

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»

Кафедра маркетинга и управления персоналом
Кафедра управления и делового администрирования



П.И. Грекова
2017 г.

УПРАВЛЕНИЕ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Учебный модуль по направлению подготовки
38.03.01 Экономика

профиль: Финансы и кредит

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

СОГЛАСОВАНО:

начальник УО,
к. э. н., доцент
А. Н. Макаревич
«30» 05 2017 г.

Заведующий кафедрой бухгалтерского
учета, анализа и аудита:

М.В. Любимова
«15» мая 2017 г.

Заведующий кафедрой финансов и
статистики:

Н.И. Гришаккина
«15» мая 2017 г.

РАЗРАБОТАЛ:

И.С. Алексина доцент И.С. Алексина
Г.Я. Андреева доцент Г.Я. Андреева
«11» мая 2017 г.

Принято на заседании кафедры:

Протокол № 10 от 11 мая 2017 г.

Заведующий кафедрой

М.М. Омаров
«11» мая 2017 г.

Принято на заседании кафедры:

Протокол № 9 от 12 мая 2017 г.

Заведующий кафедрой

Е.А. Бондаренко
«12» мая 2017 г.

1 Цель и задачи учебного модуля

Целью учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» - формирование у студентов умения востребовать и использовать его научное содержание в качестве методологического, теоретического и технологического средства разрешения междисциплинарных и профессиональных ситуаций, обоснования и выполнения целевых видов познавательной и профессиональной деятельности. Полученные студентами знания, навыки и умения должны способствовать обеспечению результативной профессиональной деятельности.

Задачи, обеспечивающие достижение цели:

- формирование у студентов системы теоретических знаний и практических навыков в сфере общетеоретических вопросов науки управления, закономерностей, осуществления управленческой деятельности и возникающих во время этой деятельности отношений между людьми;
- воспитание у студентов потребности в использовании содержания учебного элемента названного выше учебного модуля и выработка целостной картины процесса решения профессиональных задач; системного мышления; умения видеть, как данный учебный элемент встроен в противоречивую систему интерактивных отношений и взаимодействий с другим элементом учебного модуля и другими модулями в ходе целостного решения профессиональных задач;
- стимулирование студентов к самостоятельной деятельности по освоению данного учебного элемента модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» и формированию необходимых компетенций;
- актуализация способности студентов применять накопленные по дисциплине знания при решении профессиональных проблем в реальных (смоделированных) условиях;
- стимулирование студентов к самостоятельной деятельности по освоению дисциплины и формированию необходимых компетенций.

2 Место учебного модуля в структуре ОП направления подготовки Модуль «Управление внешней и внутренней средой организации» входит в вариативную часть 38.03.01 Экономика. Изучается студентами очной формы обучения в третьем семестре, студентами заочной формы обучения, профиль – Финансы и кредит – в 3 и 4 семестрах. Данный модуль основывается на знаниях, приобретённых при изучении учебных модулей: «Микроэкономика и основы экономических учений» и «Макроэкономика и международные экономические отношения».

Знания, полученные в процессе изучения модуля используются при изучении следующих дисциплин направления подготовки 38.03.01 — «Экономика труда», «Теория бухгалтерского учёта», «Финансы», «Налоги и налогообложение», «Экономический анализ», «Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности», «Экономика инновационной деятельности»; «Экономика организации», «Бухгалтерская (финансовая) отчётность», «Финансовый менеджмент», «Отраслевой экономический анализ», «Аудит»; профиль «Финансы и кредит» - «Экономика организации, «Финансы организаций, в том числе курсовая работа», «Государственные финансы», «Финансовый менеджмент, в том числе курсовая работа», «Территориальные финансы», а также при прохождении учебной и производственной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

3 Требования к результатам освоения учебного модуля

Процесс изучения учебного модуля направлен на формирование компетенций, перечень, основное содержание и уровень освоения которых представлены в таблице 1. Таблица 1 – «Знания, умения и владение» при освоении учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации»

