговая и цеховая геральдика.
4. Эволюция форм товарного обозначения.
5. Истоки торгового знака.
6. Прообразы товарного знака.
7. Первые товарные знаки.
8. История торговых марок в России.
9. Появление в России понятие о товарном знаке.
10. Относительный порядок в знаковом хозяйстве.
11. Товарные знаки конца XIX в.

##### Тема 1.2. Марочные товары: основные понятия и содержание.

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Марочный знак. Бренд. Товарный менеджмент. Знаковые системы. Символы. Иконы. Индексы. Эмблемы. Пиктограммы. Идеограммы.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Торговая марка в современном мире.
2. Элементы торговой марки.
3. Товарный знак, марочный знак, торговая марка и бренд.
4. Общее и особенное бренда и торговой марки.
5. Критерии выделения брендов.
6. Соотношение понятий «бренд» и «товарный знак».
7. Товарный менеджмент марочных товаров в современных условиях.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1**

#### **Форма практического задания: реферат**

##### **Примерный перечень тем:**

1. Родовая геральдика Средних веков.
2. Символы, используемые в геральдике.
3. Торговая и цеховая геральдика.
4. Эволюция форм товарного обозначения.
5. Истоки торгового знака.
6. Прообразы товарного знака.
7. Первые товарные знаки.
8. История торговых марок в России.
9. Появление в России понятие о товарном знаке.
10. Относительный порядок в знаковом хозяйстве.
11. Товарные знаки конца XIX в.
12. Определение знака и знаковые системы.
13. Классификация знаковых систем.
14. Символы, иконы, индексы, эмблемы, пиктограммы, идеограммы.
15. Соотношение понятий бренд и торговая марка. Специфика терминологий.
16. Основные характеристики и функции торговой марки
17. Торговая марка в современном мире.
18. Элементы торговой марки.
19. Товарный знак, марочный знак, торговая марка и бренд.
20. Общее и особенное бренда и торговой марки.
21. Критерии выделения брендов.
22. Соотношение понятий «бренд» и «товарный знак».
23. Товарный менеджмент марочных товаров в современных условиях.

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

#### **Пример тестового задания**

- (??)Имя торговой марки – это.....:
- (?)Название, определяющее торговую марку и. как правило стоящую за ней организацию, ассортимент товаров или набор услуг
- (?)Гермин, описывающий сущность всей совокупности характеристик торговой марки
- (?)Гермин, характеризующий финансовую стоимость торговой марки
- (?)Название, определяющее организацию, ее ассортимент и набор услуг

### **Раздел 2. Создание марочных товаров**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;

научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

### **Тема 2.1. Разработка и этапы создания торговой марки.**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Торговая марка. Пирамида торговой марки. Идентификация марки. Ценности торговой марки. Товар.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Разработка торговой марки.
2. Этапы создания торговой марки.
3. Технология создания торговой марки.
4. Пирамида торговой марки.
5. Идентификация марки и разработка ее концепции.
6. Понятия «идентификация марки» и «образ марки».
7. Основные элементы призмы идентификации торговой марки.
8. Факторы, влияющие на процесс идентификации торговой марки.
9. Алгоритм создания торговой марки.
10. Сравнительные параметры товара и его торговой марки.
11. Понятие ценности торговой марки.
12. Составляющие ценности торговой марки.

### **Тема 2.2. Этапы создания бренда и принципы эффективного брендинга**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Бренд. Позиционирование. Логотип. Марочное имя. Цветовая гамма. Слоган. Лицо марки. Имидж. Упаковка. Звук.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Создание бренда.
2. Позиционирование бренда.
3. Факторы позиционирования бренда.
4. Понятие «сильный бренд».
5. Атрибуты бренда: марочное имя, графическая составляющая (логотип), цветовая гамма, объемная составляющая (упаковка), звуковая составляющая, слоган, лицо марки.
6. Ценности, чувства, характер, ассоциации бренда.
7. Имидж бренда.
8. Способы и модели разработки бренда.
9. Критерии «сильной» торговой марки.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2**

### **Форма практического задания: реферат**

#### **Примерный перечень тем:**

1. Разработка торговой марки.
2. Этапы создания торговой марки.
3. Технология создания торговой марки.
4. Пирамида торговой марки.
5. Идентификация марки и разработка ее концепции.
6. Понятия «идентификация марки» и «образ марки».
7. Основные элементы призмы идентификации торговой марки.
8. Факторы, влияющие на процесс идентификации торговой марки.
9. Алгоритм создания торговой марки.
10. Сравнительные параметры товара и его торговой марки.
11. Понятие ценности торговой марки.
12. Составляющие ценности торговой марки.
13. Создание бренда.

14. Позиционирование бренда.
15. Факторы позиционирования бренда.
16. Понятие «сильный бренд».
17. Атрибуты бренда: марочное имя, графическая составляющая (логотип), цветовая гамма, объемная составляющая (упаковка), звуковая составляющая, слоган, лицо марки.
18. Ценности, чувства, характер, ассоциации бренда.
19. Имидж бренда.
20. Способы и модели разработки бренда.
21. Критерии «сильной» торговой марки.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

### Пример тестового задания

(?) Термин в маркетинге, символизирующий весь комплекс информации о компании, продукте или услуге – это.....:

- (?) логотип
- (?) товарная марка (товарный знак)
- (?) торговая марка
- (!) бренд

### **Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

#### **Тема 3.1. Основные стратегии развития и продвижения торговых марок.**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Архитектура марок. Стратегия. Марка-продукт. Марка-линия. Марка-гамма. Марка-зонтик. Марка-источник.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Типология марочных товаров (архитектура марок).
2. Стратегия «марка - продукт».
3. Преимущества стратегии «марка - продукт». Недостатки стратегии марки - продукта.
4. Стратегия «марка – линия».
5. Преимущества стратегии «марка - линия». Недостатки стратегии «марка – линия».
6. Стратегия «марка – гамма».
7. Преимущества стратегии «марка - гамма». Недостатки стратегии «марка – гамма».
8. Стратегия «марка – зонтик».
9. Преимущества стратегии «марка - зонтик». Недостатки стратегии «марка – зонтик».
10. Стратегия «марка – источник».
11. Преимущества стратегии «марка - источник». Недостатки стратегии «марка – источник».
12. Стратегия «марка – поручительство» и ее преимущества.

#### **Тема 3.2. Как построить стратегию продвижения бренда?**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Ситуационный анализ. Тенденции развития рынка. Конкуренты. Потребитель. Бренддинг. Бренднговое агенство. Реклама. Имидж. Аудитория. Доверие. Сплоченность персонала. Продажи. Pull. Push.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Зачем нужна стратегия продвижения бренда?
2. Какая главная цель бренда?

3. Какие шаги нужно предпринять для достижения главной цели?
4. Для кого создан бренд, и как можно увеличить степень вовлеченности клиентов/покупателей?
5. Проведение маркетинговых исследований.
6. Формирование целей и задач стратегии продвижения бренда.
7. Выработка метода продвижения.
8. Выбор инструментов, необходимых для внедрения стратегии.
9. Внедрение и усовершенствование.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3**

**Форма практического задания: расчетное практическое задание**

#### **Примерные задания:**

Выберите любую товарную марку для следующих товаров:

- подгузники для детей;
- макарон;
- печенье;
- минеральная вода;
- автомобиль.

Опишите достоинства и недостатки каждой выбранной вами товарной марки? Предложите свои мероприятия для каждого выше названного товара по улучшению брендинга?

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

(?)В число методов маркетингового исследования не входит.....:

- (?)наблюдением
- (?)опрос
- (?)анкета
- (?)эксперимент

#### **Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

##### **Тема 4.1. Рыночная атрибутика товаров: сущность и особенности.**

###### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Имя торговой марки. Ассоциации. Рекламодатель. Цвет. Композиция. Семантика.

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Основные составляющие внешней атрибутики торговой марки.
2. Этапы процесса создания имени торговой марки.
3. Основные требования и критерии отбора имени торговой марки.
4. Виды марочных названий и приемы их создания.
5. Имя торговой марки и ассоциации.
6. Основные требования, предъявляемые к марочному названию.
7. Марочный знак, понятие, роль.
8. Функции марочного знака для рекламодателя.
9. Требования к марочному знаку.
10. Значение цвета во внешних атрибутах торговой марки.
11. Цветовые особенности визуальной составляющей торговой марки.

##### **Тема 4.2. Виды марочных названий и приемы их создания**

## **Перечень изучаемых элементов содержания**

Метонимия. Символизация. Воспоминания. Кодак. Ритмическая модуляция.

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Как применяется заимствование слов или фраз в процессе создания марочных названий.
2. Применение метонимии в процессе создания марочных названий.
3. Символизация как прием в процессе создания марочных названий.
4. Обращение к воспоминаниям в процессе создания марочных названий.
5. Как применяется ритмическая модуляция в процессе создания марочных названий.
6. Использование юмора как прием в процессе создания марочных названий.
7. Конструирование новых слов или названий (Кодак).
8. Процесс конструирования.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4**

### **Форма практического задания: реферат**

#### **Примерный перечень тем:**

1. Основные составляющие внешней атрибутики торговой марки.
2. Этапы процесса создания имени торговой марки.
3. Основные требования и критерии отбора имени торговой марки.
4. Виды марочных названий и приемы их создания.
5. Имя торговой марки и ассоциации.
6. Основные требования, предъявляемые к марочному названию.
7. Марочный знак, понятие, роль.
8. Функции марочного знака для рекламодателя.
9. Требования к марочному знаку.
10. Значение цвета во внешних атрибутах торговой марки.
11. Цветовые особенности визуальной составляющей торговой марки.
12. Как применяется заимствование слов или фраз в процессе создания марочных названий.
13. Применение метонимии в процессе создания марочных названий.
14. Символизация как прием в процессе создания марочных названий.
15. Обращение к воспоминаниям в процессе создания марочных названий.
16. Как применяется ритмическая модуляция в процессе создания марочных названий.
17. Использование юмора как прием в процессе создания марочных названий.
18. Конструирование новых слов или названий (Кодак).
19. Процесс конструирования.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

#### **Пример тестового задания**

(?)К внешним атрибутам марки относится - .....

(?)имя марки;

(?)марочная эмблема;

(?)логотип;

(?)марочный знак.

## **Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве.**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

## **Тема 5.1. Рекламно-коммуникационная деятельность**

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Реклама. Рекламная деятельность. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью. Директ-маркетинг. Тотальные коммуникации.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Сущность рекламной деятельности.
2. Что включает в себя комплекс маркетинговых коммуникаций.
3. Цель рекламы.
4. Особенности стимулирования сбыта.
5. Основные понятия и содержание директ-маркетинга.
6. Связи с общественностью: роль и особенности.
7. Что означает определение «сопутствующие мероприятия»?

## **Тема 5.2. Проблемы и посткризисные векторы развития**

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Маркетинг. Информационная революция. Кластер. Инновации. Инновационные маркетинговые технологии. Управление брендом.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Эрозия традиционного маркетинга.
2. Информационная революция.
3. Возникновение принципиально новой общественной среды.
4. Кластеризация коммуникационного бизнеса.
5. Особая значимость инноваций в самом брендинге.
6. Необходимость новых ресурсов.
7. Дефицит кадров, отвечающих требованиям сегодняшнего дня.
8. Сильные бренды.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 5**

### **Форма практического задания: расчетное практическое задание**

Примерные задания:

1. Составление пресс-релиза. Для заданных ситуаций определите стратегию PR: определите возможную аудиторию, выберите коммуникационные средства для размещения пресс-релиза. Составьте краткий пресс-релиз.

Исходные ситуации:

1. Предприятие завершило выполнение крупнейшего заказа на поставку своей мебели в рестораны быстрого питания (бренд), расположенные по всей территории России. Получение новых заказов такого масштаба пока не предполагается. Предприятие вынуждено вдвое сократить свой штат.
2. Часть тракторного завода приватизирована и выкуплена его руководством, которое создало совместное с Венгрией предприятие по производству автобусных коробок передач для продажи их в Венгрии, России и Восточной Европе. Оно планирует со временем освоить и другие международные рынки.
3. Видный деятель правительства приезжает с визитом на градообразующее предприятие. Это событие происходит за неделю до выборов в органы местного управления.
4. Сотрудница российского государственного силового ведомства отказывается от годового контракта, связанного со статусом «Мисс мира», который она завоевала в текущем году. Такой отказ связан с расторжением контракта, предусматривающим участие победительницы в серии публичных мероприятий и наносит прямой и косвенный ущерб устроителям конкурса.
5. Приватизированное предприятие со штатом 1000 человек и являющееся градообразующим выкуплено компанией, по слухам, принадлежащей известному финансовому олигарху. Вновь назначенное высшее руководство предприятия намечает



кардинальные реформы, в том числе перепрофилирование, смену менеджмента и сокращение 450 работающих.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

(??)Целью PR является.....:

Одиночный выбор

(?)завоевание выгодных сегментов рынка;

(?)материальное стимулирование труда.

(!)установление двустороннего общения и достижение взаимопонимания, основанного на правде, знании и полной информированности

(?)все ответы верны

### **Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

#### **Тема 6.1. Характеристика стоимости марочных товаров.**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Стоимость торговой марки. Интеллектуальная собственность. Нематериальные активы. Сила бренда. Ценовая политика. Налогообложение.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Стоимость торговой марки и марочных товаров.
2. Интеллектуальная собственность и ее влияние на стоимость компании.
3. Нематериальные активы компании.
4. Понятия «марочный капитал», его специфика в сравнении с другими активами компании.
5. Оценочные величины, характеризующие торговую марку.
6. Имидж марочных товаров и уровни анализа имиджа торговой марки.
7. Сила бренда.
8. Индикаторы силы торговой марки.

#### **Тема 6.2. Методы оценки стоимости марочных товаров**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Затраты. Доходы. Лояльность потребителей. Влияние конкурентов. Товары повседневного спроса. Товары предварительного выбора. Товары особого спроса. Товары пассивного спроса. Метод Premium profit. Метод Relief – from Royalty. Методика Lokator.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Общие подходы к стоимостной оценке марочного капитала.
2. Перечислить и описать методы оценки стоимости марочных товаров.
3. Содержание методик Premium profit, Relief – from Royalty, Lokator.
4. Российская практика оценки марочных товаров.
5. Показатели экономического эффекта торговой марки.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 6 Форма практического задания: реферат.**

**Примерный перечень тем:**

1. Стоимость торговой марки и марочных товаров.
2. Интеллектуальная собственность и ее влияние на стоимость компании.
3. Нематериальные активы компании.

4. Понятия «марочный капитал», его специфика в сравнении с другими активами компании.
5. Оценочные величины, характеризующие торговую марку.
6. Имидж марочных товаров и уровни анализа имиджа торговой марки.
7. Сила бренда.
8. Индикаторы силы торговой марки.
9. Общие подходы к стоимостной оценке марочного капитала.
10. Перечислить и описать методы оценки стоимости марочных товаров.
11. Содержание методик Premium profit, Relief – from Royalty, Lokator.
12. Российская практика оценки марочных товаров.
13. Показатели экономического эффекта торговой марки.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

- (?)Сила марки не определяется: .....:
- (?)наименование марки
- (?)местом продукта в классификации по Коупленду в отношении распределения
- (?)лояльностью марке
- (?)предпочтением марки

**Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

**Тема 7.1. Методика разработки бренда**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

Бренд. Колесо бренда. Процесс создания бренда. Позиция бренда. Стратегия бренда.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Методика разработки бренда «Колесо бренда».
2. Методика создания бренда В.Балашова.
3. Определение стратегии бренда.
4. Позиционирование бренда – как этап создания бренда.
5. Методика создания бренда агентства BrandAid.
6. Концепция построения бренда STP.
7. Основные критерии сегментации целевой аудитории.
8. Карта позиционирования в рамках двух осей.

**Тема 7.2. Модели построения брендов.**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

Имидж бренда. Искренность бренда. Индивидуальность бренда. Ценность торговой марки. Персонафикация. Потребительские мотивы. Конкурентное окружение. Определитель бренда. Инсайт.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Модель Ф.Котлера «3I» бренда.
2. Молекулярная модель построения бренда компании Procter & Gamble.
3. Модель построения бренда «Unilever Brand Key».
4. Сущность понятия «инсайт».

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 7**  
**Форма практического задания: реферат**

### **Примерный перечень тем:**

1. Методика разработки бренда «Колесо бренда».
2. Методика создания бренда В.Балашова.
3. Определение стратегии бренда.
4. Позиционирование бренда – как этап создания бренда.
5. Методика создания бренда агентства BrandAid.
6. Концепция построения бренда STP.
7. Основные критерии сегментации целевой аудитории.
8. Карта позиционирования в рамках двух осей.
9. Модель Ф.Котлера «3I» бренда.
10. Молекулярная модель построения бренда компании Procter & Gamble.
11. Модель построения бренда «Unilever Brand Key».
12. Сущность понятия «инсайт».

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 7: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

#### Пример тестового задания

- (??) Неверно, что метод сегментации «5W» включает в себя вопрос – .....:
- (?) где?
- (?) почему?
- (?) как?
- (?) что?

### **Раздел 8. Капитал бренда**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

#### **Тема 8.1. Поддержание капитала бренда**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Элементы капитала бренда. Узнавание. Вспоминание. Приоритетное вспоминание. Доминирование марочного названия. История компании. Ручное производство.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Осведомленность или узнаваемость о бренде.
2. Лояльность к бренду.
3. Типы лояльности.
4. Пять уровней лояльности к бренду по Д. Аакеру.
5. Воспринимаемое качество.
6. Ассоциации с брендом.
7. Вспоминание и приоритетное вспоминание: сущность и особенности.
8. Механизмы подкрепления воспринимаемого качества.
9. Модель «кладбища» брендов.
10. Продвижение, основанное на известных клиентах и заказчиках.

#### **Тема 8.2. Жизненный цикл бренда**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Проникновение бренда на рынок. Рост. Зрелость бренда. Спад продаж. Возрождение бренда. Уничтожение бренда. Бренд-«звезда». Бренд-«дойная корова». Бренд-«дикая кошка». Бренд-«собака».

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Описать этапы жизненного цикла бренда.
2. Охарактеризовать бренд-«звезда».

3. Сущность бренд-«дойная корова».
4. Особенности бренд-«дикая кошка».
5. Что обозначает бренд-«собака».
6. Управление брендом с помощью концепции жизненного цикла товара
7. Расширение ассортиментной линии в существующей товарной категории.
8. Способы расширения бренда.
9. Совместный брендинг: сущность и особенности.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 8**

**Форма практического задания: расчетное практическое задание.**

**Примеры заданий:**

Приведите и опишите примеры по подкреплению воспринимаемого качества.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 8: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

(?)В жизненном цикле бренда отсутствует – .....