Код компетенции	Уровень освоения компетенции	Знать	Уметь	Владеть
ОК-5	Базовый	Важность групповой работы, организацию и условия использования групповой работы на основе процессов групповой динамики; необходимость толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия при эффективной организации групповой работы	Может участвовать в групповой работе на всех её стадиях (постановке целей и задач, в организации и координации групповой работы, доведении её до конца); толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия участников групповой работы	Методами приёмами активизации групповой работы с учётом конкретной ситуации
ОПК-4	Базовый	Методы анализа проблем в профессиональной деятельности в организации, этапы разработки, принятия и реализации организационно управленческих решений для разрешения проблем	Анализировать и выявлять проблемы в профессиональной деятельности в организации, находить и реализовывать организационно управленческие решения в практической деятельности для наиболее эффективного разрешения проблем в различных условиях	Практическими навыками нахождения и реализации организационно управленческих решений в профессиональной деятельности в организации; готов нести ответственность за принятые организационно управленческие решения

ПК-21	Пороговый уровень	технологии сбора первичной финансовой информации	получать, интерпретировать и документировать результаты финансовой деятельности организации	навыками оценки качества, достаточности и надежности информации при составлении финансовых планов организации
-------	-------------------	--	---	---

4 Структура и содержание учебного модуля

4.1 Трудоемкость учебного модуля

Таблица 2 – Трудоемкость учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» для направления 38.03.01 Экономика очной формы обучения

Учебная работа (УР)	Всего в 6 семестре	Коды формируемых компетенций
Трудоёмкость учебного модуля в зачетных единицах (ЗЕТ)	6 ЗЕТ	ОК-5 ОПК-4 ПК-21
Распределение трудоёмкости по видам учебной работы в академических часах (АЧ)		
- лекции	36	
- практические занятия - лабораторные занятия <i>в т. ч.</i>	54	
<i>аудиторная СРС</i> - внеаудиторная СРС	18 54	
Курсовая работа	36	
Аттестация: Экзамен	36	

Для заочной формы обучения учебный модуль распределяется на два семестра: 3,4 семестр – 6Л, 14 Пр. Аттестация – экзамен.

4.2 Содержание и структура учебного модуля

4.2.1 Содержание УЭМ1 «Основы менеджмента»

Введение в курс

Цель и задачи учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации». Содержание и трудоемкость учебного элемента 1 модуля. Виды учебной работы по учебному элементу 1 модуля и отчетность по ним. Рекомендуемая литература и источники.

Тема 1. Предмет и место менеджмента в системе научных знаний

Предмет менеджмента и его место в общей теории управления. Содержание менеджмента. Цели и задачи менеджмента. Основные категории менеджмента.

Взаимосвязь менеджмента с другими науками.

Менеджеры как профессиональные управляющие и требования к ним.

Тема 2 Эволюция менеджмента и современные тенденции его развития

Условия и факторы возникновения и развития менеджмента. Этапы и школы в развитии менеджмента. Подходы к управлению: процессный, системный, ситуационный, комплексный. Современные тенденции развития менеджмента.

Тема 3 Организация как основной объект менеджмента

Понятие, элементы, характеристики и виды организаций. Место и содержание процесса управления в организации. Объекты и субъекты управления в организации. Внутренняя и внешняя среда организации. Адаптация организации к условиям внешней среды.

Тема 4 Функции менеджмента

Понятие функции менеджмента. Значение выделения функций для теории и практики менеджмента. Классификация функций менеджмента. Общие и конкретные функции менеджмента.

Тема 5 Планирование в системе менеджмента

Содержание, цели и задачи планирования. Виды внутрифирменного планирования.

Принципы и процесс планирования в организации.

Тема 6 Организация как функция менеджмента

Содержание функции организации. Этапы функции организации. Принципы осуществления функции организации. Построение организационных структур и делегирование полномочий как важные составные части функции организации. Понятие, элементы, характеристики и значение организационной структуры управления. Принципы и этапы построения организационных структур. Типы (виды) структур управления и условия их эффективного использования.

Делегирование в структурах системы менеджмента: содержание и роль в обеспечении взаимодействия. Виды организационных полномочий. Факторы успешного делегирования.

Тема 7 Мотивация деятельности в менеджменте

Мотивация как функция менеджмента. Общая характеристика мотивации и процесса мотивации. Понятия, связанные с мотивацией. Содержание и значение теорий мотивации, их сравнительная характеристика. Использование мотивационных механизмов в практике менеджмента. Методы и приёмы активизации групповой работы с учётом ситуации.

Тема 8 Координация и контроль в системе менеджмента Координация как функция менеджмента. Основные способы (механизмы) координации. Контроль как функция менеджмента. Виды и формы контроля и регулирования. Структура контроля. Организация эффективного контроля.

Тема 9 Коммуникации в системе менеджмента

Коммуникации как связующий процесс в менеджменте. Понятие, значение и классификация коммуникаций. Цели коммуникации. Элементы и этапы процесса коммуникации. Типы результатов (эффект) коммуникации. Коммуникационные барьеры и их преодоление.

Тема 10 Организационно-управленческие решения в системе менеджмента

Понятие, значение и классификация организационно- управленческих решений в менеджменте. Требования к организационно-управленческим решениям. Факторы, влияющие на процесс принятия организационно-управленческих решений. Методы диагностики ситуации и анализа проблем. Этапы разработки, принятия и реализации организационно-управленческих решений в различных условиях. Возможные последствия организационно-управленческих решений и готовность руководителя нести ответственность за них.

Тема 11 Власть и лидерство в системе менеджмента

Властные отношения в системе менеджмента: сущность и роль в управлении.

Формы власти. Проблема интеграции власти и партнёрства в современном менеджменте. Понятие и роль лидерства в менеджменте. Менеджер-лидер как ключевая фигура в управлении организацией. Стиль лидерства и элементы, его определяющие.

Тема 12 Динамика групп в системе менеджмента

Содержание понятия «малая группа». Виды малых формальных и неформальных групп в организации. Роль малой группы в поведении и деятельности человека. Организация деятельности малой формальной (рабочей) группы. Требования к участникам малой формальной (рабочей) группы. Необходимость толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия участников групповой работы.

Тема 13 Эффективность и качество менеджмента

Понятие эффективности, результативности, производительности и качества в менеджменте. Подходы к оценке и показатели эффективности менеджмента. Факторы и пути роста эффективности менеджмента в современных условиях.

4.2.2 Содержание УЭМ 2 «Основы маркетинга»

Тема 1 Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга

Понятийный аппарат и терминология маркетинга. Цели предприятия и маркетинга. Принципы и задачи маркетинга. Функции маркетинга. Комплекс маркетинга (маркетингмикс). Характеристика маркетингового инструментария. Модели маркетинга. Маркетинговая среда и ее структура.

Тема 2 Концепции и стратегии маркетинга

Концепции маркетинга: производственная, товарная, коммерческая, традиционная, социальная, коммуникативная. Стратегии маркетинга. Виды маркетинговой стратегии: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.

Тема 3 Понятие и сущность маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система

Маркетинговая информация. Маркетинговая информационная система. Источники и носители маркетинговой информации. Маркетинговые исследования. Необходимость проведения маркетинговых исследований. Основные направления маркетинговых исследований. Принципы, цели и задачи маркетинговых исследований. Объект, предмет и проблема маркетингового исследования.

Тема 4 Методы получения маркетинговой информации. Количественные и качественные исследования

Опрос, элементы опроса. Виды и формы опроса. Письменный и устный опросы. Анкетирование. Эксперимент. Цель и задачи эксперимента. Группы экспериментов: «ЕВА», «ЕА-СА», «ЕВА-СВА» и «ЕА-ЕВА-СВА». Наблюдение. Особенности процесса наблюдения. Способы проведения наблюдения.

Тема 5 Изучение потребителя. Моделирование поведения потребителей «Потребитель», «покупатель», «конечный потребитель», «организация (предприятие) - потребитель». Основные принципы формирования правильного представления о поведении потребителей.

Тема 6 Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе

Понятия «конкуренция», «конкурентная борьба», «методы конкурентной борьбы», «конкурентное преимущество», «изучение конкурентов». Составляющие концепции М.Портера. Характеристика конкурентных стратегий по М.Портеру.

Тема 7 Сегментация рынка и позиционирование товара

Сегментация. Необходимость проведения сегментации рынка. Методы сегментации рынка. Выбор целевого рынка. Понятие «позиционирование товара/услуги». Процедура позиционирования. Основные направления выбора критериев позиционирования.