(?)зрелость и спад

(?)изменение

(?)внедрение на рынок

(?)верны все ответы

### **Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

#### **Тема 9.1. Товарный знак и знак обслуживания, их правовая охрана**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Недобросовестная конкуренция. Репутация. Подделки. Фальсификация. Имитация. Контрафакт. Интеллектуальная собственность.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Защита марочных товаров от недобросовестной конкуренции.
2. Закон РФ «О защите конкуренции».
3. Ограничение методов нанесения ущерба деловой репутации.
4. Виды подделок: фальсификация и имитация торговых марок.
5. Понятие контрафактного товара.
6. Ответственность нарушителей прав интеллектуальной собственности.
7. Международные соглашения в области защиты товарных знаков.
8. Общественное регулирование прав интеллектуальной собственности.

#### **Тема 9.2. Регистрация товарного знака**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Роспатент. Экспертиза. Регистрация товарного знака. Идентификационный знак. Ослабление.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Российское агенство по патентам и товарным знакам (Роспатент).
2. Что включает в себя экспертиза товарных знаков?
3. Сущность и особенности регистрации товарного знака.
4. Судебные процессы по защите товарного знака.
5. Потеря товарного знака.
6. Что обозначает ослабление?

7. Разновидности нарушения права на торговую марку в Сети.
8. Срок регистрации товарного знака.

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 9

**Форма практического задания: расчетное практическое задание.**

### Примеры заданий:

Рассмотреть судебные разбирательства, которые проходили в области брендинга. Описать суть конфликта, участников судебного разбирательства, решение суда.

## РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 9: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(?)Выберите неправильное утверждение:

(?)Торговый знак является обозначением, которое может быть использовано для различения товаров и услуг, предлагаемых одной компанией, от товаров и услуг, предлагаемых другими компаниями.

(?)Регистрация торгового знака является обязательным условием для охраны знака в различных странах мира.

(?)Регистрация торгового знака, как правило, действительна на протяжении 10 лет, и может быть продлена неограниченное число раз при условии своевременной уплаты пошлин за продление срока действия регистрации.

(?)Торговый знак предоставляет своему правообладателю охрану, гарантируя исключительное право использовать знак для идентификации товаров и услуг, или разрешать такое использование за плату иным лицам.

### 5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

#### 5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине.

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является экзамен, которые проводится в устной форме.

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

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-6	способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Знать: модели и методы управления проектом на стадиях его разработки и реализации, их возможности и ограничения, порядок использования; основные процессы и подсистемы проектного управления; формы организации труда над проектом в ходе	Этап формирования знаний

		его разработки и реализации.	
		Уметь: использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки; использовать проектный анализ; организовывать систему управления проектом; контролировать ход выполнения проекта	Этап формирования умений.
		Владеть: арсеналом современного инструментария управления проектами; навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией; управлять поставками, рисками и человеческими ресурсами при управлении проектами; методами и приемами анализа управленческих процессов	Этап формирования навыков и получения опыта.
ПК-8	владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Знать: основные термины, методы управления проектами, стандарты управления проектами; формы организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации	Этап формирования знаний
		Уметь: использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его	Этап формирования умений.

		концептуальной проработки; документально оформлять решения в управлении проектами.	
		Владеть: методологией формализации управления проектом; навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией; управлять поставками, рисками и человеческими ресурсами проекта.	Этап формирования навыков и получения опыта.

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

<b>Код компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенций</b>	<b>Показатель оценивания компетенции</b>	<b>Критерии и шкалы оценивания</b>
ПК-6; ПК-8	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов.  Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно

			правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.
ПК-6; ПК-8	Этап формирования умений.	Расчетное практическое задание и контрольная работа	1. Оформление в соответствии с требованиями (1 балл); 2. Выбор источников информации (1 балл); 3. Умение ими пользоваться (1 балл); 4. Анализ и выводы, отражающие суть изучаемого явления с указанием конкретных результатов (2 балла) Максимальная оценка - 5 баллов
ПК-6; ПК-8	Этап формирования навыков и получения опыта.	Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	

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

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Теоретический блок вопросов:

1. Понятие торговой марки и другие, связанные с ней понятия.
2. Экономическая функция торговой марки.
3. Информационно-рекламная функция торговой марки.
4. Функция престижа торговой марки.
5. Значение торговой марки для снижения риска покупателя.
6. Понятие брендинга и его содержание (на примере торговой марки).
7. Бренд-менеджмент и его роль на современном рынке.
8. Торговая марка производителя товаров и особенности управления.
9. Терминология торговой марки: общее и отличное.
10. Функции торговой марки.
11. Категории товаров и их потребность в торговой марке.
12. Потребительские функции торговой марки.
13. Структура и границы торговой марки.
14. Этапы разработки торговой марки.
15. Понятие миссии торговой марки.
16. Концепция торговой марки.
17. Идентификация торговой марки (призма идентификации на примере конкретной торговой марки).



18. Формирование имиджа торговой марки.
19. Миф торговой марки (на примере конкретной торговой марки).
20. Лицо марки (на примере конкретной торговой марки).
21. Персонаж марки (на примере конкретной торговой марки).
22. Ошибки при создании торговой марки.
23. Активы марки.
24. Понятие и факторы «сильной марки».
25. Внешние атрибуты торговой марки.
26. Имя марки. Источники имени марки. Критерии выбора имени марки (лингвистический, семантический, юридический).
27. Характеристики эффективных названий торговых марок.
28. Типология торговых марок.
29. Понятие жизненного цикла торговой марки.
30. Этапы управления торговой маркой. Особенности управления торговой маркой на различных этапах ее жизненного цикла.
31. Позиционирование торговой марки.
32. Стратегии продвижения торговой марки.
33. Системы коммуникации торговой марки.
34. Формы и методы поддержки лояльности потребителя к торговой марке.
35. Понятие локальной и глобальной торговых марок.
36. Понятие мультимарки. Политика продвижения мультимарок.
37. Особенности управления международной торговой маркой.
38. Классификация современных торговых марок в России.
39. Сопоставление факторов, влияющих на покупательское поведение (соединить стрелками)

#### Аналитическое задание

1. Брендинг как процесс формирования предпочтения торговой марке или корпорации.
2. Понятия товарного и корпоративного брендинга.
3. Понятие, структура и формальные признаки бренда.
4. Бренд как маркетинговое понятие.
5. Рациональные, ассоциативные, эмоциональные и поведенческие элементы в структуре бренда.
6. Функциональные, индивидуальные, социальные и коммуникативные качества бренда
7. Атрибуты бренда.
8. Содержание бренда как коммуникационный процесс.
9. Коммуникативные барьеры между товаром и потребителем.
10. Бренд как семиотический треугольник: денотат (предмет) – означающее – означаемое.
11. Бренд как социальный миф о товаре.
12. Социально-психологические аспекты брендинга.
13. Отношения потребителя и бренда как межличностные отношения.
14. Брендинг как практика разработки, реализации и развития бренда.
15. Анализ рыночной ситуации и создание пространственной модели бренда.
16. Разработка концепции позиционирования бренда и фокусирование маркетинговых коммуникаций.
17. Разработка идентичности бренда.
18. Психологические методы при разработке бренда.
19. Модели разработки бренда: «колесо бренда», «ТТВ».
20. Разработка атрибутов бренда.
21. Способы образования и этапы создания имени бренда.
22. Упаковка как важнейший атрибут бренда.
23. Фирменная символика и другая атрибутика в системе брендинга.
24. Способы анализа лояльности бренду.

25. Программа формирования лояльности.
26. Мероприятия брендинга для усиления рыночных позиций бренда.
27. Понятие бренд-менеджмент как управление качеством бренда и маркетинговыми коммуникациями.
28. Стратегические задачи управления брендом.
29. Методики измерения силы бренда и потенциала его развития.
30. Методики измерения восприятия потребителями отличий бренда.
31. Характеристика бренда в зависимости от значений отличия, актуальности, уважения и понимания.
32. Материальные затраты и капитал бренда, способы их оценки и прогнозирования.
33. Растяжение и расширение бренда, их разновидности и возможности.
34. Совместный брендинг, условия его эффективности.
35. Развитие бренда во времени как изменения в его идентичности.
36. Причины устаревания и упадка, условия обновления бренда.
37. Перепозиционирование (ребрендинг) в процессе управления брендом.
38. Преимущества и недостатки расширения бренда.
39. Индивидуальность бренда.
40. Содержательные характеристики бренда.

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета (зачета с оценкой) и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

**6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины**

**6.1. Основная литература.**

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитарян. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9070-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/433737>

2. Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453476>

**6.2 Дополнительная литература:**

- 1.\_\_\_\_\_ Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450528>
- 2.\_\_\_\_\_ Дубровин, И.А. Поведение потребителей : учебное пособие / И.А. Дубровин. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 312 с. : ил – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112216> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01475-8. – Текст : электронный.

## **7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. <http://www.biblioclub.ru/> - Университетская библиотека-онлайн.
2. <https://urait.ru/> - Образовательная платформа Юрайт
3. <http://government.ru> – сайт Правительства РФ.
4. <http://www.gks.ru> – сайт Федеральной службы государственной статистики.
5. <http://www.kremlin.ru> – сайт Президента РФ.
6. <http://www.duma.gov.ru>– сайт Государственной Думы РФ.
7. <http://www.council.gov.ru> – сайт Совета Федерации ФС РФ.

### **7.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные базы**

1. <https://wciom.ru/> - ВЦИОМ
2. <https://fom.ru/> - Фонд Общественное Мнение
3. <https://www.gks.ru/> - Федеральная служба государственной статистики

## **8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Освоение обучающимся дисциплины «**Продукт-менеджмент**» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины, доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине».

## **9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине**

### **9.1. Информационные технологии**

1. Персональный компьютер.
2. Сотовый телефон.
3. Проектор.

### **9.2. Программное обеспечение (при необходимости)**

1. Microsoft Office (Word, Excel),
2. Internet Explorer,

### **9.3. Информационные справочные системы (при необходимости)**

<b>№№</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети

	eLIBRARY.ru	научно-технических журналах.	Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.book.ru">http://www.book.ru</a> 100% доступ
6.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
7.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	<a href="http://webofknowledge.com;">http://webofknowledge.com;</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
9	Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина	Общегосударственное электронное хранилище цифровых копий важнейших документов по истории, теории и практике российской государственности, русскому языку, а также мультимедийных образовательных, научно-образовательных, культурно-просветительских и информационно-аналитических ресурсов.	<a href="https://www.prlib.ru/">https://www.prlib.ru/</a> Доступ в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета.
10	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	<a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a> доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета

11.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	<a href="http://eduvideo.online">http://eduvideo.online</a> 100% доступ
-----	-------------------------------------	--------------------------------	--

## 10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Для изучения дисциплины «**Продукт-менеджмент**» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки **38.03.02 - Менеджмент** используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет),

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, персональные компьютеры с доступом в сеть интернет, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

## 11. Образовательные технологии

При реализации дисциплины «**Продукт-менеджмент**» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «**Продукт-менеджмент**» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме, разбор конкретных ситуаций и практических задач в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины «**Продукт-менеджмент**» предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «**Продукт-менеджмент**» предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

По заочной форме обучения для обучающихся освоение дисциплины осуществляется исключительно с применением дистанционных образовательных технологий.

Методика применения дистанционных образовательных технологий при реализации дисциплины «**Продукт-менеджмент**» представлена в приложениях основной профессиональной образовательной программы «Управление маркетингом» по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент.

В рамках дисциплины «**Продукт-менеджмент**» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

## Лист регистрации изменений


№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 января 2016 года №7	Протокол заседания Ученого совета № 13 от «02» июля 2020 года	01.09.20



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**



«УТВЕРЖДАЮ»  
И.о. декана факультета управления

  
Д.К. Танатова  
«2» июля 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**БРЕНДИНГ**

**Направление подготовки:**  
**38.03.02 – Менеджмент**

**Направленность (профиль):**  
**Управление маркетингом**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Уровень профессионального образования**  
**Высшее образование - бакалавриат**

**Форма обучения**  
**Очная**

Москва 2020



Рабочая программа дисциплины «**Брендинг**» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.01.2016 №7, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования.

Рабочая программа дисциплины разработана кандидатом социологических наук, доцентом факультета управления Кабановой Еленой Евгеньевной.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы к.соц.н, доцент, доцент факультета управления



Т.А. Евстратова

Рабочая программа дисциплины обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета. Протокол №13 от «2» июля 2020 г.

И.О. декана факультета  
Доктор социологических наук,  
профессор



Д.К. Танатова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

Акционерное общество «АНКОР»  
Заместитель генерального директора



Т. Баскина

(подпись)

Закрытое акционерное общество  
«ЭКОПСИ Консалтинг»  
Директор проектов



С.В. Баранов

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового университета при Правительстве РФ



И.Ю. Беляева

Д.с.н., профессор  
Профессор кафедры менеджмента и административного управления



О.А. УРЖА

(подпись)

Согласовано  
Научная библиотека, директор



И.Г. МАЛЯР

## СОДЕРЖАНИЕ:

1. Общие положения .....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины. ....	4
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	4
1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы. ....	4
2. Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося.....	5
3. Содержание дисциплины.....	6
3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения .....	6
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	6
4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	6
4.2 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	8
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	19
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине. ....	19
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. ....	19
5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	21
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы .....	22
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	224
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины	24
6.1. Основная литература.....	24
6.2. Дополнительная литература: .....	24
7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины .....	225
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	225
9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	26
9.1. Информационные технологии .....	26
9.2. Программное обеспечение (при необходимости).....	26
9.3. Информационные справочные системы (при необходимости).....	26
10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине ...	28
11. Образовательные технологии .....	28
Лист регистрации изменений .....	30

## 1. Общие положения

### 1.1. Цель и задачи дисциплины.

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний об основных подходах к формированию марочного капитала коммерческой организации, принципах, технологиях разработки, построения, оценки и управления марочным капиталом.

#### Задачи дисциплины:

- научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;
- научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.

### 1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина «Брендинг» реализуется в части основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент очной форме обучения.

Изучение дисциплины «Брендинг» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Проектный менеджмент», «Разработка программ лояльности», «Организационный менеджмент», «Разработка и управление start up проектами», «Социальные и коммуникационные технологии в управлении», «Маркетинг территории» и др.

Изучение дисциплины «Брендинг» является базовым для последующего освоения программного материала дисциплин: «Маркетинговые коммуникации», «Управление продажами», «Управление взаимоотношениями с клиентами».

### 1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих **профессиональных** компетенций:

- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
ПК-6	способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Знать: модели и методы управления проектом на стадиях его разработки и реализации, их возможности и ограничения, порядок использования; основные процессы и подсистемы проектного управления; формы организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации.
		Уметь: использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки; использовать проектный анализ; организовывать систему

		управления проектом; контролировать ход выполнения проекта
		Владеть: арсеналом современного инструментария управления проектами; навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией; управлять поставками, рисками и человеческими ресурсами при управлении проектами; методами и приемами анализа управленческих процессов
ПК-8	владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Знать: основные термины, методы управления проектами, стандарты управления проектами; формы организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации
		Уметь: использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки; документально оформлять решения в управлении проектами.
		Владеть: методологией формализации управления проектом; навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией; управлять поставками, рисками и человеческими ресурсами проекта.

## 2. Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		7
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>162</b>	<b>162</b>
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем		
Учебные занятия лекционного типа	36	36
Учебные занятия семинарского типа	54	54
ИКР	72	72
Лабораторные занятия	0	0
<b>Самостоятельная работа обучающихся*, всего</b>	<b>126</b>	<b>126</b>
В том числе:		
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	54	54
Выполнение практических заданий	54	54
Рубежный текущий контроль	18	18
<b>Вид промежуточной аттестации, контроль (час)</b>	<b>Экзамен 36</b>	<b>Экзамен 36</b>
<b>Общая трудоемкость дисциплины, з.е.</b>	<b>9</b>	<b>9</b>

### 3. Содержание дисциплины

#### 3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Объем учебных занятий составляет 324 часов.

Объем самостоятельной работы, в том числе часов на контроль – 162 часа.

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация (СРС + контроль)	Контактная работа обучающихся с преподавателем				Контактная работа в ЭИОС
			Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия	
Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 2. Создание марочных товаров.	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 8. Капитал бренда	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров	36	18	18	4	6	0	8
<b>Общий объем, часов</b>	<b>324</b>	<b>162</b>	<b>162</b>	<b>36</b>	<b>54</b>	<b>0</b>	<b>72</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>экзамен</b>						

#### 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

##### 4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

###### Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль
--------------	--

	<b>Всего СРС + контроль</b>	<b>Академическая</b>	<b>Форма академической активности</b>	<b>Выполнение практ.</b>	<b>Форма практического задания</b>	<b>Рубежный текущий</b>	<b>Форма рубежного текущего контроля</b>	<b>Контроль (промежут.</b>
Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	2
Раздел 2. Создание марочных товаров.	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	2
Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	2
Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	4
Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	4
Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	4
Раздел 7. Организационно-методические аспекты	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям,	6	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма	4

процесса создания бренда			самостоятельное изучение раздела в ЭИОС				рубежного контроля по усмотрению преподавателя	
Раздел 8. Капитал бренда	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	4
Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	4
<b>Общий объем, часов</b>	<b>162</b>	<b>54</b>		<b>54</b>		<b>18</b>		<b>36</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>		<b>экзамен</b>						

## 4.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

### Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

#### Тема 1.1. История торговой марки.

##### Перечень изучаемых элементов содержания

Геральдика. Товарное обозначение. Торговый знак. Торговая марка. Товарный знак.

##### Вопросы для самоподготовки:

1. Родовая геральдика Средних веков.
2. Символы, используемые в геральдике.
3. Торговая и цеховая геральдика.
4. Эволюция форм товарного обозначения.
5. Истоки торгового знака.
6. Прообразы товарного знака.
7. Первые товарные знаки.
8. История торговых марок в России.
9. Появление в России понятие о товарном знаке.
10. Относительный порядок в знаковом хозяйстве.
11. Товарные знаки конца XIX в.

#### Тема 1.2. Марочные товары: основные понятия и содержание.

##### Перечень изучаемых элементов содержания

Марочный знак. Бренд. Товарный менеджмент. Знаковые системы. Символы. Иконы. Индексы. Эмблемы. Пиктограммы. Идеограммы.

##### Вопросы для самоподготовки:

1. Торговая марка в современном мире.
2. Элементы торговой марки.