Тема 8 Комплекс маркетинга: товар

Понятие «товар». Товарная политика, ее основные направления. Маркетинговое окружение товара. Мультиатрибутивная модель. Стратегические решения в товарной политике. Стратегия инновации товара: дифференциация и диверсификация.

Тема 9 Жизненный цикл товара

Концепция жизненного цикла товара. Разработка и внедрение нового товара на рынок. Этапы разработки нового товара. Процесс тестирования нового товара. Процесс вывода нового товара на рынок.

Тема 10 Комплекс маркетинга: цена. Разработка стратегии и тактики ценообразования на предприятии

Сущность, цели и роль ценовой политики. Факторы ценообразования. Процесс ценообразования. Маркетинговые стратегии цен. Политика изменения текущих цен.

Тема 11 Комплекс маркетинга: распределение

Сбыт в системе маркетинга. Цели, задачи и основные элементы политики распределения. Каналы распределения. Организация сбыта. Вертикальная и горизонтальная маркетинговые системы распределения. Стратегии сбыта и условия их применения.

Тема 12 Комплекс маркетинга: продвижение

Реклама. Виды рекламы. Рекламные компании и их классификация. Выбор носителей рекламы. Мероприятия по стимулированию сбыта. Личные (персональные) продажи. Public relations. Коммуникативные стратегии.

Календарный план, наименование разделов учебного модуля с указанием трудоемкости по видам учебной работы представлены в технологической карте учебного модуля (приложение Б).

4.3 Лабораторный практикум – не предусмотрено базовым учебным планом

4.4 Курсовые работы – не предусмотрено базовым учебным планом

4.5 Организация изучения учебного модуля

Методические рекомендации по организации изучения учебного модуля с учетом использования в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий даются в Приложении А.

5 Контроль и оценка качества освоения учебного модуля

Контроль качества освоения студентами учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» и его составляющих осуществляется непрерывно в течение всего периода обучения с использованием балльно-рейтинговой системы (БРС), являющейся обязательной к использованию всеми структурными подразделениями университета.

Для оценки качества освоения модуля используются формы контроля: текущий - регулярно в течение всего семестра; рубежный - на 9-ой неделе семестра; семестровый - по окончании изучения учебного модуля

Оценка качества освоения модуля осуществляется с использованием фонда оценочных средств, разработанного для данного модуля, по всем формам контроля в соответствии с Положением об организации учебного процесса, принятым в вузе.

По положительным результатам семестровой аттестации студенту засчитывается трудоемкость УМ «Управление внешней и внутренней средой организации» в зачетных единицах и выставляются баллы рейтинга и оценка по шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Перевод баллов рейтинга в традиционную систему оценок осуществляется по шкале:

1. отлично – (90-100)% от 50хТ или 45-50 баллов для Т=1 ЗЕ;
2. хорошо – (70-89)% от 50хТ или 35-44 баллов для Т=1 ЗЕ;

3. удовлетворительно – (50-69)% от 50хТ или 25-34 баллов для Т=1 ЗЕ; 4. неудовлетворительно – менее 50% от 50хТ или менее 25 б. для Т=1 ЗЕ.

Оценочная шкала для УМ «Маркетинговые исследования» с учетом курсовой работы:

- оценка «отлично» – 270 - 300 баллов.
- оценка «хорошо» – 210 - 269 баллов.
- оценка «удовлетворительно» – 150-209 баллов.
- оценка «неудовлетворительно» – до 150 баллов.

Описание критериев оценивания качества освоения модуля студентом представлено в таблице 3.

Таблица 3 – Сущностное содержание критериев оценивания знаний, умений и навыков студента

Критерий	В рамках формируемых компетенций студент демонстрирует
неудовлетворительно	отсутствует знание и понимание теоретического содержания курса; несформированность большей части практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, очень низкое качество выполнения заданий (не выполнены, либо оценены числом баллов, ниже минимального); отсутствует мотивация к обучению.
удовлетворительно	знание и понимание теоретического содержания курса с незначительными пробелами; несформированность некоторых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, низкое качество выполнения заданий (не выполнены, либо оценены числом баллов, близким к минимальному); низкий уровень мотивации к обучению.
хорошо	полное знание и понимание теоретического содержания курса; недостаточность в обосновании отдельных собственных суждений, не оказывающая значительного влияния на формирование практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях; достаточное качество выполнения всех предусмотренных программой обучения заданий; средний уровень мотивации к обучению.
отлично	полное знание и понимание теоретического содержания курса, без пробелов; обоснование собственных суждений с учетом сформированных необходимых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях; высокое качество выполнения всех предусмотренных программой обучения заданий; высокий уровень мотивации к обучению.

К экзамену не допускается студент, не набравший минимально допустимого количества баллов при прохождении тем курса - 125 баллов из 250 возможных.

Содержание видов контроля и их график отражены в Технологической карте учебного модуля (Приложение Б).

Демонстрационный вариант оценочных средств (в соответствии с ФОС и Технологической картой РП) представлен в Приложении А.

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного модуля

Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» представлено Картой учебнометодического обеспечения (Приложение В).

7 Материально-техническое обеспечение учебного модуля

Для осуществления образовательного процесса по модулю возможно использование:

- для проведения лекций и практических занятий – компьютерного класса с современными ПК и установленным на них лицензионным программным обеспечением. На персональных компьютерах могут быть установлены: ОС Windows 7 (Windows XP), MS Office 2007-2010 (MS Word, MS Excel, MS PowerPoint, MS Access).

Приложения (обязательные):

А – Методические рекомендации по организации изучения учебного модуля

Б – Технологическая карта

В – Карта учебно-методического обеспечения УМ

Г – Лист внесения изменений

Приложение А (обязательное)

Методические рекомендации по организации изучения учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации»

УЭМ1 «Основы менеджмента»

Цель и задачи учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации». Содержание и трудоёмкость учебного элемента 1 модуля. Виды учебной работы по учебному элементу 1 модуля и отчётность по ним. Рекомендуемая литература и источники.

Предмет менеджмента и его место в общей теории управления. Содержание менеджмента. Цели и задачи менеджмента. Основные категории менеджмента. Взаимосвязь менеджмента с другими науками. Менеджеры как профессиональные управляющие и требования к ним.

Условия и факторы возникновения и развития менеджмента. Этапы и школы в развитии менеджмента. Подходы к управлению: процессный, системный, ситуационный, комплексный. Современные тенденции развития менеджмента.

Понятие, элементы, характеристики и виды организаций. Место и содержание процесса управления в организации. Объекты и субъекты управления в организации. Внутренняя и внешняя среда организации. Адаптация организации к условиям внешней среды.

Понятие функции менеджмента. Значение выделения функций для теории и практики менеджмента. Классификация функций менеджмента. Общие и конкретные функции менеджмента.

Содержание, цели и задачи планирования. Виды внутрифирменного планирования.

Принципы и процесс планирования в организации.

Содержание функции организации. Этапы функции организации. Принципы осуществления функции организации. Построение организационных структур и делегирование полномочий как важные составные части функции организации. Понятие, элементы, характеристики и значение организационной структуры управления. Принципы и этапы построения организационных структур. Типы (виды) структур управления и условия их эффективного использования.

Делегирование в структурах системы менеджмента: содержание и роль в обеспечении взаимодействия. Виды организационных полномочий. Факторы успешного делегирования.

Мотивация как функция менеджмента. Общая характеристика мотивации и процесса мотивации. Понятия, связанные с мотивацией. Содержание и значение теорий мотивации, их сравнительная характеристика. Использование мотивационных механизмов в практике менеджмента. Методы и приёмы активизации групповой работы с учётом ситуации.

Координация как функция менеджмента. Основные способы (механизмы) координации. Контроль как функция менеджмента. Виды и формы контроля и регулирования. Структура контроля. Организация эффективного контроля.

Коммуникации как связующий процесс в менеджменте. Понятие, значение и классификация коммуникаций. Цели коммуникации. Элементы и этапы процесса

коммуникации. Типы результатов (эффект) коммуникации. Коммуникационные барьеры и их преодоление.

Понятие, значение и классификация организационно- управленческих решений в менеджменте. Требования к организационно-управленческим решениям. Факторы, влияющие на процесс принятия организационно-управленческих решений. Методы диагностики ситуации и анализа проблем. Этапы разработки, принятия и реализации организационно-управленческих решений в различных условиях. Возможные последствия организационно-управленческих решений и готовность руководителя нести ответственность за них.