3. Товарный знак, марочный знак, торговая марка и бренд.
4. Общее и особенное бренда и торговой марки.
5. Критерии выделения брендов.
6. Соотношение понятий «бренд» и «товарный знак».
7. Товарный менеджмент марочных товаров в современных условиях.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1**

#### **Форма практического задания: реферат**

##### **Примерный перечень тем:**

1. Родовая геральдика Средних веков.
2. Символы, используемые в геральдике.
3. Торговая и цеховая геральдика.
4. Эволюция форм товарного обозначения.
5. Истоки торгового знака.
6. Прообразы товарного знака.
7. Первые товарные знаки.
8. История торговых марок в России.
9. Появление в России понятие о товарном знаке.
10. Относительный порядок в знаковом хозяйстве.
11. Товарные знаки конца XIX в.
12. Определение знака и знаковые системы.
13. Классификация знаковых систем.
14. Символы, иконы, индексы, эмблемы, пиктограммы, идеограммы.
15. Соотношение понятий бренд и торговая марка. Специфика терминологий.
16. Основные характеристики и функции торговой марки
17. Торговая марка в современном мире.
18. Элементы торговой марки.
19. Товарный знак, марочный знак, торговая марка и бренд.
20. Общее и особенное бренда и торговой марки.
21. Критерии выделения брендов.
22. Соотношение понятий «бренд» и «товарный знак».
23. Товарный менеджмент марочных товаров в современных условиях.

#### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

##### **Пример тестового задания**

- (?)Имя торговой марки – это.....:
- (?)Название, определяющее торговую марку и. как правило стоящую за ней организацию, ассортимент товаров или набор услуг
- (?)Термин, описывающий сущность всей совокупности характеристик торговой марки
- (?)Термин, характеризующий финансовую стоимость торговой марки
- (?)Название, определяющее организацию, ее ассортимент и набор услуг

#### **Раздел 2. Создание марочных товаров**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

##### **Тема 2.1. Разработка и этапы создания торговой марки.**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**



Торговая марка. Пирамида торговой марки. Идентификация марки. Ценности торговой марки. Товар.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Разработка торговой марки.
2. Этапы создания торговой марки.
3. Технология создания торговой марки.
4. Пирамида торговой марки.
5. Идентификация марки и разработка ее концепции.
6. Понятия «идентификация марки» и «образ марки».
7. Основные элементы призмы идентификации торговой марки.
8. Факторы, влияющие на процесс идентификации торговой марки.
9. Алгоритм создания торговой марки.
10. Сравнительные параметры товара и его торговой марки.
11. Понятие ценности торговой марки.
12. Составляющие ценности торговой марки.

**Тема 2.2. Этапы создания бренда и принципы эффективного брендинга**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

Бренд. Позиционирование. Логотип. Марочное имя. Цветовая гамма. Слоган. Лицо марки. Имидж. Упаковка. Звук.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Создание бренда.
2. Позиционирование бренда.
3. Факторы позиционирования бренда.
4. Понятие «сильный бренд».
5. Атрибуты бренда: марочное имя, графическая составляющая (логотип), цветовая гамма, объемная составляющая (упаковка), звуковая составляющая, слоган, лицо марки.
6. Ценности, чувства, характер, ассоциации бренда.
7. Имидж бренда.
8. Способы и модели разработки бренда.
9. Критерии «сильной» торговой марки.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2**

**Форма практического задания: реферат**

**Примерный перечень тем:**

1. Разработка торговой марки.
2. Этапы создания торговой марки.
3. Технология создания торговой марки.
4. Пирамида торговой марки.
5. Идентификация марки и разработка ее концепции.
6. Понятия «идентификация марки» и «образ марки».
7. Основные элементы призмы идентификации торговой марки.
8. Факторы, влияющие на процесс идентификации торговой марки.
9. Алгоритм создания торговой марки.
10. Сравнительные параметры товара и его торговой марки.
11. Понятие ценности торговой марки.
12. Составляющие ценности торговой марки.
13. Создание бренда.
14. Позиционирование бренда.
15. Факторы позиционирования бренда.
16. Понятие «сильный бренд».
17. Атрибуты бренда: марочное имя, графическая составляющая (логотип), цветовая гамма, объемная составляющая (упаковка), звуковая составляющая, слоган, лицо марки.

18. Ценности, чувства, характер, ассоциации бренда.
19. Имидж бренда.
20. Способы и модели разработки бренда.
21. Критерии «сильной» торговой марки.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

(??) Термин в маркетинге, символизирующий весь комплекс информации о компании, продукте или услуге – это.....:

- (?) логотип
- (?) товарная марка (товарный знак)
- (?) торговая марка
- (!) бренд

### **Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

#### **Тема 3.1. Основные стратегии развития и продвижения торговых марок.**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Архитектура марок. Стратегия. Марка-продукт. Марка-линия. Марка-гамма. Марка-зонтик. Марка-источник.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Типология марочных товаров (архитектура марок).
2. Стратегия «марка - продукт».
3. Преимущества стратегии «марка - продукт». Недостатки стратегии марки - продукта.
4. Стратегия «марка – линия».
5. Преимущества стратегии «марка - линия». Недостатки стратегии «марка – линия».
6. Стратегия «марка – гамма».
7. Преимущества стратегии «марка - гамма». Недостатки стратегии «марка – гамма».
8. Стратегия «марка – зонтик».
9. Преимущества стратегии «марка - зонтик». Недостатки стратегии «марка – зонтик».
10. Стратегия «марка – источник».
11. Преимущества стратегии «марка - источник». Недостатки стратегии «марка – источник».
12. Стратегия «марка – поручительство» и ее преимущества.

#### **Тема 3.2. Как построить стратегию продвижения бренда?**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Ситуационный анализ. Тенденции развития рынка. Конкуренты. Потребитель. Брендинг. Брендинговое агенство. Реклама. Имидж. Аудитория. Доверие. Сплоченность персонала. Продажи. Pull. Push.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Зачем нужна стратегия продвижения бренда?
2. Какая главная цель бренда?
3. Какие шаги нужно предпринять для достижения главной цели?
4. Для кого создан бренд, и как можно увеличить степень вовлеченности клиентов/покупателей?
5. Проведение маркетинговых исследований.
6. Формирование целей и задач стратегии продвижения бренда.

7. Выработка метода продвижения.
8. Выбор инструментов, необходимых для внедрения стратегии.
9. Внедрение и усовершенствование.

### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

#### Форма практического задания: расчетное практическое задание

##### Примерные задания:

Выберите любую товарную марку для следующих товаров:

- подгузники для детей;
- макароны;
- печенье;
- минеральная вода;
- автомобиль.

Опишите достоинства и недостатки каждой выбранной вами товарной марки? Предложите свои мероприятия для каждого выше названного товара по улучшению брендинга?

#### РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

##### Пример тестового задания

(??) В число методов маркетингового исследования не входит.....:

- (?) наблюдением
- (?) опрос
- (?) анкета
- (?) эксперимент

#### Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

##### Тема 4.1. Рыночная атрибутика товаров: сущность и особенности.

###### Перечень изучаемых элементов содержания

Имя торговой марки. Ассоциации. Рекламодатель. Цвет. Композиция. Семантика.

###### Вопросы для самоподготовки:

1. Основные составляющие внешней атрибутики торговой марки.
2. Этапы процесса создания имени торговой марки.
3. Основные требования и критерии отбора имени торговой марки.
4. Виды марочных названий и приемы их создания.
5. Имя торговой марки и ассоциации.
6. Основные требования, предъявляемые к марочному названию.
7. Марочный знак, понятие, роль.
8. Функции марочного знака для рекламодателя.
9. Требования к марочному знаку.
10. Значение цвета во внешних атрибутах торговой марки.
11. Цветовые особенности визуальной составляющей торговой марки.

##### Тема 4.2. Виды марочных названий и приемы их создания

###### Перечень изучаемых элементов содержания

Метонимия. Символизация. Воспоминания. Кодак. Ритмическая модуляция.

###### Вопросы для самоподготовки:

1. Как применяется заимствование слов или фраз в процессе создания марочных названий.

2. Применение метонимии в процессе создания марочных названий.
3. Символизация как прием в процессе создания марочных названий.
4. Обращение к воспоминаниям в процессе создания марочных названий.
5. Как применяется ритмическая модуляция в процессе создания марочных названий.
6. Использование юмора как прием в процессе создания марочных названий.
7. Конструирование новых слов или названий (Кодак).
8. Процесс конструирования.

#### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4** **Форма практического задания: реферат**

##### **Примерный перечень тем:**

1. Основные составляющие внешней атрибутики торговой марки.
2. Этапы процесса создания имени торговой марки.
3. Основные требования и критерии отбора имени торговой марки.
4. Виды марочных названий и приемы их создания.
5. Имя торговой марки и ассоциации.
6. Основные требования, предъявляемые к марочному названию.
7. Марочный знак, понятие, роль.
8. Функции марочного знака для рекламодателя.
9. Требования к марочному знаку.
10. Значение цвета во внешних атрибутах торговой марки.
11. Цветовые особенности визуальной составляющей торговой марки.
12. Как применяется заимствование слов или фраз в процессе создания марочных названий.
13. Применение метонимии в процессе создания марочных названий.
14. Символизация как прием в процессе создания марочных названий.
15. Обращение к воспоминаниям в процессе создания марочных названий.
16. Как применяется ритмическая модуляция в процессе создания марочных названий.
17. Использование юмора как прием в процессе создания марочных названий.
18. Конструирование новых слов или названий (Кодак).
19. Процесс конструирования.

#### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

##### Пример тестового задания

- (?)К внешним атрибутам марки относится - .....:
- (?)имя марки;
- (?)марочная эмблема;
- (?)логотип;
- (?)марочный знак.

#### **Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве.**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

##### **Тема 5.1. Рекламно-коммуникационная деятельность**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Реклама. Рекламная деятельность. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью. Директ-маркетинг. Тотальные коммуникации.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Сущность рекламной деятельности.
2. Что включает в себя комплекс маркетинговых коммуникаций.
3. Цель рекламы.
4. Особенности стимулирования сбыта.
5. Основные понятия и содержание директ-маркетинга.
6. Связи с общественностью: роль и особенности.
7. Что означает определение «сопутствующие мероприятия»?

### **Тема 5.2. Проблемы и посткризисные векторы развития**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Маркетинг. Информационная революция. Кластер. Инновации. Инновационные маркетинговые технологии. Управление брендом.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Эрозия традиционного маркетинга.
2. Информационная революция.
3. Возникновение принципиально новой общественной среды.
4. Кластеризация коммуникационного бизнеса.
5. Особая значимость инноваций в самом брендинге.
6. Необходимость новых ресурсов.
7. Дефицит кадров, отвечающих требованиям сегодняшнего дня.
8. Сильные бренды.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 5**

#### **Форма практического задания: расчетное практическое задание**

Примерные задания:

1. Составление пресс-релиза. Для заданных ситуаций определите стратегию PR: определите возможную аудиторию, выберите коммуникационные средства для размещения пресс-релиза. Составьте краткий пресс-релиз.

Исходные ситуации:

1. Предприятие завершило выполнение крупнейшего заказа на поставку своей мебели в рестораны быстрого питания (бренд), расположенные по всей территории России. Получение новых заказов такого масштаба пока не предполагается. Предприятие вынуждено вдвое сократить свой штат.
2. Часть тракторного завода приватизирована и выкуплена его руководством, которое создало совместное с Венгрией предприятие по производству автобусных коробок передач для продажи их в Венгрии, России и Восточной Европе. Оно планирует со временем освоить и другие международные рынки.
3. Видный деятель правительства приезжает с визитом на градообразующее предприятие. Это событие происходит за неделю до выборов в органы местного управления.
4. Сотрудница российского государственного силового ведомства отказывается от годового контракта, связанного со статусом «Мисс мира», который она завоевала в текущем году. Такой отказ связан с расторжением контракта, предусматривающим участие победительницы в серии публичных мероприятий и наносит прямой и косвенный ущерб организаторам конкурса.
5. Приватизированное предприятие со штатом 1000 человек и являющееся градообразующим выкуплено компанией, по слухам, принадлежащей известному финансовому олигарху. Вновь назначенное высшее руководство предприятия намечает кардинальные реформы, в том числе перепрофилирование, смену менеджмента и сокращение 450 работающих.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

(??)Целью PR является.....:

Одиночный выбор

(?)завоевание выгодных сегментов рынка;

(?)материальное стимулирование труда.

(!)установление двустороннего общения и достижение взаимопонимания, основанного на правде, знании и полной информированности

(?)все ответы верны

## **Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

### **Тема 6.1. Характеристика стоимости марочных товаров.**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Стоимость торговой марки. Интеллектуальная собственность. Нематериальные активы. Сила бренда. Ценовая политика. Налогообложение.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Стоимость торговой марки и марочных товаров.
2. Интеллектуальная собственность и ее влияние на стоимость компании.
3. Нематериальные активы компании.
4. Понятия «марочный капитал», его специфика в сравнении с другими активами компании.
5. Оценочные величины, характеризующие торговую марку.
6. Имидж марочных товаров и уровни анализа имиджа торговой марки.
7. Сила бренда.
8. Индикаторы силы торговой марки.

### **Тема 6.2. Методы оценки стоимости марочных товаров**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Затраты. Доходы. Лояльность потребителей. Влияние конкурентов. Товары повседневного спроса. Товары предварительного выбора. Товары особого спроса. Товары пассивного спроса. Метод Premium profit. Метод Relief – from Royalty. Методика Lokator.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Общие подходы к стоимостной оценке марочного капитала.
2. Перечислить и описать методы оценки стоимости марочных товаров.
3. Содержание методик Premium profit, Relief – from Royalty, Lokator.
4. Российская практика оценки марочных товаров.
5. Показатели экономического эффекта торговой марки.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 6**

### **Форма практического задания: реферат.**

#### **Примерный перечень тем:**

1. Стоимость торговой марки и марочных товаров.
2. Интеллектуальная собственность и ее влияние на стоимость компании.
3. Нематериальные активы компании.
4. Понятия «марочный капитал», его специфика в сравнении с другими активами компании.
5. Оценочные величины, характеризующие торговую марку.
6. Имидж марочных товаров и уровни анализа имиджа торговой марки.
7. Сила бренда.
8. Индикаторы силы торговой марки.
9. Общие подходы к стоимостной оценке марочного капитала.

10. Перечислить и описать методы оценки стоимости марочных товаров.
11. Содержание методик Premium profit, Relief – from Royalty, Lokator.
12. Российская практика оценки марочных товаров.
13. Показатели экономического эффекта торговой марки.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

(?)Сила марки не определяется: .....

(?)наименование марки

(?)местом продукта в классификации по Коупленду в отношении распределения

(?)лояльностью марке

(?)предпочтением марки

### **Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

#### **Тема 7.1. Методика разработки бренда**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Бренд. Колесо бренда. Процесс создания бренда. Позиция бренда. Стратегия бренда.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Методика разработки бренда «Колесо бренда».
2. Методика создания бренда В.Балашова.
3. Определение стратегии бренда.
4. Позиционирование бренда – как этап создания бренда.
5. Методика создания бренда агентства BrandAid.
6. Концепция построения бренда STP.
7. Основные критерии сегментации целевой аудитории.
8. Карта позиционирования в рамках двух осей.

#### **Тема 7.2. Модели построения брендов.**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Имидж бренда. Искренность бренда. Индивидуальность бренда. Ценность торговой марки. Персонификация. Потребительские мотивы. Конкурентное окружение. Определитель бренда. Инсайт.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Модель Ф.Котлера «3I» бренда.
2. Молекулярная модель построения бренда компании Procter & Gamble.
3. Модель построения бренда «Unilever Brand Key».
4. Сущность понятия «инсайт».

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 7**

**Форма практического задания: реферат**

**Примерный перечень тем:**

1. Методика разработки бренда «Колесо бренда».
2. Методика создания бренда В.Балашова.
3. Определение стратегии бренда.
4. Позиционирование бренда – как этап создания бренда.
5. Методика создания бренда агентства BrandAid.
6. Концепция построения бренда STP.

7. Основные критерии сегментации целевой аудитории.
8. Карта позиционирования в рамках двух осей.
9. Модель Ф.Котлера «3I» бренда.
10. Молекулярная модель построения бренда компании Procter & Gamble.
11. Модель построения бренда «Unilever Brand Key».
12. Сущность понятия «инсайт».

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 7: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

- (?)Неверно, что метод сегментации «5W» включает в себя вопрос – .....:
- (?)где?
- (?)почему?
- (?)как?
- (?)что?

### **Раздел 8. Капитал бренда**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

#### **Тема 8.1. Поддержание капитала бренда**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Элементы капитала бренда. Узнавание. Вспоминание. Приоритетное вспоминание. Доминирование марочного названия. История компании. Ручное производство.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Осведомленность или узнаваемость о бренде.
2. Лояльность к бренду.
3. Типы лояльности.
4. Пять уровней лояльности к бренду по Д. Аакеру.
5. Воспринимаемое качество.
6. Ассоциации с брендом.
7. Вспоминание и приоритетное вспоминание: сущность и особенности.
8. Механизмы подкрепления воспринимаемого качества.
9. Модель «кладбища» брендов.
10. Продвижение, основанное на известных клиентах и заказчиках.

#### **Тема 8.2. Жизненный цикл бренда**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Проникновение бренда на рынок. Рост. Зрелость бренда. Спад продаж. Возрождение бренда. Уничтожение бренда. Бренд-«звезда». Бренд-«дойная корова». Бренд-«дикая кошка». Бренд-«собака».

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Описать этапы жизненного цикла бренда.
2. Охарактеризовать бренд-«звезда».
3. Сущность бренд-«дойная корова».
4. Особенности бренд-«дикая кошка».
5. Что обозначает бренд-«собака».
6. Управление брендом с помощью концепции жизненного цикла товара
7. Расширение ассортиментной линии в существующей товарной категории.
8. Способы расширения бренда.
9. Совместный брендинг: сущность и особенности.



## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 8

Форма практического задания: расчетное практическое задание.

Примеры заданий:

Приведите и опишите примеры по подкреплению воспринимаемого качества.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 8: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

- (?) В жизненном цикле бренда отсутствует – .....:
- (?) зрелость и спад
  - (?) изменение
  - (?) внедрение на рынок
  - (?) верны все ответы

### Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

#### Тема 9.1. Товарный знак и знак обслуживания, их правовая охрана

##### Перечень изучаемых элементов содержания

Недобросовестная конкуренция. Репутация. Подделки. Фальсификация. Имитация. Контрафакт. Интеллектуальная собственность.

##### Вопросы для самоподготовки:

1. Защита марочных товаров от недобросовестной конкуренции.
2. Закон РФ «О защите конкуренции».
3. Ограничение методов нанесения ущерба деловой репутации.
4. Виды подделок: фальсификация и имитация торговых марок.
5. Понятие контрафактного товара.
6. Ответственность нарушителей прав интеллектуальной собственности.
7. Международные соглашения в области защиты товарных знаков.
8. Общественное регулирование прав интеллектуальной собственности.