Властные отношения в системе менеджмента: сущность и роль в управлении.

Формы власти. Проблема интеграции власти и партнёрства в современном менеджменте. Понятие и роль лидерства в менеджменте. Менеджер-лидер как ключевая фигура в управлении организацией. Стиль лидерства и элементы, его определяющие.

Содержание понятия «малая группа». Виды малых формальных и неформальных групп в организации. Роль малой группы в поведении и деятельности человека. Организация деятельности малой формальной (рабочей) группы. Требования к участникам малой формальной (рабочей) группы. Необходимость толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия участников групповой работы.

Понятие эффективности, результативности, производительности и качества в менеджменте. Подходы к оценке и показатели эффективности менеджмента. Факторы и пути роста эффективности менеджмента в современных условиях.

УЭМ 2 «Основы маркетинга»

Понятийный аппарат и терминология маркетинга. Цели предприятия и маркетинга. Принципы и задачи маркетинга. Функции маркетинга. Комплекс маркетинга (маркетингмикс). Характеристика маркетингового инструментария. Модели маркетинга. Маркетинговая среда и ее структура.

Концепции маркетинга: производственная, товарная, коммерческая, традиционная, социальная, коммуникативная. Стратегии маркетинга. Виды маркетинговой стратегии: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.

Маркетинговая информация. Маркетинговая информационная система. Источники и носители маркетинговой информации. Маркетинговые исследования. Необходимость проведения маркетинговых исследований. Основные направления маркетинговых исследований. Принципы, цели и задачи маркетинговых исследований. Объект, предмет и проблема маркетингового исследования.

Опрос, элементы опроса. Виды и формы опроса. Письменный и устный опросы. Анкетирование. Эксперимент. Цель и задачи эксперимента. Группы экспериментов: «ЕВА», «ЕА-СА», «ЕВА-СВА» и «ЕА-ЕВА-СВА». Наблюдение. Особенности процесса наблюдения. Способы проведения наблюдения.

«Потребитель», «покупатель», «конечный потребитель», «организация (предприятие) - потребитель». Основные принципы формирования правильного представления о поведении потребителей.

Понятия «конкуренция», «конкурентная борьба», «методы конкурентной борьбы», «конкурентное преимущество», «изучение конкурентов». Составляющие концепции М.Портера. Характеристика конкурентных стратегий по М.Портеру.

Сегментация. Необходимость проведения сегментации рынка. Методы сегментации рынка. Выбор целевого рынка. Понятие «позиционирование товара/услуги».

Процедура позиционирования. Основные направления выбора критериев позиционирования.

Понятие «товар». Товарная политика, ее основные направления. Маркетинговое окружение товара. Мультиатрибутивная модель. Стратегические решения в товарной политике. Стратегия инновации товара: дифференциация и диверсификация.

Концепция жизненного цикла товара. Разработка и внедрение нового товара на рынок. Этапы разработки нового товара. Процесс тестирования нового товара. Процесс вывода нового товара на рынок.

Сущность, цели и роль ценовой политики. Факторы ценообразования. Процесс ценообразования. Маркетинговые стратегии цен. Политика изменения текущих цен.

Сбыт в системе маркетинга. Цели, задачи и основные элементы политики распределения. Каналы распределения. Организация сбыта. Вертикальная и горизонтальная маркетинговые системы распределения. Стратегии сбыта и условия их применения. Реклама. Виды рекламы. Рекламные компании и их классификация. Выбор носителей рекламы. Мероприятия по стимулированию сбыта. Личные (персональные) продажи. Public relations. Коммуникативные стратегии.

Семестровая аттестация.

Технологии и формы организации

Экзамен. Экзамен представляет собой итоговую оценку знаний студента. В соответствии с рабочей программой при сдаче экзамена максимально студент может набрать 50 баллов.

Экзаменационный билет включает 3 вопроса и практическое задание.

Приёмы: самостоятельная подготовка и ответ на предложенный экзаменационный билет.

Задание для семестровой аттестации: подготовиться к вопросам экзамена, уметь навыки выполнения заданий по учебному модулю «Управление внешней и внутренней средой организации».