#### Тема 9.2. Регистрация товарного знака

##### Перечень изучаемых элементов содержания

Роспатент. Экспертиза. Регистрация товарного знака. Идентификационный знак. Ослабление.

##### Вопросы для самоподготовки:

1. Российское агенство по патентам и товарным знакам (Роспатент).
2. Что включает в себя экспертиза товарных знаков?
3. Сущность и особенности регистрации товарного знака.
4. Судебные процессы по защите товарного знака.
5. Потеря товарного знака.
6. Что обозначает ослабление?
7. Разновидности нарушения права на торговую марку в Сети.
8. Срок регистрации товарного знака.

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 9

Форма практического задания: расчетное практическое задание.

Примеры заданий:

Рассмотреть судебные разбирательства, которые проходили в области брендинга. Описать суть конфликта, участников судебного разбирательства, решение суда.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 9: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

### Пример тестового задания

(??)Выберите неправильное утверждение:

(?)Торговый знак является обозначением, которое может быть использовано для различения товаров и услуг, предлагаемых одной компанией, от товаров и услуг, предлагаемых другими компаниями.

(?)Регистрация торгового знака является обязательным условием для охраны знака в различных странах мира.

(?)Регистрация торгового знака, как правило, действительна на протяжении 10 лет, и может быть продлена неограниченное число раз при условии своевременной уплаты пошлин за продление срока действия регистрации.

(?)Торговый знак предоставляет своему правообладателю охрану, гарантируя исключительное право использовать знак для идентификации товаров и услуг, или разрешать такое использование за плату иным лицам.

## **5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

### **5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине.**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является экзамен, которые проводится в устной форме.

### **5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.**

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-6	способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Знать: модели и методы управления проектом на стадиях его разработки и реализации, их возможности и ограничения, порядок использования; основные процессы и подсистемы проектного управления; формы организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации.	Этап формирования знаний
		Уметь: использовать методы качественного и количественного	Этап формирования умений.

		<p>анализа проекта в ходе его концептуальной проработки; использовать проектный анализ; организовывать систему управления проектом; контролировать ход выполнения проекта</p>	
		<p>Владеть: арсеналом современного инструментария управления проектами; навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией; управлять поставками, рисками и человеческими ресурсами при управлении проектами; методами и приемами анализа управленческих процессов</p>	<p>Этап формирования навыков и получения опыта.</p>
ПК-8	<p>владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений</p>	<p>Знать: основные термины, методы управления проектами, стандарты управления проектами; формы организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации</p>	<p>Этап формирования знаний</p>
		<p>Уметь: использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки; документально оформлять решения в управлении проектами.</p>	<p>Этап формирования умений.</p>

		<p>Владеть: методологией формализации управления проектом; навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией; управлять поставками, рисками и человеческими ресурсами проекта.</p>	<p>Этап формирования навыков и получения опыта.</p>
--	--	---	---

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

<b>Код компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенций</b>	<b>Показатель оценивания компетенции</b>	<b>Критерии и шкалы оценивания</b>
ПК-6; ПК-8	Этап формирования знаний.	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части</p>

			программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.
ПК-6; ПК-8	Этап формирования умений.	Расчетное практическое задание и контрольная работа	1. Оформление в соответствии с требованиями (1 балл); 2. Выбор источников информации (1 балл); 3. Умение ими пользоваться (1 балл); 4. Анализ и выводы, отражающие суть изучаемого явления с указанием конкретных результатов (2 балла) Максимальная оценка - 5 баллов
ПК-6; ПК-8	Этап формирования навыков и получения опыта.	Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	

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

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Теоретический блок вопросов:

1. Понятие торговой марки и другие, связанные с ней понятия.
2. Экономическая функция торговой марки.
3. Информационно-рекламная функция торговой марки.
4. Функция престижа торговой марки.
5. Значение торговой марки для снижения риска покупателя.
6. Понятие брендинга и его содержание (на примере торговой марки).
7. Бренд-менеджмент и его роль на современном рынке.
8. Торговая марка производителя товаров и особенности управления.
9. Терминология торговой марки: общее и отличное.
10. Функции торговой марки.
11. Категории товаров и их потребность в торговой марке.
12. Потребительские функции торговой марки.
13. Структура и границы торговой марки.
14. Этапы разработки торговой марки.
15. Понятие миссии торговой марки.
16. Концепция торговой марки.
17. Идентификация торговой марки (призма идентификации на примере конкретной торговой марки).
18. Формирование имиджа торговой марки.
19. Миф торговой марки (на примере конкретной торговой марки).
20. Лицо марки (на примере конкретной торговой марки).
21. Персонаж марки (на примере конкретной торговой марки).
22. Ошибки при создании торговой марки.
23. Активы марки.

24. Понятие и факторы «сильной марки».
25. Внешние атрибуты торговой марки.
26. Имя марки. Источники имени марки. Критерии выбора имени марки (лингвистический, семантический, юридический).
27. Характеристики эффективных названий торговых марок.
28. Типология торговых марок.
29. Понятие жизненного цикла торговой марки.
30. Этапы управления торговой маркой. Особенности управления торговой маркой на различных этапах ее жизненного цикла.
31. Позиционирование торговой марки.
32. Стратегии продвижения торговой марки.
33. Системы коммуникации торговой марки.
34. Формы и методы поддержки лояльности потребителя к торговой марке.
35. Понятие локальной и глобальной торговых марок.
36. Понятие мультимарки. Политика продвижения мультимарок.
37. Особенности управления международной торговой маркой.
38. Классификация современных торговых марок в России.
39. Сопоставление факторов, влияющих на покупательское поведение (соединить стрелками)

#### Аналитическое задание

1. Брендинг как процесс формирования предпочтения торговой марке или корпорации.
2. Понятия товарного и корпоративного брендинга.
3. Понятие, структура и формальные признаки бренда.
4. Бренд как маркетинговое понятие.
5. Рациональные, ассоциативные, эмоциональные и поведенческие элементы в структуре бренда.
6. Функциональные, индивидуальные, социальные и коммуникативные качества бренда
7. Атрибуты бренда.
8. Содержание бренда как коммуникационный процесс.
9. Коммуникативные барьеры между товаром и потребителем.
10. Бренд как семиотический треугольник: денотат (предмет) – означающее – означаемое.
11. Бренд как социальный миф о товаре.
12. Социально-психологические аспекты брендинга.
13. Отношения потребителя и бренда как межличностные отношения.
14. Брендинг как практика разработки, реализации и развития бренда.
15. Анализ рыночной ситуации и создание пространственной модели бренда.
16. Разработка концепции позиционирования бренда и фокусирование маркетинговых коммуникаций.
17. Разработка идентичности бренда.
18. Психологические методы при разработке бренда.
19. Модели разработки бренда: «колесо бренда», «ТТВ».
20. Разработка атрибутов бренда.
21. Способы образования и этапы создания имени бренда.
22. Упаковка как важнейший атрибут бренда.
23. Фирменная символика и другая атрибутика в системе брендинга.
24. Способы анализа лояльности бренду.
25. Программа формирования лояльности.
26. Мероприятия брендинга для усиления рыночных позиций бренда.
27. Понятие бренд-менеджмент как управление качеством бренда и маркетинговыми коммуникациями.
28. Стратегические задачи управления брендом.
29. Методики измерения силы бренда и потенциала его развития.

30. Методики измерения восприятия потребителями отличий бренда.
31. Характеристика бренда в зависимости от значений отличия, актуальности, уважения и понимания.
32. Материальные затраты и капитал бренда, способы их оценки и прогнозирования.
33. Растяжение и расширение бренда, их разновидности и возможности.
34. Совместный брендинг, условия его эффективности.
35. Развитие бренда во времени как изменения в его идентичности.
36. Причины устаревания и упадка, условия обновления бренда.
37. Перепозиционирование (ребрендинг) в процессе управления брендом.
38. Преимущества и недостатки расширения бренда.
39. Индивидуальность бренда.
40. Содержательные характеристики бренда.

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета (зачета с оценкой) и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

### **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины**

#### ***6.1. Основная литература.***

1. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466112>
2. Карпова, С. В. Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 439 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3732-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467833>

#### ***6.2. Дополнительная литература:***

1. \_\_\_\_ Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 504 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/426128>
2. \_\_\_\_ Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450528>

## **7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. <http://www.biblioclub.ru/> - Университетская библиотека-онлайн.
2. <https://urait.ru/> - Образовательная платформа Юрайт
3. <http://government.ru> – сайт Правительства РФ.
4. <http://www.gks.ru> – сайт Федеральной службы государственной статистики.
5. <http://www.kremlin.ru> – сайт Президента РФ.
6. <http://www.duma.gov.ru>– сайт Государственной Думы РФ.
7. <http://www.council.gov.ru> – сайт Совета Федерации ФС РФ.

### **7.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные базы**

1. <https://wciom.ru/> - ВЦИОМ
2. <https://fom.ru/> - Фонд Общественное Мнение
3. <https://www.gks.ru/> - Федеральная служба государственной статистики

## **8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Освоение обучающимся дисциплины «**Брендинг**» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины, доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.



Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

– консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине».

## **9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине**

### **9.1. Информационные технологии**

1. Персональный компьютер.
2. Сотовый телефон.
3. Проектор.

### **9.2. Программное обеспечение (при необходимости)**

1. Microsoft Office (Word, Excel),
2. Internet Explorer,

### **9.3. Информационные справочные системы (при необходимости)**

<b>№№</b>	<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.

3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.book.ru">http://www.book.ru</a> 100% доступ
6.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
7.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	<a href="http://webofknowledge.com;">http://webofknowledge.com;</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
9	Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина	Общегосударственное электронное хранилище цифровых копий важнейших документов по истории, теории и практике российской государственности, русскому языку, а также мультимедийных образовательных, научно-образовательных, культурно-просветительских и информационно-аналитических ресурсов.	<a href="https://www.prlib.ru/">https://www.prlib.ru/</a> Доступ в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета.
10	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	<a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a> доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
11.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	<a href="http://eduvideo.online">http://eduvideo.online</a> 100% доступ

#### **10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине**

Для изучения дисциплины «**Брендинг**» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки **38.03.02 - Менеджмент** используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет),

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, персональные компьютеры с доступом в сеть интернет, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

### **11. Образовательные технологии**

При реализации дисциплины «**Брендинг**» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «**Брендинг**» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме, разбор конкретных ситуаций и практических задач в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины «**Брендинг**» предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «**Брендинг**» предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

По заочной форме обучения для обучающихся освоение дисциплины осуществляется исключительно с применением дистанционных образовательных технологий.

Методика применения дистанционных образовательных технологий при реализации дисциплины «**Брендинг**» представлена в приложениях основной профессиональной образовательной программы «Управление маркетингом» по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент.

В рамках дисциплины «**Брендинг**» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

## Лист регистрации изменений


№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 января 2016 года №7	Протокол заседания Ученого совета № 13 от «02» июля 2020 года	01.09.20



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**



«УТВЕРЖДАЮ»  
И.о. декана факультета управления

  
Д.К. Танатова  
«2» июля 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ**

**Направление подготовки:**  
**38.03.02 – Менеджмент**

**Направленность (профиль):**  
**Управление маркетингом**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Уровень профессионального образования**  
**Высшее образование - бакалавриат**

**Форма обучения**  
**Очная**

Москва 2020

Рабочая программа дисциплины «Бренд-менеджмент» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.01.2016 №7, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования.

Рабочая программа дисциплины разработана кандидатом социологических наук, доцентом факультета управления Кабановой Еленой Евгеньевной.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы к.соц.н, доцент, доцент факультета управления



Т.А. Евстратова

Рабочая программа дисциплины обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета. Протокол №13 от «2» июля 2020 г.

И.О. декана факультета  
Доктор социологических наук,  
профессор



Д.К. Танатова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

Акционерное общество «АНКОР»  
Заместитель генерального директора



Т. Баскина

(подпись)

Закрытое акционерное общество «ЭКОПСИ Консалтинг»  
Директор проектов



С.В. Баранов

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового университета при Правительстве РФ



И.Ю. Беляева

Д.с.н., профессор  
Профессор кафедры менеджмента и административного управления



О.А. УРЖА

(подпись)

Согласовано  
Научная библиотека, директор



И.Г. МАЛЯР

## СОДЕРЖАНИЕ:

1. Общие положения .....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины. ....	4
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	4
1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы. ....	4
2. Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося.....	5
3. Содержание дисциплины.....	6
3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения .....	6
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	6
4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	6
4.2 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	8
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	19
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине. ....	19
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. ....	19
5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	21
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы .....	22
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	24
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины	24
6.1. Основная литература.....	24
6.2. Дополнительная литература: .....	25
7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины .....	25
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	25
9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине.....	26
9.1. Информационные технологии .....	26
9.2. Программное обеспечение (при необходимости).....	26
9.3. Информационные справочные системы (при необходимости).....	26
10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине ...	28
11. Образовательные технологии .....	28
Лист регистрации изменений .....	30

## 1. Общие положения

### 1.1. Цель и задачи дисциплины.

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний об основных подходах к формированию марочного капитала коммерческой организации, принципах, технологиях разработки, построения, оценки и управления марочным капиталом.

#### Задачи дисциплины:

- научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;
- научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.

### 1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина «Бренд-менеджмент» реализуется в части основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент очной форме обучения.

Изучение дисциплины «Бренд-менеджмент» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Проектный менеджмент», «Разработка программ лояльности», «Организационный менеджмент», «Разработка и управление start up проектами», «Социальные и коммуникационные технологии в управлении», «Маркетинг территории» и др.

Изучение дисциплины «Бренд-менеджмент» является базовым для последующего освоения программного материала дисциплин: «Маркетинговые коммуникации», «Управление продажами», «Управление взаимоотношениями с клиентами».

### 1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих **профессиональных** компетенций:

- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
ПК-6	способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Знать: модели и методы управления проектом на стадиях его разработки и реализации, их возможности и ограничения, порядок использования; основные процессы и подсистемы проектного управления; формы организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации.
		Уметь: использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки; использовать



		проектный анализ; организовывать систему управления проектом; контролировать ход выполнения проекта
		Владеть: арсеналом современного инструментария управления проектами; навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией; управлять поставками, рисками и человеческими ресурсами при управлении проектами; методами и приемами анализа управленческих процессов
ПК-8	владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Знать: основные термины, методы управления проектами, стандарты управления проектами; формы организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации
		Уметь: использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки; документально оформлять решения в управлении проектами.
		Владеть: методологией формализации управления проектом; навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией; управлять поставками, рисками и человеческими ресурсами проекта.

## 2. Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		7
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>162</b>	<b>162</b>
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем		
Учебные занятия лекционного типа	36	36
Учебные занятия семинарского типа	54	54
ИКР	72	72
Лабораторные занятия	0	0
<b>Самостоятельная работа обучающихся*, всего</b>	<b>126</b>	<b>126</b>
В том числе:		
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	54	54
Выполнение практических заданий	54	54
Рубежный текущий контроль	18	18

<b>Вид промежуточной аттестации, контроль (час)</b>	<b>Экзамен 36</b>	<b>Экзамен 36</b>
<b>Общая трудоемкость дисциплины, з.е.</b>	<b>9</b>	<b>9</b>

### 3. Содержание дисциплины

#### 3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Объем учебных занятий составляет 324 часов.

Объем самостоятельной работы, в том числе часов на контроль – 162 часа.

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						Контактная работа обучающихся с преподавателем
	Всего	Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация (СРС + контроль)	Контактная работа обучающихся с преподавателем				
			Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия	
Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 2. Создание марочных товаров.	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 8. Капитал бренда	36	18	18	4	6	0	8
Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров	36	18	18	4	6	0	8
<b>Общий объем, часов</b>	<b>324</b>	<b>162</b>	<b>162</b>	<b>36</b>	<b>54</b>	<b>0</b>	<b>72</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>экзамен</b>						

#### 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

##### 4.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

##### Очная форма обучения

Раздел, тема	Всего СРС + контроль	Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль						
		Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут.)
Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	2
Раздел 2. Создание марочных товаров.	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	2
Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	2
Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	4
Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	4
Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям,	6	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма	4

			самостоятельное изучение раздела в ЭИОС				рубежного контроля по усмотрению преподавателя	
Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	4
Раздел 8. Капитал бренда	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	4
Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров	18	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	4
<b>Общий объем, часов</b>	<b>162</b>	<b>54</b>		<b>54</b>		<b>18</b>		<b>36</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>		<b>экзамен</b>						

#### 4.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

##### Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

##### Тема 1.1. История торговой марки.

##### Перечень изучаемых элементов содержания

Геральдика. Товарное обозначение. Торговый знак. Торговая марка. Товарный знак.

##### Вопросы для самоподготовки:

1. Родовая геральдика Средних веков.
2. Символы, используемые в геральдике.
3. Торговая и цеховая геральдика.
4. Эволюция форм товарного обозначения.
5. Истоки торгового знака.
6. Прообразы товарного знака.
7. Первые товарные знаки.
8. История торговых марок в России.
9. Появление в России понятие о товарном знаке.
10. Относительный порядок в знаковом хозяйстве.
11. Товарные знаки конца XIX в.

## **Тема 1.2. Марочные товары: основные понятия и содержание.**

### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Марочный знак. Бренд. Товарный менеджмент. Знаковые системы. Символы. Иконы. Индексы. Эмблемы. Пиктограммы. Идеограммы.

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Торговая марка в современном мире.
2. Элементы торговой марки.
3. Товарный знак, марочный знак, торговая марка и бренд.
4. Общее и особенное бренда и торговой марки.
5. Критерии выделения брендов.
6. Соотношение понятий «бренд» и «товарный знак».
7. Товарный менеджмент марочных товаров в современных условиях.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1**

### **Форма практического задания: реферат**

#### **Примерный перечень тем:**

1. Родовая геральдика Средних веков.
2. Символы, используемые в геральдике.
3. Торговая и цеховая геральдика.
4. Эволюция форм товарного обозначения.
5. Истоки торгового знака.
6. Прообразы товарного знака.
7. Первые товарные знаки.
8. История торговых марок в России.
9. Появление в России понятие о товарном знаке.
10. Относительный порядок в знаковом хозяйстве.
11. Товарные знаки конца XIX в.
12. Определение знака и знаковые системы.
13. Классификация знаковых систем.
14. Символы, иконы, индексы, эмблемы, пиктограммы, идеограммы.
15. Соотношение понятий бренд и торговая марка. Специфика терминологий.
16. Основные характеристики и функции торговой марки
17. Торговая марка в современном мире.
18. Элементы торговой марки.
19. Товарный знак, марочный знак, торговая марка и бренд.
20. Общее и особенное бренда и торговой марки.
21. Критерии выделения брендов.
22. Соотношение понятий «бренд» и «товарный знак».
23. Товарный менеджмент марочных товаров в современных условиях.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

### **Пример тестового задания**

- (?)Имя торговой марки – это.....:
- (?)Название, определяющее торговую марку и. как правило стоящую за ней организацию, ассортимент товаров или набор услуг
- (?)Термин, описывающий сущность всей совокупности характеристик торговой марки
- (?)Термин, характеризующий финансовую стоимость торговой марки
- (?)Название, определяющее организацию, ее ассортимент и набор услуг

## **Раздел 2. Создание марочных товаров**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

### **Тема 2.1. Разработка и этапы создания торговой марки.**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Торговая марка. Пирамида торговой марки. Идентификация марки. Ценности торговой марки. Товар.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Разработка торговой марки.
2. Этапы создания торговой марки.
3. Технология создания торговой марки.
4. Пирамида торговой марки.
5. Идентификация марки и разработка ее концепции.
6. Понятия «идентификация марки» и «образ марки».
7. Основные элементы призмы идентификации торговой марки.
8. Факторы, влияющие на процесс идентификации торговой марки.
9. Алгоритм создания торговой марки.
10. Сравнительные параметры товара и его торговой марки.
11. Понятие ценности торговой марки.
12. Составляющие ценности торговой марки.

### **Тема 2.2. Этапы создания бренда и принципы эффективного брендинга**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Бренд. Позиционирование. Логотип. Марочное имя. Цветовая гамма. Слоган. Лицо марки. Имидж. Упаковка. Звук.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Создание бренда.
2. Позиционирование бренда.
3. Факторы позиционирования бренда.
4. Понятие «сильный бренд».
5. Атрибуты бренда: марочное имя, графическая составляющая (логотип), цветовая гамма, объемная составляющая (упаковка), звуковая составляющая, слоган, лицо марки.
6. Ценности, чувства, характер, ассоциации бренда.
7. Имидж бренда.
8. Способы и модели разработки бренда.
9. Критерии «сильной» торговой марки.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2**

### **Форма практического задания: реферат**

#### **Примерный перечень тем:**

1. Разработка торговой марки.
2. Этапы создания торговой марки.
3. Технология создания торговой марки.
4. Пирамида торговой марки.
5. Идентификация марки и разработка ее концепции.
6. Понятия «идентификация марки» и «образ марки».
7. Основные элементы призмы идентификации торговой марки.
8. Факторы, влияющие на процесс идентификации торговой марки.
9. Алгоритм создания торговой марки.
10. Сравнительные параметры товара и его торговой марки.
11. Понятие ценности торговой марки.

12. Составляющие ценности торговой марки.
13. Создание бренда.
14. Позиционирование бренда.
15. Факторы позиционирования бренда.
16. Понятие «сильный бренд».
17. Атрибуты бренда: марочное имя, графическая составляющая (логотип), цветовая гамма, объемная составляющая (упаковка), звуковая составляющая, слоган, лицо марки.
18. Ценности, чувства, характер, ассоциации бренда.
19. Имидж бренда.
20. Способы и модели разработки бренда.
21. Критерии «сильной» торговой марки.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

(?) Термин в маркетинге, символизирующий весь комплекс информации о компании, продукте или услуге – это.....:

- (?) логотип
- (?) товарная марка (товарный знак)
- (?) торговая марка
- (!) бренд

### **Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

#### **Тема 3.1. Основные стратегии развития и продвижения торговых марок.**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Архитектура марок. Стратегия. Марка-продукт. Марка-линия. Марка-гамма. Марка-зонтик. Марка-источник.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Типология марочных товаров (архитектура марок).
2. Стратегия «марка - продукт».
3. Преимущества стратегии «марка - продукт». Недостатки стратегии марки - продукта.
4. Стратегия «марка – линия».
5. Преимущества стратегии «марка - линия». Недостатки стратегии «марка – линия».
6. Стратегия «марка – гамма».
7. Преимущества стратегии «марка - гамма». Недостатки стратегии «марка – гамма».
8. Стратегия «марка – зонтик».
9. Преимущества стратегии «марка - зонтик». Недостатки стратегии «марка – зонтик».
10. Стратегия «марка – источник».
11. Преимущества стратегии «марка - источник». Недостатки стратегии «марка – источник».
12. Стратегия «марка – поручительство» и ее преимущества.

#### **Тема 3.2. Как построить стратегию продвижения бренда?**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Ситуационный анализ. Тенденции развития рынка. Конкуренты. Потребитель. Брендинг. Брендинговое агенство. Реклама. Имидж. Аудитория. Доверие. Сплоченность персонала. Продажи. Pull. Push.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Зачем нужна стратегия продвижения бренда?
2. Какая главная цель бренда?
3. Какие шаги нужно предпринять для достижения главной цели?
4. Для кого создан бренд, и как можно увеличить степень вовлеченности клиентов/покупателей?
5. Проведение маркетинговых исследований.
6. Формирование целей и задач стратегии продвижения бренда.
7. Выработка метода продвижения.
8. Выбор инструментов, необходимых для внедрения стратегии.
9. Внедрение и усовершенствование.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3**

#### **Форма практического задания: расчетное практическое задание**

##### **Примерные задания:**

Выберите любую товарную марку для следующих товаров:

- подгузники для детей;
- макароны;
- печенье;
- минеральная вода;
- автомобиль.

Опишите достоинства и недостатки каждой выбранной вами товарной марки? Предложите свои мероприятия для каждого выше названного товара по улучшению брендинга?

#### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

##### Пример тестового задания

(?)В число методов маркетингового исследования не входит.....:

- (?)наблюдением
- (?)опрос
- (?)анкета
- (?)эксперимент

#### **Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

##### **Тема 4.1. Рыночная атрибутика товаров: сущность и особенности.**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Имя торговой марки. Ассоциации. Рекламодатель. Цвет. Композиция. Семантика.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Основные составляющие внешней атрибутики торговой марки.
2. Этапы процесса создания имени торговой марки.
3. Основные требования и критерии отбора имени торговой марки.
4. Виды марочных названий и приемы их создания.
5. Имя торговой марки и ассоциации.
6. Основные требования, предъявляемые к марочному названию.
7. Марочный знак, понятие, роль.
8. Функции марочного знака для рекламодателя.
9. Требования к марочному знаку.
10. Значение цвета во внешних атрибутах торговой марки.



11. Цветовые особенности визуальной составляющей торговой марки.

#### **Тема 4.2. Виды марочных названий и приемы их создания**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Метонимия. Символизация. Воспоминания. Кодак. Ритмическая модуляция.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Как применяется заимствование слов или фраз в процессе создания марочных названий.
2. Применение метонимии в процессе создания марочных названий.
3. Символизация как прием в процессе создания марочных названий.
4. Обращение к воспоминаниям в процессе создания марочных названий.
5. Как применяется ритмическая модуляция в процессе создания марочных названий.
6. Использование юмора как прием в процессе создания марочных названий.
7. Конструирование новых слов или названий (Кодак).
8. Процесс конструирования.

#### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4**

##### **Форма практического задания: реферат**

##### **Примерный перечень тем:**

1. Основные составляющие внешней атрибутики торговой марки.
2. Этапы процесса создания имени торговой марки.
3. Основные требования и критерии отбора имени торговой марки.
4. Виды марочных названий и приемы их создания.
5. Имя торговой марки и ассоциации.
6. Основные требования, предъявляемые к марочному названию.
7. Марочный знак, понятие, роль.
8. Функции марочного знака для рекламодателя.
9. Требования к марочному знаку.
10. Значение цвета во внешних атрибутах торговой марки.
11. Цветовые особенности визуальной составляющей торговой марки.
12. Как применяется заимствование слов или фраз в процессе создания марочных названий.
13. Применение метонимии в процессе создания марочных названий.
14. Символизация как прием в процессе создания марочных названий.
15. Обращение к воспоминаниям в процессе создания марочных названий.
16. Как применяется ритмическая модуляция в процессе создания марочных названий.
17. Использование юмора как прием в процессе создания марочных названий.
18. Конструирование новых слов или названий (Кодак).
19. Процесс конструирования.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

##### **Пример тестового задания**

(??)К внешним атрибутам марки относится - .....:

- (?)имя марки;
- (?)марочная эмблема;
- (?)логотип;
- (?)марочный знак.

#### **Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве.**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении

операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

### **Тема 5.1. Рекламно-коммуникационная деятельность**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Реклама. Рекламная деятельность. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью. Директ-маркетинг. Тотальные коммуникации.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Сущность рекламной деятельности.
2. Что включает в себя комплекс маркетинговых коммуникаций.
3. Цель рекламы.
4. Особенности стимулирования сбыта.
5. Основные понятия и содержание директ-маркетинга.
6. Связи с общественностью: роль и особенности.
7. Что означает определение «сопутствующие мероприятия»?

### **Тема 5.2. Проблемы и посткризисные векторы развития**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Маркетинг. Информационная революция. Кластер. Инновации. Инновационные маркетинговые технологии. Управление брендом.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Эрозия традиционного маркетинга.
2. Информационная революция.
3. Возникновение принципиально новой общественной среды.
4. Кластеризация коммуникационного бизнеса.
5. Особая значимость инноваций в самом брендинге.
6. Необходимость новых ресурсов.
7. Дефицит кадров, отвечающих требованиям сегодняшнего дня.
8. Сильные бренды.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 5**

### **Форма практического задания: расчетное практическое задание**

Примерные задания:

1. Составление пресс-релиза. Для заданных ситуаций определите стратегию PR: определите возможную аудиторию, выберите коммуникационные средства для размещения пресс-релиза. Составьте краткий пресс-релиз.

Исходные ситуации:

1. Предприятие завершило выполнение крупнейшего заказа на поставку своей мебели в рестораны быстрого питания (бренд), расположенные по всей территории России. Получение новых заказов такого масштаба пока не предполагается. Предприятие вынуждено вдвое сократить свой штат.
2. Часть тракторного завода приватизирована и выкуплена его руководством, которое создало совместное с Венгрией предприятие по производству автобусных коробок передач для продажи их в Венгрии, России и Восточной Европе. Оно планирует со временем освоить и другие международные рынки.
3. Видный деятель правительства приезжает с визитом на градообразующее предприятие. Это событие происходит за неделю до выборов в органы местного управления.
4. Сотрудница российского государственного силового ведомства отказывается от годового контракта, связанного со статусом «Мисс мира», который она завоевала в текущем году. Такой отказ связан с расторжением контракта, предусматривающим участие победительницы в серии публичных мероприятий и наносит прямой и косвенный ущерб организаторам конкурса.
5. Приватизированное предприятие со штатом 1000 человек и являющееся градообразующим выкуплено компанией, по слухам, принадлежащей известному

финансовому олигарху. Вновь назначенное высшее руководство предприятия намечает кардинальные реформы, в том числе перепрофилирование, смену менеджмента и сокращение 450 работающих.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

(??)Целью PR является.....:

Одиночный выбор

(?)завоевание выгодных сегментов рынка;

(?)материальное стимулирование труда.

(!)установление двустороннего общения и достижение взаимопонимания, основанного на правде, знании и полной информированности

(?)все ответы верны

### **Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

#### **Тема 6.1. Характеристика стоимости марочных товаров.**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Стоимость торговой марки. Интеллектуальная собственность. Нематериальные активы. Сила бренда. Ценовая политика. Налогообложение.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Стоимость торговой марки и марочных товаров.
2. Интеллектуальная собственность и ее влияние на стоимость компании.
3. Нематериальные активы компании.
4. Понятия «марочный капитал», его специфика в сравнении с другими активами компании.
5. Оценочные величины, характеризующие торговую марку.
6. Имидж марочных товаров и уровни анализа имиджа торговой марки.
7. Сила бренда.
8. Индикаторы силы торговой марки.

#### **Тема 6.2. Методы оценки стоимости марочных товаров**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Затраты. Доходы. Лояльность потребителей. Влияние конкурентов. Товары повседневного спроса. Товары предварительного выбора. Товары особого спроса. Товары пассивного спроса. Метод Premium profit. Метод Relief – from Royalty. Методика Lokator.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Общие подходы к стоимостной оценке марочного капитала.
2. Перечислить и описать методы оценки стоимости марочных товаров.
3. Содержание методик Premium profit, Relief – from Royalty, Lokator.
4. Российская практика оценки марочных товаров.
5. Показатели экономического эффекта торговой марки.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 6**

### **Форма практического задания: реферат.**

**Примерный перечень тем:**

1. Стоимость торговой марки и марочных товаров.
2. Интеллектуальная собственность и ее влияние на стоимость компании.

3. Нематериальные активы компании.
4. Понятия «марочный капитал», его специфика в сравнении с другими активами компании.
5. Оценочные величины, характеризующие торговую марку.
6. Имидж марочных товаров и уровни анализа имиджа торговой марки.
7. Сила бренда.
8. Индикаторы силы торговой марки.
9. Общие подходы к стоимостной оценке марочного капитала.
10. Перечислить и описать методы оценки стоимости марочных товаров.
11. Содержание методик Premium profit, Relief – from Royalty, Lokator.
12. Российская практика оценки марочных товаров.
13. Показатели экономического эффекта торговой марки.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

(?)Сила марки не определяется: .....

(?)наименование марки

(?)местом продукта в классификации по Коупленду в отношении распределения

(?)лояльностью марке

(?)предпочтением марки

**Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

**Тема 7.1. Методика разработки бренда**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

Бренд. Колесо бренда. Процесс создания бренда. Позиция бренда. Стратегия бренда.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Методика разработки бренда «Колесо бренда».
2. Методика создания бренда В.Балашова.
3. Определение стратегии бренда.
4. Позиционирование бренда – как этап создания бренда.
5. Методика создания бренда агентства BrandAid.
6. Концепция построения бренда STP.
7. Основные критерии сегментации целевой аудитории.
8. Карта позиционирования в рамках двух осей.

**Тема 7.2. Модели построения брендов.**

**Перечень изучаемых элементов содержания**

Имидж бренда. Искренность бренда. Индивидуальность бренда. Ценность торговой марки. Персонификация. Потребительские мотивы. Конкурентное окружение. Определитель бренда. Инсайт.

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Модель Ф.Котлера «3I» бренда.
2. Молекулярная модель построения бренда компании Procter & Gamble.
3. Модель построения бренда «Unilever Brand Key».
4. Сущность понятия «инсайт».

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 7**

## Форма практического задания: реферат

### Примерный перечень тем:

1. Методика разработки бренда «Колесо бренда».
2. Методика создания бренда В.Балашова.
3. Определение стратегии бренда.
4. Позиционирование бренда – как этап создания бренда.
5. Методика создания бренда агентства BrandAid.
6. Концепция построения бренда STP.
7. Основные критерии сегментации целевой аудитории.
8. Карта позиционирования в рамках двух осей.
9. Модель Ф.Котлера «3I» бренда.
10. Молекулярная модель построения бренда компании Procter & Gamble.
11. Модель построения бренда «Unilever Brand Key».
12. Сущность понятия «инсайт».

## РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 7: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

### Пример тестового задания

- (?) Неверно, что метод сегментации «5W» включает в себя вопрос – .....:
- (?) где?
- (?) почему?
- (?) как?
- (?) что?

### Раздел 8. Капитал бренда

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

#### Тема 8.1. Поддержание капитала бренда

##### Перечень изучаемых элементов содержания

Элементы капитала бренда. Узнавание. Вспоминание. Приоритетное вспоминание. Доминирование марочного названия. История компании. Ручное производство.

##### Вопросы для самоподготовки:

1. Осведомленность или узнаваемость о бренде.
2. Лояльность к бренду.
3. Типы лояльности.
4. Пять уровней лояльности к бренду по Д. Аакеру.
5. Воспринимаемое качество.
6. Ассоциации с брендом.
7. Вспоминание и приоритетное вспоминание: сущность и особенности.
8. Механизмы подкрепления воспринимаемого качества.
9. Модель «кладбища» брендов.
10. Продвижение, основанное на известных клиентах и заказчиках.

#### Тема 8.2. Жизненный цикл бренда

##### Перечень изучаемых элементов содержания

Проникновение бренда на рынок. Рост. Зрелость бренда. Спад продаж. Возрождение бренда. Уничтожение бренда. Бренд-«звезда». Бренд-«дойная корова». Бренд-«дикая кошка». Бренд-«собака».

##### Вопросы для самоподготовки:

1. Описать этапы жизненного цикла бренда.

2. Охарактеризовать бренд-«звезда».
3. Сущность бренд-«дойная корова».
4. Особенности бренд-«дикая кошка».
5. Что обозначает бренд-«собака».
6. Управление брендом с помощью концепции жизненного цикла товара
7. Расширение ассортиментной линии в существующей товарной категории.
8. Способы расширения бренда.
9. Совместный брендинг: сущность и особенности.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 8**

**Форма практического задания: расчетное практическое задание.**

### **Примеры заданий:**

Приведите и опишите примеры по подкреплению воспринимаемого качества.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 8: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

- (??)В жизненном цикле бренда отсутствует – .....
- (?)зрелость и спад
- (?)изменение
- (?)внедрение на рынок
- (?)верны все ответы

### **Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров**

**Цель:** научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-6; ПК-8).

#### **Тема 9.1. Товарный знак и знак обслуживания, их правовая охрана**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Недобросовестная конкуренция. Репутация. Подделки. Фальсификация. Имитация. Контрафакт. Интеллектуальная собственность.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Защита марочных товаров от недобросовестной конкуренции.
2. Закон РФ «О защите конкуренции».
3. Ограничение методов нанесения ущерба деловой репутации.
4. Виды подделок: фальсификация и имитация торговых марок.
5. Понятие контрафактного товара.
6. Ответственность нарушителей прав интеллектуальной собственности.
7. Международные соглашения в области защиты товарных знаков.
8. Общественное регулирование прав интеллектуальной собственности.

#### **Тема 9.2. Регистрация товарного знака**

##### **Перечень изучаемых элементов содержания**

Роспатент. Экспертиза. Регистрация товарного знака. Идентификационный знак. Ослабление.

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Российское агенство по патентам и товарным знакам (Роспатент).
2. Что включает в себя экспертиза товарных знаков?
3. Сущность и особенности регистрации товарного знака.
4. Судебные процессы по защите товарного знака.
5. Потеря товарного знака.

6. Что обозначает ослабление?
7. Разновидности нарушения права на торговую марку в Сети.
8. Срок регистрации товарного знака.

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 9

**Форма практического задания: расчетное практическое задание.**

### **Примеры заданий:**

Рассмотреть судебные разбирательства, которые проходили в области брендинга. Описать суть конфликта, участников судебного разбирательства, решение суда.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 9: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Пример тестового задания

(?)Выберите неправильное утверждение:

(?)Торговый знак является обозначением, которое может быть использовано для различения товаров и услуг, предлагаемых одной компанией, от товаров и услуг, предлагаемых другими компаниями.

(?)Регистрация торгового знака является обязательным условием для охраны знака в различных странах мира.

(?)Регистрация торгового знака, как правило, действительна на протяжении 10 лет, и может быть продлена неограниченное число раз при условии своевременной уплаты пошлин за продление срока действия регистрации.

(?)Торговый знак предоставляет своему правообладателю охрану, гарантируя исключительное право использовать знак для идентификации товаров и услуг, или разрешать такое использование за плату иным лицам.

**5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

**5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине.**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является экзамен, которые проводится в устной форме.

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

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-6	способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Знать: модели и методы управления проектом на стадиях его разработки и реализации, их возможности и ограничения, порядок использования; основные процессы и подсистемы проектного управления; формы организации труда	Этап формирования знаний

		над проектом в ходе его разработки и реализации.	
		Уметь: использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки; использовать проектный анализ; организовывать систему управления проектом; контролировать ход выполнения проекта	Этап формирования умений.
		Владеть: арсеналом современного инструментария управления проектами; навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией; управлять поставками, рисками и человеческими ресурсами при управлении проектами; методами и приемами анализа управленческих процессов	Этап формирования навыков и получения опыта.
ПК-8	владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Знать: основные термины, методы управления проектами, стандарты управления проектами; формы организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации	Этап формирования знаний
		Уметь: использовать методы качественного и количественного анализа проекта в	Этап формирования умений.



		ходе его концептуальной проработки; документально оформлять решения в управлении проектами.	
		Владеть: методологией формализации управления проектом; навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией; управлять поставками, рисками и человеческими ресурсами проекта.	Этап формирования навыков и получения опыта.

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

<b>Код компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенций</b>	<b>Показатель оценивания компетенции</b>	<b>Критерии и шкалы оценивания</b>
ПК-6; ПК-8	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов.  Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает

			неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.
ПК-6; ПК-8	Этап формирования умений.	Расчетное практическое задание и контрольная работа	1. Оформление в соответствии с требованиями (1 балл); 2. Выбор источников информации (1 балл); 3. Умение ими пользоваться (1 балл); 4. Анализ и выводы, отражающие суть изучаемого явления с указанием конкретных результатов (2 балла) Максимальная оценка - 5 баллов
ПК-6; ПК-8	Этап формирования навыков и получения опыта.	Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	

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

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Теоретический блок вопросов:

1. Понятие торговой марки и другие, связанные с ней понятия.
2. Экономическая функция торговой марки.
3. Информационно-рекламная функция торговой марки.
4. Функция престижа торговой марки.
5. Значение торговой марки для снижения риска покупателя.
6. Понятие брендинга и его содержание (на примере торговой марки).
7. Бренд-менеджмент и его роль на современном рынке.
8. Торговая марка производителя товаров и особенности управления.
9. Терминология торговой марки: общее и отличное.
10. Функции торговой марки.
11. Категории товаров и их потребность в торговой марке.
12. Потребительские функции торговой марки.
13. Структура и границы торговой марки.
14. Этапы разработки торговой марки.
15. Понятие миссии торговой марки.
16. Концепция торговой марки.

17. Идентификация торговой марки (призма идентификации на примере конкретной торговой марки).
18. Формирование имиджа торговой марки.
19. Миф торговой марки (на примере конкретной торговой марки).
20. Лицо марки (на примере конкретной торговой марки).
21. Персонаж марки (на примере конкретной торговой марки).
22. Ошибки при создании торговой марки.
23. Активы марки.
24. Понятие и факторы «сильной марки».
25. Внешние атрибуты торговой марки.
26. Имя марки. Источники имени марки. Критерии выбора имени марки (лингвистический, семантический, юридический).
27. Характеристики эффективных названий торговых марок.
28. Типология торговых марок.
29. Понятие жизненного цикла торговой марки.
30. Этапы управления торговой маркой. Особенности управления торговой маркой на различных этапах ее жизненного цикла.
31. Позиционирование торговой марки.
32. Стратегии продвижения торговой марки.
33. Системы коммуникации торговой марки.
34. Формы и методы поддержки лояльности потребителя к торговой марке.
35. Понятие локальной и глобальной торговых марок.
36. Понятие мультимарки. Политика продвижения мультимарок.
37. Особенности управления международной торговой маркой.
38. Классификация современных торговых марок в России.
39. Сопоставление факторов, влияющих на покупательское поведение (соединить стрелками)

#### Аналитическое задание

1. Брендинг как процесс формирования предпочтения торговой марке или корпорации.
2. Понятия товарного и корпоративного брендинга.
3. Понятие, структура и формальные признаки бренда.
4. Бренд как маркетинговое понятие.
5. Рациональные, ассоциативные, эмоциональные и поведенческие элементы в структуре бренда.
6. Функциональные, индивидуальные, социальные и коммуникативные качества бренда
7. Атрибуты бренда.
8. Содержание бренда как коммуникационный процесс.
9. Коммуникативные барьеры между товаром и потребителем.
10. Бренд как семиотический треугольник: денотат (предмет) – означающее – означаемое.
11. Бренд как социальный миф о товаре.
12. Социально-психологические аспекты брендинга.
13. Отношения потребителя и бренда как межличностные отношения.
14. Брендинг как практика разработки, реализации и развития бренда.
15. Анализ рыночной ситуации и создание пространственной модели бренда.
16. Разработка концепции позиционирования бренда и фокусирование маркетинговых коммуникаций.
17. Разработка идентичности бренда.
18. Психологические методы при разработке бренда.
19. Модели разработки бренда: «колесо бренда», «ТТВ».
20. Разработка атрибутов бренда.
21. Способы образования и этапы создания имени бренда.
22. Упаковка как важнейший атрибут бренда.

23. Фирменная символика и другая атрибутика в системе брендинга.
24. Способы анализа лояльности бренду.
25. Программа формирования лояльности.
26. Мероприятия брендинга для усиления рыночных позиций бренда.
27. Понятие бренд-менеджмент как управление качеством бренда и маркетинговыми коммуникациями.
28. Стратегические задачи управления брендом.
29. Методики измерения силы бренда и потенциала его развития.
30. Методики измерения восприятия потребителями отличий бренда.
31. Характеристика бренда в зависимости от значений отличия, актуальности, уважения и понимания.
32. Материальные затраты и капитал бренда, способы их оценки и прогнозирования.
33. Растяжение и расширение бренда, их разновидности и возможности.
34. Совместный брендинг, условия его эффективности.
35. Развитие бренда во времени как изменения в его идентичности.
36. Причины устаревания и упадка, условия обновления бренда.
37. Перепозиционирование (ребрендинг) в процессе управления брендом.
38. Преимущества и недостатки расширения бренда.
39. Индивидуальность бренда.
40. Содержательные характеристики бренда.

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета (зачета с оценкой) и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

### **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины**

#### ***6.1. Основная литература.***

1. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450623>
2. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466112>

## **6.2 Дополнительная литература:**

1. \_\_\_\_\_ Рожков, И. Я. Бренддинг : учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 331 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3284-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425868>
2. \_\_\_\_\_ Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450381>

## **7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. <http://www.biblioclub.ru/> - Университетская библиотека-онлайн.
2. <https://urait.ru/> - Образовательная платформа Юрайт
3. <http://government.ru> – сайт Правительства РФ.
4. <http://www.gks.ru> – сайт Федеральной службы государственной статистики.
5. <http://www.kremlin.ru> – сайт Президента РФ.
6. <http://www.duma.gov.ru>– сайт Государственной Думы РФ.
7. <http://www.council.gov.ru> – сайт Совета Федерации ФС РФ.

### **7.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные базы**

1. <https://wciom.ru/> - ВЦИОМ
2. <https://fom.ru/> - Фонд Общественное Мнение
3. <https://www.gks.ru/> - Федеральная служба государственной статистики

## **8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Освоение обучающимся дисциплины «Бренд-менеджмент» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины, доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

#### Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине».

## 9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

### 9.1. Информационные технологии

1. Персональный компьютер.
2. Сотовый телефон.
3. Проектор.

### 9.2. Программное обеспечение (при необходимости)

1. Microsoft Office (Word, Excel),
2. Internet Explorer,

### 9.3. Информационные справочные системы (при необходимости)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная	Поиск по рефератам и полным	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>

	электронная библиотека eLIBRARY.ru	текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.book.ru">http://www.book.ru</a> 100% доступ
6.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
7.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	<a href="http://webofknowledge.com;">http://webofknowledge.com;</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
9	Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина	Общегосударственное электронное хранилище цифровых копий важнейших документов по истории, теории и практике российской государственности, русскому языку, а также мультимедийных образовательных, научно-образовательных, культурно-просветительских и информационно-аналитических ресурсов.	<a href="https://www.prlib.ru/">https://www.prlib.ru/</a> Доступ в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета.
10	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	<a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a> доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной

			библиотеки Университета
11.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	<a href="http://eduvideo.online">http://eduvideo.online</a> 100% доступ

## 10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Для изучения дисциплины «**Бренд-менеджмент**» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки **38.03.02 - Менеджмент** используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет),

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа:** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, персональные компьютеры с доступом в сеть интернет, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

### 11. Образовательные технологии

При реализации дисциплины «**Бренд-менеджмент**» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «**Бренд-менеджмент**» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме, разбор конкретных ситуаций и практических задач в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины «**Бренд-менеджмент**» предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «**Бренд-менеджмент**» предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

По заочной форме обучения для обучающихся освоение дисциплины осуществляется исключительно с применением дистанционных образовательных технологий.

Методика применения дистанционных образовательных технологий при реализации дисциплины «**Бренд-менеджмент**» представлена в приложениях основной профессиональной образовательной программы «Управление маркетингом» по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент.

В рамках дисциплины «**Бренд-менеджмент**» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.



## Лист регистрации изменений

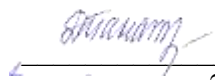
№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 января 2016 года №7	Протокол заседания Ученого совета № 13 от «02» июля 2020 года	01.09.20



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»



«УТВЕРЖДАЮ»  
И.о. декана факультета управления

  
Д.К. Танатова  
«2» июля 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
Студент в среде электронного обучения**

**Направление подготовки:  
38.03.02 Менеджмент**

**Направленность (профиль):  
Управление маркетингом**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –  
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Уровень профессионального образования  
Высшее образование – бакалавриат**

**Очная**

Москва, 2020

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Студент в среде электронного обучения» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (бакалавр) утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.01.2016г. № 7, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе **высшего** образования «Менеджмент».

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана рабочей группой в составе: к.э.н. Поворина Е.В.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы, к.с.н., доц.



Т.А. Евстратова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления

Протокол №13 от «2» июля 2020 г.

И.О. декана факультета

Доктор социологических наук,  
профессор




Д.К. Танатова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Акционерное общество «АНКОР»  
Заместитель генерального директора



Т. БАСКИНА

(подпись)

Закрытое акционерное общество  
«ЭКОПСИ Консалтинг»,  
Директор проектов



С.В. БАРАНОВ

(подпись)

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового  
университета при Правительстве РФ



И.Ю. БЕЛЯЕВА

(подпись)

Д.с.н., профессор  
Профессор кафедры  
менеджмента и административного  
управления



О.А. УРЖА

(подпись)

Согласовано  
Научная библиотека, директор



И.Г. МАЛЯР

(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля).....	4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	4
1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.....	4
2. Объем и содержание дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося.....	5
3. Содержание дисциплины (модуля).....	6
3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения.....	6
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	6
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	11
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	11
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	11
5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	12
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	14
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	15
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля).....	16
6.1. Основная литература.....	16
6.2. Дополнительная литература.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	16
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	18
9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	19
9.1. Информационные технологии.....	19
9.2. Программно-обеспечение.....	20
9.3. Информационные справочные системы.....	20
10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	21
11. Образовательные технологии.....	21
Лист регистрации изменений.....	22

## 1. Общие положения

### 1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля).

Цель дисциплины "Студент в среде электронного обучения" заключается в формировании теоретических знаний о виртуальной образовательной среде, основах современных информационно-коммуникационных технологий системы дистанционного обучения, приобретения практических навыков работы по электронному взаимодействию студента и преподавателя в электронной образовательной среде, использования электронных образовательных контентов, проведения он-лайн тестирований, а также формирования накопительной системы баллов и формирования результатов оценки.

Задачи дисциплины:

1. Изучение студентами виртуальной образовательной среды, основ современных телекоммуникационных технологий системы дистанционного обучения, способов работы с электронными контентами и электронными ресурсами, методов повышения качества образования с использованием технологий дистанционного взаимодействия.

2. Овладение студентами умениями работать в электронной образовательной среде, применять технологии электронного взаимодействия, своевременно исполнять практические задания и проходить тестирование.

3. Привитие студентам способности электронного взаимодействия с преподавателем, с образовательным учреждением по форме дистанционного взаимодействия, с электронными библиотечными ресурсами, с виртуальными образовательными программами

### 1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина (модуль) «Студент в среде электронного обучения» реализуется в вариативной части основной профессиональной образовательной программы «Менеджмент» по направлению подготовки **38.03.02. «Менеджмент» (уровень бакалавриата) очной форме обучения.**

Изучение дисциплины (модуля) «Студент в среде электронного обучения» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися в ходе изучения дисциплины «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия».

Изучение дисциплины (модуля) «Студент в среде электронного обучения» является базовым для последующего освоения программного материала всех учебных дисциплин, изучаемых с использованием электронного обучения.

### 1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих **обще профессиональных** и **профессиональных** компетенций: ОПК-4; ПК-1 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
-----------------	------------------------	---------------------

ОПК-4	способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	<p><b>Знать:</b> особенности устной и письменной речи научной речи, ее отличие от других книжных видов речи</p> <p><b>Уметь:</b> понимать и анализировать тексты по специальности и создавать грамотные, связные тексты в сфере изучаемого научного направления</p> <p><b>Владеть:</b> редактировать чужой и собственный текст по специальности</p>
ПК-1	владением навыками использования 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, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	<p><b>Знать:</b> основы нормативно-правовой базы безопасности и охраны труда, основы политики организации по безопасности труда, основы оптимизации режимов труда и отдыха с учетом требований психофизиологии, эргономики и эстетики труда для различных категорий персонала</p> <p><b>Уметь:</b> применять на практике нормативно-правовую базу безопасности и охраны труда, осуществлять оптимизацию режимов труда и отдыха с учетом требований психофизиологии, эргономики и эстетики труда для различных категорий персонала</p> <p><b>Владеть:</b> навыками расчетов продолжительности и интенсивности рабочего времени и времени отдыха персонала, а также технологиями управления безопасностью труда персонала</p>

## 2. Объем и содержание дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		1				
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>36</b>	<b>36</b>				
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем						
Учебные занятия лекционного типа	10	10				
Учебные занятия семинарского типа	0	0				
Лабораторные занятия	10	10				
ИКР	16	16				
<b>Самостоятельная работа обучающихся*, всего</b>	<b>36</b>	<b>36</b>				
В том числе:						
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	16	16				
Выполнение практических заданий	16	16				
Рубежный текущий контроль	4	4				

<b>Вид промежуточной аттестации, контроль (час)</b>	<b>зачет</b>	<b>зачет</b>				
<b>Общая трудоемкость дисциплины (модуля), з.е.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>				

### 3. Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Объем учебных занятий составляет 72 час.

Объем самостоятельной работы – 52 час.

№ п/п	Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
		Всего	Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация	Контактная работа обучающихся с преподавателем				Контактная работа в ЭИОС
				Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Лабораторные занятия	
1	2	3	4	5	6	7	8	
1 семестр								
1.	Раздел 1. Электронные технологии в образовании.	36	18	18	5		5	8
2.	Раздел 2. Система дистанционного образования «Виртуальная образовательная среда РГСУ».	36	18	18	5		5	8
<b>Общий объем, часов</b>		<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>10</b>		<b>10</b>	<b>16</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>		<b>зачет</b>						

### 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) по очной форме обучения

<b>Раздел, тема</b>		<b>Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль</b>
---------------------	--	---

	Всего СРС + контроль	Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут. аттестация), час
<b>Семестр 1</b>								
Раздел 1. Электронные технологии в образовании.	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	тестирование	0
Раздел 2. Система дистанционного образования «Виртуальная образовательная среда РГСУ».	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	тестирование	0
<b>Общий объем, часов</b>	<b>36</b>	<b>16</b>		<b>16</b>		<b>4</b>		<b>0</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>зачет</b>							

#### 4.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

##### Раздел 1 Электронные технологии в образовании.

###### Тема 1. Электронные технологии в образовании.

**Цель:** изучить применение современных электронных технологий в образовании

**Перечень изучаемых элементов содержания:** Инновационные технологии в образовании. Электронное обучение и электронная педагогика. Особенности инноваций в сфере образования, преимущества и недостатки электронного обучения. Основные принципы Болонского процесса. Потенциальные выгоды виртуальной системы образования в России, инструменты доставки знаний студенту. Самостоятельная работа в виртуальной образовательной среде. Общие понятия «электронного обучения».

###### Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные преимущества электронного обучения?
2. Назовите основные принципы болонского процесса обучения?
3. Назовите основные преимущества и недостатки электронного обучения.
4. Назовите уровни подготовки по болонской системе.
5. Назовите основные потенциальные выгоды системы дистанционного обучения для студента.
6. В чем заключаются выгоды присоединения к болонской системе для нашей страны?
7. Что такое электронная форма обучения?
8. Что подразумевает электронное обучение?



9. Что относится к задачам системы дистанционного обучения (СДО)?
10. Что входит и что не входит в состав электронного учебника?
11. Укажите причины использования ИКТ в образовании.
12. Какое действие с папками и файлами нельзя отменить в системе дистанционного обучения?

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К ТЕМЕ 1**

**Форма практического задания:** реферат.

### **Примерный перечень тем рефератов к теме 1:**

1. Уровни подготовки по болонской системе.
2. Особенности электронного обучения
3. Особенности применения дистанционного обучения в России
4. Особенности применения дистанционного обучения за рубежом
5. Проблемы и перспективы применения электронного/дистанционного обучения
6. Недостатки применения электронного/дистанционного обучения
7. Инструменты электронного обучения
8. Технологии электронного обучения
9. Мобильное электронное образование
10. Технология e-Learning
11. Виды и типы электронного обучения
12. Электронное обучение в бизнесе
13. Рынок электронного обучения
14. Система управления электронным обучением
15. Законодательное регулирование электронного обучения

## **Тема 2. Развитие электронного обучения в высших учебных заведениях**

**Цель:** изучить развитие электронного обучения в высших учебных заведениях

**Перечень изучаемых элементов содержания:** Использование программно-аппаратной платформы электронного обучения. Принципы дистанционного обучения. Электронные учебные курсы. Основные причины перехода к использованию информационно-коммуникационных технологий в учебном процессе. Архитектура различных моделей электронного обучения. Виды учебных занятий и организация самостоятельной работы студента при электронном обучении. Организация учебного процесса при использовании электронного типа обучения. Основные виды учебных материалов используемые в СДО.

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Какие инструменты электронного обучения являются синхронными?
2. Что необходимо для широкого применения электронного обучения?
3. Что включает в себя установочная лекция?
4. Дайте определение понятию дискуссия в системе дистанционного обучения.
5. Назовите основные критерии оценки реферата.
6. Дайте определение «Виртуальному лабораторному практикуму».
7. Какой показатель не ходит в состав рейтинговой оценки по дисциплине?
8. Что является основными учебными материалами в электронном обучении?
9. Что такое веб-браузер?
10. Что означает расположение результатов поиска в поисковых системах по релевантности?

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К ТЕМЕ 1**

**Форма практического задания:** реферат.

### **Примерный перечень тем рефератов к теме 2:**

1. Электронное обучение в высших учебных заведениях
2. Использование программно-аппаратной платформы электронного обучения.
3. Принципы дистанционного обучения.
4. Электронные учебные курсы.
5. Основные причины перехода к использованию информационно-коммуникационных технологий в учебном процессе.
6. Архитектура различных моделей электронного обучения.
7. Виды учебных занятий и организация самостоятельной работы студента при электронном обучении.
8. Организация учебного процесса при использовании электронного типа обучения.
9. Основные виды учебных материалов используемые в СДО.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

### **Раздел 2. Система дистанционного образования «Виртуальная образовательная среда РГСУ»**

#### **Тема 3. Система дистанционного образования «Виртуальная образовательная среда РГСУ»**

**Цель:** выявить современные подходы к деловой оценке персонала организации с использованием современных информационных технологий и программных решений, определить основные пути повышения качества трудовой деятельности с использованием всех форм дистанционного общения.

#### **Перечень изучаемых элементов содержания:**

Процедуры авторизации в системе дистанционного образования (СДО). Интерфейс СДО. Основные меню интерфейса. Доступ к учебным материалам дисциплины. Виды электронных учебных пособий. Практические задания, правила их выполнения. Вебинар, режим реального времени. Трансляция, использование веб-камеры. Чат, правила введение текстовых сообщений. Видеоролик, размещение записи в списке материалов курса для использования в учебном процессе.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. По какому адресу вы можете обратиться к системе дистанционного обучения РГСУ?
2. Где на странице располагается кнопка авторизации в СДО?
3. Что означает сообщение «Режим управления» на панели авторизации?
4. Можно ли скачать инструкцию пользователя СДО до авторизации в системе?
5. Какие разделы есть на панели «Основное меню».
6. Какой категории посетителей доступен виджет «Техническая поддержка»?
7. Каким образом осуществляется доступ к списку дисциплин?
8. Из каких вкладок состоит раздел «Ресурсы дисциплины»?
9. В каком разделе можно узнать величину максимально возможного балла за занятие?
10. В каком разделе размещаются дополнительные файлы для изучения?

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К ТЕМЕ 3**

**Форма практического задания:** реферат.

### **Примерный перечень тем рефератов к теме 3:**

1. Задачи системы СДО в обучении

2. Интерактивность системы СДО
3. Коммуникации в системе СДО
4. Учебный процесс в системе СДО
5. Направления оптимизации процесса обучения в системе СДО
6. СДО при дистанционной форме обучения
7. Современные подходы к деловой оценке персонала организации с использованием современных информационных технологий
8. Современные подходы к деловой оценке персонала организации с использованием программных решений
9. Основные пути повышения качества трудовой деятельности с использованием всех форм дистанционного общения

#### **Тема 4. Технологии работы в системе СДО**

**Цель:** изучить пути мультикультурного взаимодействия, пути использования дистанционных форм проведения обучения, аттестации.

**Перечень изучаемых элементов содержания:** Рубежные тесты к разделам. Итоговое тестирование. Информационные ресурсы разделов. Новостные сообщения. Авторизованные пользователи, доступ к информации. Обмен сообщениями. Оповещение о получаемых сообщениях. Уведомления системы. Возможные ограничения и сроки выполнения задания. Тьютор, общение с тьютором. Служба технической поддержки.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Занятие какого типа требует прикрепления файла с ответом?
2. Какой результат за прохождение теста передается в ведомость успеваемости?
3. Назовите основные поля интерфейса типа «Вебинар».
4. В каком разделе размещаются учебные материалы, обязательные для изучения?
5. По какой системе выставляется оценка за занятия в СДО?
6. Можно ли написать сообщение своему однокласснику в СДО?
7. Какой датой ограничивается срок доступа к дисциплине?
8. Какие рекомендуются ограничения для файлов, прикрепляемых к занятию с типом «задание»?
9. Где и как искать номера телефонов службы тех.поддержки СДО?
10. В каком разделе размещаются учебные дополнительные материалы для изучения?

#### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К ТЕМЕ 4**

**Форма практического задания:** реферат.

#### **Примерный перечень тем рефератов к теме 4:**

1. Рубежные тесты к разделам.
2. Итоговое тестирование.
3. Информационные ресурсы разделов.
4. Новостные сообщения.
5. Авторизованные пользователи, доступ к информации.
6. Обмен сообщениями.
7. Оповещение о получаемых сообщениях.
8. Уведомления системы.
9. Возможные ограничения и сроки выполнения задания.
10. Тьютор, общение с тьютором.
11. Служба технической поддержки.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование**

Оформление работ, выполняемых в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ, обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.

Конкретные практические задания и задания для рубежного контроля определяются в учебно-методических материалах по работе обучающихся в электронной информационно-образовательной среде РГСУ с применением технологий электронного обучения по данной дисциплине, утверждаемых ежегодно факультетом.

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

**5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет**, который проводится в **устной** форме.

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

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ОПК-4	способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	Знать: особенности устной и письменной речи научной речи, ее отличие от других книжных видов речи	Этап формирования знаний
		Уметь: понимать и анализировать тексты по специальности и создавать грамотные, связные тексты в сфере изучаемого научного направления	Этап формирования умений
		Владеть: редактировать чужой и собственный текст по специальности	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-1	владением навыками использования 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	Знать: основы нормативно-правовой базы безопасности и охраны труда, основы политики организации по безопасности труда, основы оптимизации режимов труда и отдыха с учетом требований психофизиологии, эргономики и эстетики	Этап формирования знаний

	команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	труда для различных категорий персонала	
		Уметь: применять на практике нормативно-правовую базу безопасности и охраны труда, осуществлять оптимизацию режимов труда и отдыха с учетом требований психофизиологии, эргономики и эстетики труда для различных категорий персонала	Этап формирования умений
		Владеть: навыками расчетов продолжительности и интенсивности рабочего времени и времени отдыха персонала, а также технологиями управления безопасностью труда персонала	Этап формирования навыков и получения опыта

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

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
<b>ОПК-4; ПК-1</b>	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов.  Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных

			<p>неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.</p>
<b>ОПК-4; ПК-1</b>	Этап формирования умений.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией - 9-10 баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании -7-8 баллов;</p>
	Этап формирования навыков и получения опыта.	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении</p>	<p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению 5-6 баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет</p>

		практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания - 0-4 баллов.
<b>ОПК-4; ПК-1</b>	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание ( <i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i> )  Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	

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

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Теоретический блок вопросов

1. Назовите основные задачи дистанционного обучения.
2. Каким образом проводится аттестация обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям основной образовательной программы?
3. Охарактеризуйте важнейшую задачу организации самостоятельного обучения студента с учетом их индивидуальных особенностей.
4. В чем заключается организация обратной связи и принятия оптимальных решений в управлении качеством обучения?
5. Перечислите основные функции оценки качества знаний.
6. Какие особенности текущего контроля знаний в дистанционной форме обучения Вы знаете?
7. Раскройте содержание текущего контроля знаний.
8. Чем характеризуется текущий контроль знаний?
9. Что определяет использование механизмов проведения тестирования?
10. Каковы важнейшие цели виртуальной образовательной среды?
11. Определите основные части модульных образовательных программ «Студент в среде электронного обучения».
12. Каковы особенности планирования и использования входного контроля знаний?
13. Сформулируйте социально-экономическую сущность дистанционной формы обучения.
14. В чем сущность и необходимость проведения претеста?

15. Раскройте понятие эффективности самостоятельной учебной работы студента в виртуальной образовательной среде.
16. Укажите место СДО в современной системе образования.
17. Сформулируйте цели и задачи СДО для высших учебных заведений.
18. Определите уровень и значение тренирующих тестов.
19. Раскройте понятие тренинг.
20. Охарактеризуйте приоритеты СДО в сфере высшего профессионального образования.
21. Раскройте сущность, значение и структуру практических заданий.
22. Каковы критерии качества самостоятельной работы студента в виртуальной образовательной среде РГСУ?
23. Охарактеризуйте основные черты инновационного подхода к формированию дистанционной системы образования.
24. На основе чего определяются принципы исполнения письменных работ в системе дистанционного обучения?
25. В чем сущность дискуссии в системе дистанционного обучения и правила ее проведения?
26. Какие временные интервалы необходимо соблюдать при проведении дискуссии в виртуальной образовательной среде РГСУ.
27. Укажите положительные и отрицательные моменты системы дистанционного обучения (на личном примере).
28. Какие социальные технологии применяются при реализации стратегии проведения дистанционного образования?
29. Какова роль государства в реализации программ дистанционного обучения?
30. Методы измерения и анализа текущего контроля знаний студента в электронной образовательной среде.
31. Каковы методы измерения групповой работы в рамках одной дисциплины в системе дистанционного обучения?
32. Каким требованиям должны удовлетворять тестовые вопросы в СДО?
33. Кто формирует методические указания проведения дискуссий?
34. Сколько раз студент обязан принять участие в проведении дискуссии?
35. Перечислите основные критерии оценки за участие в дискуссионном процессе?

#### Аналитические задания:

Раскройте:

1. Уровни подготовки по болонской системе.
2. Особенности электронного обучения
3. Особенности применения дистанционного обучения в России и за рубежом
4. Проблемы и перспективы применения электронного/дистанционного обучения
5. Недостатки применения электронного/дистанционного обучения
6. Инструменты электронного обучения
7. Технологии электронного обучения
8. Задачи системы СДО в обучении
9. Интерактивность системы СДО
10. Коммуникации в системе СДО
11. Учебный процесс в системе СДО
12. Направления оптимизации процесса обучения в системе СДО
13. СДО при дистанционной форме обучения

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

Промежуточная аттестации по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным



образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

## **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)**

### **6.1. Основная литература**

1. Овчинникова, К. Р. Дидактическое проектирование электронного учебника в высшей школе: теория и практика : учебное пособие / К. Р. Овчинникова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 148 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08823-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452805>

### **6.2. Дополнительная литература**

1. Вайндорф-Сысоева, М. Е. Методика дистанционного обучения : учебное пособие для вузов / М. Е. Вайндорф-Сысоева, Т. С. Грязнова, В. А. Шитова ; под общей редакцией М. Е. Вайндорф-Сысоевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 194 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9202-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450836>

2. Черткова, Е. А. Компьютерные технологии обучения : учебник для вузов / Е. А. Черткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07491-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452449>

## **7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

<b>Название электронного ресурса</b>	<b>Описание электронного ресурса</b>	<b>Используемый для работы адрес</b>
Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ

Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ
Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	<a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ
Библиотека юридической литературы	Электронная библиотека открытого доступа (монографии, диссертации, книги, статьи, новости и аналитика, конспекты лекций, рефераты, учебники).	<a href="http://pravo.eup.ru/">http://pravo.eup.ru/</a> 100% доступ

### 7.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета.

			Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.book.ru">http://www.book.ru</a> 100% доступ
6.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
7.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	<a href="http://webofknowledge.com;">http://webofknowledge.com;</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина	Общегосударственное электронное хранилище цифровых копий важнейших документов по истории, теории и практике российской государственности, русскому языку, а также мультимедийных образовательных, научно-образовательных, культурно-просветительских и информационно-аналитических ресурсов.	<a href="https://www.prlib.ru/">https://www.prlib.ru/</a> Доступ в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета.
9.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	<a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a> доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
10/	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	<a href="http://eduvideo.online">http://eduvideo.online</a> 100% доступ

## 8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Студент в среде электронного обучения» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, лабораторных работ и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться настоящей рабочей программы дисциплины (модуля). Ее

может представить преподаватель на вводной лекции или самостоятельно обучающийся использует информацию на официальном Интернет-сайте Университета.

Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университет, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

При подготовке к зачетам (без оценки и с оценкой) обратите внимание на защиту лабораторных работ/практических заданий на основе теоретического материала.

После предложенных указаний у обучающихся должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине.

## **9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

### **9.1. Информационные технологии**

1. Персональные компьютеры;
2. Доступ к интернет
3. Проектор.

## 9.2. Программное обеспечение

### 1. Microsoft Office

## 9.3. Информационные справочные системы

Обучающиеся по программе «Менеджмент» в университете имеют доступ к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочникам:

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниги, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.book.ru">http://www.book.ru</a> 100% доступ
6.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
7.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных	<a href="http://webofknowledge.com;">http://webofknowledge.com;</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.

		изданиях. Университета.	
9	Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина	Общегосударственное электронное хранилище цифровых копий важнейших документов по истории, теории и практике российской государственности, русскому языку, а также мультимедийных образовательных, научно-образовательных, культурно-просветительских и информационно-аналитических ресурсов.	<a href="https://www.prlib.ru/">https://www.prlib.ru/</a> Доступ в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета.
10	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	<a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a> доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
11.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	<a href="http://eduvideo.online">http://eduvideo.online</a> 100% доступ

## 10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) «Студент в среде электронного обучения» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа** - компьютерный класс с обеспечением работы в локальной сети и выхода в Internet, а также оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Помещения для самостоятельной работы обучающихся:** оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

## 11. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) «Студент в среде электронного обучения» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) «Студент в среде электронного обучения» предусматривает использование в учебном процессе **активных и интерактивных форм** проведения учебных занятий в форме, разбор конкретных ситуаций и практических задач в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных**

навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) «Студент в среде электронного обучения» предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) «Студент в среде электронного обучения» предусмотрены *встречи с руководителями и работниками* организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

### Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 января 2016 года №7	Протокол заседания Ученого совета № 13 от «02» июля 2020 года	01.09.2020
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			



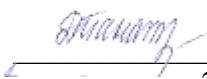




Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»



«УТВЕРЖДАЮ»  
И.о. декана факультета управления

  
Д.К. Танатова  
«2» июля 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
Технологии трудоустройства**

**Направление подготовки:  
38.03.02 Менеджмент**

**Направленность (профиль):  
Управление маркетингом**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –  
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Уровень профессионального образования  
Высшее образование – бакалавриат**

**Очная форма обучения**

Москва, 2020

Рабочая программа дисциплины (модуля) «**Технологии трудоустройства**» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (бакалавр) утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.01.2016 г. № 7, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе **высшего** образования «**Менеджмент**».

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана рабочей группой в составе: д.э.н., доц. Ильина И.Ю., к.э.н. Поворина Е.В.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы, к.с.н., доц.



(подпись)


Т.А. Евстратова

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления

Протокол №13 от «2» июля 2020 г.

И.О. декана факультета

Доктор социологических наук,  
профессор




(подпись)

Д.К. Танатова

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Акционерное общество «АНКОР»

Заместитель генерального директора




(подпись)

Т. БАСКИНА

Закрытое акционерное общество

«ЭКОПСИ Консалтинг»,

Директор проектов



(подпись)

С.В.БАРАНОВ

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового

университета при Правительстве РФ



(подпись)

И.Ю. БЕЛЯЕВА

Д.с.н., профессор

Профессор кафедры

менеджмента и административного

управления



(подпись)

О.А. УРЖА

Согласовано

Научная библиотека, директор



(подпись)

И.Г. МАЛЯР

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля).....	4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	4
1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.....	4
2. Объем и содержание дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося.....	6
3. Содержание дисциплины (модуля).....	6
3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения.....	6
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	7
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	10
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	10
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	10
5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	13
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	15
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	16
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля).....	16
6.1. Основная литература.....	16
6.2. Дополнительная литература.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	17
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	19
9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	20
9.1. Информационные технологии.....	20
9.2. Программно-обеспечение.....	20
9.3. Информационные справочные системы.....	20
10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	22
1. Образовательные технологии.....	22
Лист регистрации изменений.....	23

## 1. Общие положения

### 1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля).

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний о технологиях трудоустройства с последующим применением их в профессиональной деятельности и формирование практических навыков по поиску работу и трудоустройству.

Задачи дисциплины (модуля):

- приобрести знания о современных подходах к управлению карьерой,
- научиться выбирать и реализовывать эффективную стратегию поведения на рынке труда,
- приобрести навыки поиска, сбора, обработки, анализа и систематизации информации о ситуации на рынке труда, по вопросам трудоустройства и занятости,
- научиться применять методы и инструменты трудоустройства на практике.

### 1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина (модуль) «**Технологии трудоустройства**» реализуется в вариативной части основной профессиональной образовательной программы «**Менеджмент**» по направлению подготовки **38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата) очной форме обучения.**

Изучение дисциплины (модуля) «**Технологии трудоустройства**» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися в ходе изучения дисциплины «**Кадровая политика государства и организации**», «**Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия**».

Изучение дисциплины (модуля) «**Технологии трудоустройства**» является базовым для последующего освоения программного материала дисциплин (модулей): «**Управление карьерой**», «**Рынок труда и управление трудовыми отношениями**».

### 1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих **общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных** компетенций: ОК-3, ОК-5, ОК-6, ОПК-2; ОПК-4; ПК-3 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Знать: основы управления карьерой и служебно-профессионального продвижения персонала Уметь: организовать процесс управления карьерой Владеть: технологиями управления карьерой

ОК-5	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знать: методы сбора информации для выявления потребности организации в обучении и развитии персонала Уметь: собирать и анализировать информацию для выявления кадровых потребностей организации Владеть: навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом
ОК-6	способностью к самоорганизации и самообразованию	Знать: основы управления карьерой Уметь: планировать карьеру и служебно-профессиональное продвижение Владеть: навыками управления карьерой, служебно-профессиональным продвижением
ОПК-2	способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	Знать: основы оценки экономической и социальной эффективности инвестиционных проектов в области управления персоналом Уметь: оценивать экономическую и социальную эффективность инвестиционных проектов развития персонала Владеть: навыками реализации проектов при различных схемах и условиях инвестирования и финансирования программ развития персонала
ОПК-4	способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	Знать: основные нормы и принципы делового общения, основные принципы делового этикета, правила публичного выступления Уметь: применять основные правила делового общения в практической деятельности, применять приемы риторики и аргументации Владеть: практическими навыками эффективного делового общения, практическими навыками публичного выступления

ПК-3	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Знать: методы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности Уметь: проводить стратегический анализ, разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности Владеть: навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
------	---	---

## 2. Объем и содержание дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		3				
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>36</b>	<b>36</b>				
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем						
Учебные занятия лекционного типа	10	10				
Учебные занятия семинарского типа	10	10				
Лабораторные занятия	0	0				
ИКР	16	16				
<b>Самостоятельная работа обучающихся*, всего</b>	<b>36</b>	<b>36</b>				
В том числе:						
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	16	16				
Выполнение практических заданий	16	16				
Рубежный текущий контроль	4	4				
<b>Вид промежуточной аттестации, контроль (час)</b>	<b>зачет</b>	<b>зачет</b>				
<b>Общая трудоемкость дисциплины (модуля), з.е.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>				

## 3. Содержание дисциплины (модуля)

### 3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Объем учебных занятий составляет 72 час.

Объем самостоятельной работы – 36 час.

№ п/п	Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов	
-------	--------------	--	--

1	2	3	4	Контактная работа обучающихся с преподавателем				8
				5	6	7	8	
3 семестр								
1.	РАЗДЕЛ 1. Рынок труда: сущность, элементы, механизм функционирования	36	18	18	5	5	0	8
5.	РАЗДЕЛ 2. Технологии эффективного трудоустройства	36	18	18	5	5	0	8
<b>Общий объем, часов</b>		<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>16</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>		<b>зачет</b>						

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) по очной форме обучения

Раздел, тема	Всего СРС + контроль	Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль					
		Академическая форма академической активности	Выполнение практ. заданий	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут. аттестация)
Семестр 3							

РАЗДЕЛ 1. Рынок труда: сущность, элементы, механизм функционирования	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	тестирование	0
РАЗДЕЛ 2. Технологии эффективного трудоустройства	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Творческая работа	2	тестирование	0
<b>Общий объем, часов</b>	<b>36</b>	<b>16</b>		<b>16</b>		<b>4</b>		<b>0</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>зачет</b>							

#### 4.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

##### РАЗДЕЛ 1. Рынок труда: сущность, элементы, механизм функционирования

*Цель:* сформировать систему знаний о современных подходах к анализу рынка труда и научиться использовать их в профессиональной деятельности

##### Тема 1.1. Общая характеристика рынка труда

###### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Сущность рынка труда. Спрос и предложение. Рабочая сила как товар. Особенности рынка труда. Элементы рынка труда. Субъекты рынка труда. Классификация рынков труда. Механизм функционирования рынка труда. Регулирование рынка труда. Сегментация рынка труда. Молодежный рынок труда. Трансформация рынка труда. Инвестиции в человеческий капитал. Карьера. Управление карьерой. Факторы карьерного продвижения.

###### *Вопросы для самоподготовки:*

1. Конкуренция на рынке труда.
2. Основные модели национальных рынков труда.
3. Современные тенденции развития молодежного рынка труда

##### Тема 1.2. Занятость и безработица

###### *Перечень изучаемых элементов содержания*

Социально-экономическая сущность занятости. Структура занятости. Виды занятости. Современные формы занятости. Гибкая занятость. Безработица. Уровень безработицы. Причины безработицы. Виды безработицы. Социально-экономические последствия безработицы. Безработица как социально-психологическая проблема. Социальная поддержка безработных.

###### *Вопросы для самоподготовки:*

1. Занятость населения как объект государственного регулирования
2. Новые формы занятости в рыночной экономике
3. Особенности занятости студентов.

##### РАЗДЕЛ 2. Технологии эффективного трудоустройства



**Цель:** сформировать целостную систему знаний об инструментах поиска работы, овладеть навыками поиска работы и проведения мониторинга рынка труда.

### **Тема 2.1. Поиск работы: выбор стратегии и основные инструменты**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания:**

Выбор профессии. Ошибки при выборе профессии. Поведение на рынке труда. Оценка конкурентоспособности. Стратегии поведения на рынке труда. Концепция «карьерных якорей» Э.Шейна. Принципы формирования карьерных целей. Профорientация. Самомаркетинг. Мониторинг рынка труда. Выбор работодателя.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Основные направления самомаркетинга на рынке труда.
2. Пути повышения конкурентоспособности на рынке труда.
3. Факторы, определяющие выбор стратегии поведения при поиске работы.

### **Тема 2.2. Методы эффективного трудоустройства**

#### **Перечень изучаемых элементов содержания:**

Этапы поиска работы. Поиск вакансий. Источники информации о вакансиях. Обращение в кадровые агентства. Обращение в Государственную службу занятости населения. Использование интернет-ресурсов. Superjob.ru, Hh.ru. Социальные сети и профессиональные сообщества. Типичные ошибки при поиске работы. Резюме. Виды резюме. Структура резюме. Правила оформления резюме. Переписка с работодателем. Собеседование. Интервью при приеме на работу. Психологические особенности прохождения интервью. Тестирование. Правовые аспекты трудоустройства.

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Основные документы при приеме на работу
2. Этапы эффективной подготовки к собеседованию с работодателем.
3. Карьерное портфолио.

## **ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ**

### **РАЗДЕЛ 1**

#### **Форма - реферат**

#### **Примерный перечень тем рефератов**

1. Современные подходы к изучению рынка труда.
2. Трансформация занятости в условиях постиндустриальной экономики.
3. Роль государства в регулировании занятости студентов.
4. Роль государства в регулировании занятости выпускников вузов.
1. Особенности поведения различных категорий соискателей рабочих мест.
2. Дифференциация мотивационных предпочтений работников различных категорий.
3. Зарубежный опыт взаимодействия вузов и организаций-работодателей.
4. Роль вузов в трудоустройстве выпускников: опыт ведущих вузов России.
5. Взаимодействие компании с кадровыми агентствами.
6. Взаимодействие компании с органами Государственной службы занятости населения.

### **РАЗДЕЛ 2.**

#### **Форма – творческая работа**

Необходимо провести обзор вакансий в определенном сегменте рынка труда.

Рекомендуется использовать Superjob.ru, Hh.ru.

Ответить на вопросы:

- Насколько востребованы на рынке труда такие специалисты?
- На какие должности они могут претендовать?
- Какова минимальная, максимальная, средняя зарплата?
- Каковы основные требования, предъявляемые к данным специалистам?
- Чем конкретно может заниматься такой специалист в организации?

## РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

**Форма рубежного контроля** - тестирование

## РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

**Форма рубежного контроля:** тестирование

Оформление работ, выполняемых в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ, обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.

Конкретные практические задания и задания для рубежного контроля определяются в учебно-методических материалах по работе обучающихся в электронной информационно-образовательной среде РГСУ с применением технологий электронного обучения по данной дисциплине, утверждаемых ежегодно факультетом.

### **5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

#### **5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является зачет, который проводится в устной форме.

#### **5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Знать: основы управления карьерой и служебно-профессионального продвижения персонала	Этап формирования знаний
		Уметь: организовать процесс управления карьерой	Этап формирования умений

		Владеть: технологиями управления карьерой	Этап формирования навыков и получения опыта
ОК-5	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знать: методы сбора информации для выявления потребности организации в обучении и развитии персонала	Этап формирования знаний
		Уметь: собирать и анализировать информацию для выявления кадровых потребностей организации	Этап формирования умений
		Владеть: навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом	Этап формирования навыков и получения опыта
ОК-6	способностью к самоорганизации и самообразованию	Знать: основы управления карьерой	Этап формирования знаний
		Уметь: планировать карьеру и служебно-профессиональное продвижение	Этап формирования умений
		Владеть: навыками управления карьерой, служебно-профессиональным продвижением	Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-2	способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	Знать: основы оценки экономической и социальной эффективности инвестиционных проектов в области управления персоналом	Этап формирования знаний
		Уметь: оценивать экономическую и социальную эффективность инвестиционных проектов развития персонала	Этап формирования умений
		Владеть: навыками реализации проектов при различных схемах и условиях инвестирования и финансирования	Этап формирования навыков и получения опыта

		программ развития персонала	
ОПК-4	способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	Знать: основные нормы и принципы делового общения, основные принципы делового этикета, правила публичного выступления	Этап формирования знаний
		Уметь: применять основные правила делового общения в практической деятельности, применять приемы риторики и аргументации	Этап формирования умений
		Владеть: практическими навыками эффективного делового общения, практическими навыками публичного выступления	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-3	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Знать: методы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Этап формирования знаний
		Уметь: проводить стратегический анализ, разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Этап формирования умений
		Владеть: навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Этап формирования навыков и получения опыта

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

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
<p><b>ОК-3, ОК-5, ОК-6, ОПК-2, ОПК-4, ПК-3</b></p>	<p>Этап формирования знаний.</p>	<p>Теоретический блок вопросов.</p> <p>Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал</p>	<p>1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов;</p> <p>2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов;</p> <p>3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов;</p> <p>4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.</p>

<p><b>ОК-3, ОК-5, ОК-6, ОПК-2, ОПК-4, ПК-3</b></p>	<p>Этап формирования умений.</p>	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений</p>	<p>1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией - 9-10 баллов;</p> <p>2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании -7-8 баллов;</p>
<p><b>ОК-3, ОК-5, ОК-6, ОПК-2, ОПК-4, ПК-3</b></p>	<p>Этап формирования навыков и получения опыта.</p>	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.</p>	<p>3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению 5-6 баллов;</p> <p>4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания - 0-4 баллов.</p>
<p><b>ОК-3, ОК-5, ОК-6, ОПК-2, ОПК-4, ПК-3</b></p>	<p>Этап формирования навыков и получения опыта.</p>	<p>Аналитическое задание (<i>задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.</i>)</p> <p>Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность,</p>	

		умение обобщать и излагать материал.	
--	--	--------------------------------------	--

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

**Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

**Теоретический блок вопросов:**

1. Рынок труда: сущность и функции.
2. Занятость населения как объект государственного регулирования.
3. Виды безработицы.
4. Конкуренция на рынке труда.
5. Социально-экономические последствия безработицы.
6. Классификация занятости.
7. Основные элементы рынка труда.
8. Современные подходы к изучению рынка труда.
9. Концепции маркетинга рабочей силы.
10. Трансформация занятости в условиях постиндустриальной экономики.
11. Основные партнеры организации на внешнем рынке труда.
12. Государственная служба занятости населения и ее функции.
13. Роль частных структур занятости на рынке труда.
14. Взаимодействие организации с Государственной службой занятости населения.
15. Взаимодействие организации с частными структурами занятости.
16. Взаимодействие организации с учебными заведениями.
17. Взаимодействие государственных структур занятости населения с компаниями-работодателями в странах с развитой рыночной экономикой.
18. Функции и направления деятельности кадровых агентств.
19. Позитивные и негативные аспекты деятельности кадровых агентств.
20. Роль государства в регулировании занятости подростков.
21. Роль государства в регулировании занятости студентов.
22. Роль государства в регулировании занятости выпускников вузов.
23. Активная и пассивная политика занятости населения в России.
24. Особенности поведения различных категорий соискателей рабочих мест.
25. Технологии деятельности кадровых агентств.
26. Зарубежный опыт взаимодействия вузов и организаций-работодателей.
27. Роль вузов в трудоустройстве выпускников: опыт ведущих вузов России.
28. Сущность и элементы самомаркетинга на рынке труда.
29. Общие правила составления резюме.
30. Подготовка к собеседованию с работодателем

**Аналитическое задание**

**Пример**

Необходимо провести сравнительный анализ деятельности государственных и частных структур занятости в России.

		Государственная служба занятости населения	Кадровые агентства
2	Роль и задачи на рынке труда		
3	Основные виды услуг		
4	Основные получатели услуг		
5	Финансовые условия получения услуг		
6	Позитивные и негативные стороны деятельности		

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

Промежуточная аттестации по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

**6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)**

**6.1. Основная литература**

1. Одегов, Ю. Г. Кадровая политика и кадровое планирование в 2 ч. Часть 1. Кадровая политика : учебник и практикум для вузов / Ю. Г. Одегов, С. А. Карташов, М. Г. Лабаджян. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 202 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02242-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452979>

2. Одегов, Ю. Г. Кадровая политика и кадровое планирование в 2 ч. Часть 2. Кадровое планирование : учебник и практикум для вузов / Ю. Г. Одегов, С. А. Карташов, М. Г. Лабаджян. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 283 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02239-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452977>

3. Управление человеческими ресурсами : учебник и практикум для вузов / О. А. Лапшова [и др.] ; под общей редакцией О. А. Лапшовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 406 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8761-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450458>



## 6.2. Дополнительная литература

1. Алиев, И. М. Экономика труда в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. М. Алиев, Н. А. Горелов, Л. О. Ильина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 203 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03218-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/434388>

2. Алиев, И. М. Экономика труда в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. М. Алиев, Н. А. Горелов, Л. О. Ильина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 228 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03216-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/434372>

3. Сафонов, В. А. Социальное партнерство : учебник для вузов / В. А. Сафонов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 395 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01455-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450096>

## 7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) – электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a> 100% доступ
Электронная библиотека учебников	На сайте представлены учебники, лекции, доклады, монографии по естественным и гуманитарным наукам.	<a href="http://studentam.net">http://studentam.net</a> 100% доступ
Cyberleninka	Содержит каталог научной периодики по большому количеству научных дисциплин, который содержит полную информацию о научных журналах в электронном виде, включающую их описания и все вышедшие выпуски с содержанием, темами научных статей и их полными текстами.	<a href="http://cyberleninka.ru/journal">http://cyberleninka.ru/journal</a> 100% доступ
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a> 100% доступ
Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии	Интернет-ресурсы образовательного и научно-образовательного назначения, оформленные в виде электронных библиотек, словарей и энциклопедий, предоставляют открытый доступ к полнотекстовым информационным	<a href="http://gigabaza.ru/doc/131454.html">http://gigabaza.ru/doc/131454.html</a> 100% доступ

	ресурсам, представленным в электронном формате — учебникам и учебным пособиям, хрестоматиям и художественным произведениям, историческим источникам и научно-популярным статьям, справочным изданиям и др.	
Библиотека юридической литературы	Электронная библиотека открытого доступа (монографии, диссертации, книги, статьи, новости и аналитика, конспекты лекций, рефераты, учебники).	<a href="http://pravo.eup.ru/">http://pravo.eup.ru/</a> 100% доступ

### 7.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниги, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276 журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.book.ru">http://www.book.ru</a> 100% доступ
6.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
7.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Международный индекс научного	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для	<a href="http://webofknowledge.com;">http://webofknowledge.com;</a> Доступ с любого

	цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	компьютера в сети Университета.
8.	Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина	Общегосударственное электронное хранилище цифровых копий важнейших документов по истории, теории и практике российской государственности, русскому языку, а также мультимедийных образовательных, научно-образовательных, культурно-просветительских и информационно-аналитических ресурсов.	<a href="https://www.prilib.ru/">https://www.prilib.ru/</a> Доступ в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета.
9.	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	<a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a> доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета
10/	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	<a href="http://eduvideo.online">http://eduvideo.online</a> 100% доступ

### 8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Технологии трудоустройства» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, лабораторных работ и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться настоящей рабочей программы дисциплины (модуля). Ее может представить преподаватель на вводной лекции или самостоятельно обучающийся использует информацию на официальном Интернет-сайте Университета.

Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университет, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
  - постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
  - узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора)
- и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

#### Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

#### Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

При подготовке к зачетам (без оценки и с оценкой) обратите внимание на защиту лабораторных работ/практических заданий на основе теоретического материала.

После предложенных указаний у обучающихся должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине.

### **9. Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

#### **9.1. Информационные технологии**

1. Персональные компьютеры;
2. Доступ к интернет
3. Проектор.

#### **9.2. Программное обеспечение**

1. Microsoft Office

#### **9.3. Информационные справочные системы**

Обучающиеся по программе «Менеджмент» в университете имеют доступ к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочникам:

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронно-библиотечная система, электронные книги и аудиокниг, учебники для ВУЗов, средних специальных учебных заведений и школы, а также научные монографии, научная периодика, в т.ч. журналы ВАК.	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> 100% доступ
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Поиск по рефератам и полным текстам статей, опубликованных в российских и зарубежных научно-технических журналах.	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета на 276

			журналов по подписке Университета. Доступ к 5493 журналам с полным текстом в открытом доступе, из них российских журналов 5022.
3.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a> 100% доступ
4.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ
5.	ЭБС "Book.ru"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.book.ru">http://www.book.ru</a> 100% доступ
6.	База данных EastView	Полнотекстовая база данных периодики.	<a href="http://ebiblioteka.ru/">http://ebiblioteka.ru/</a> С любого компьютера в сети Университета
7.	База данных международного индекса научного цитирования – Scopus:	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
8.	Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge)	Библиографическая и реферативная информация и инструменты для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Университета.	<a href="http://webofknowledge.com;">http://webofknowledge.com;</a> Доступ с любого компьютера в сети Университета.
9	Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина	Общегосударственное электронное хранилище цифровых копий важнейших документов по истории, теории и практике российской государственности, русскому языку, а также мультимедийных образовательных, научно-образовательных, культурно-просветительских и информационно-аналитических ресурсов.	<a href="https://www.prlib.ru/">https://www.prlib.ru/</a> Доступ в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета.
10	Национальная электронная библиотека	Крупнейшее собрание книг, диссертаций, музыкальных нот, карт и прочих материалов.	<a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a> доступ к полной коллекции с компьютеров в электронном читальном зале Научной библиотеки Университета

11.	Видеотека учебных фильмов «Решение»	Коллекция учебных видеофильмов	<a href="http://eduvideo.online">http://eduvideo.online</a> 100% доступ
-----	-------------------------------------	--------------------------------	--

## 10. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) «Технологии трудоустройства» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа** - компьютерный класс с обеспечением работы в локальной сети и выхода в Internet, а также оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

**Помещения для самостоятельной работы обучающихся:** оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

### 1. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) «Технологии трудоустройства» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) «Технологии трудоустройства» предусматривает использование в учебном процессе **активных и интерактивных форм** проведения учебных занятий в форме, разбор конкретных ситуаций и практических задач в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

Учебные часы дисциплины (модуля) «Технологии трудоустройства» предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) «Технологии трудоустройства» предусмотрены **встречи с руководителями и работниками** организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

**Лист регистрации изменений**

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие на основании решения Ученого совета РГСУ и Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 января 2016 г. № 7	Протокол заседания Ученого совета № 13 от «02» июля 2020 года	01.09.2020
2.			
3.			
4.			
5.			
6			