Демонстрационный вариант оценочных средств

ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО «КОЛЛОКВИУМ»

Общие сведения об оценочном средстве

Коллоквиум – средство текущего контроля усвоения учебного материала темы модуля, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися или письменной работы по одному из вопросов, вынесенных на коллоквиум. Любое оценивание, проводимое в форме устного опроса, позволяет оценить знания и кругозор студента, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. Максимальное количество баллов – 5.

ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО «ДОКЛАД»

Общие сведения об оценочном средстве

Подготовка студентом доклада (в устной и письменной форме) является одним из видов текущего контроля и оценки его знаний, умений и навыков, уровня сформированности компетенций при освоении учебного модуля.

Доклад является частью самостоятельной работы студента, но также используется как оценочное средство при проведении практических занятий. Студентам предлагается самостоятельно освоить вопросы, которые выносятся на обсуждение, проанализировать проблему, подготовить доклад, и выступить перед аудиторией с результатами своей работы.

В докладе студент излагает результаты теоретического анализа заранее полученной темы, а также может представить собственный взгляд на исследуемый вопрос. Допускается в подготовке докладов групповое участие студентов, когда студенты организуются в небольшие группы (по 2-3 человека).

Примеры тем для докладов:

1. Связь маркетинга с другими науками.
2. Маркетинговая деятельность на предприятии.
3. Основные принципы и методы международного маркетинга.
4. Брендинг как направление товарной политики предприятия.
5. Маркетинг новых товаров, их разработка и продвижение на рынке.
6. Маркетинг в управлении.
7. Контроль маркетинговой деятельности на предприятии.
8. Сущность и концепции маркетинговой деятельности.
9. Методы получения и обработки маркетинговой информации.
10. Модели оценки рекламной деятельности.
11. Бенчмаркетинг как функция маркетинговых исследований.
12. Бюджет маркетинга.
13. История маркетинга.
14. Распределение товара по каналам сбыта.
15. Макроэкономический анализ конъюнктуры потребительского рынка России.
16. Маркетинг товаров новейших технологий.
17. Оптимизация сбытовой политики предприятия.
18. Сущность и роль ценовой политики в развитии предприятия.

ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО «ЭССЕ»

Эссе выражает индивидуальные впечатления и соображения автора по конкретному поводу. Объем -1-2 стр.

Примеры тем Эссе:

1. Особенности менеджмента в России.
2. Кто такой менеджер.

ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО «РАЗНОУРОВНЕВЫЕ ЗАДАНИЯ»

Общие сведения об оценочном средстве

Выполнение студентами практических заданий является одним из видов текущего контроля и оценки их знаний, умений и навыков, уровня формирования компетенций учебного модуля «Экономика управления персоналом».

Данное оценочное средство используется при проведении практических занятий по всем темам учебного модуля во время аудиторной работы. Студентам предлагается выполнить предложенные задачи под контролем преподавателя.

Перед проведением оценки уровня формирования компетенций с помощью данного оценочного средства необходимо провести лекцию, которая закладывает у студентов компетентностную базу в области данной проблематики.

Задание 1.

Разработайте техническое задание на проведение маркетингового исследования.

Цель исследования: выявление глубинных мотивов покупки, ситуаций потребления, определение достоинств и недостатков соков и сокосодержащих напитков, существующих на рынке, тестирование нового продукта с целью выявления отношения к нему потребителей, отношений потребителей к упаковке, цене и т.д., тестирование названий продукта и выбор оптимального варианта.

Задание 2

Разработайте техническое задание на проведение маркетингового исследования театральных предпочтений москвичей.

Цель исследования: охарактеризовать состав театральной аудитории, факторы, оказывающие влияние на посещение театров москвичами, их жанровые предпочтения, объем спроса, приемлемость уровня цен на театральные билеты.

Задание 3

Разработайте техническое задание на проведение маркетингового исследования.

Цель исследования: выяснение отношения целевой аудитории (уровень дохода от 2000 долл. в месяц на каждого члена семьи) к ювелирным изделиям с бриллиантами.

ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО «ТЕСТ»

Общие сведения об оценочном средстве

Выполнение тестирования является оценочным средством контроля аудиторной СРС и оценки знаний, умений и навыков студентов при освоении учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации».

Тест проводится в часы аудиторной самостоятельной работы студентов. Количество баллов, полученных студентами за тестирование, зависит от количества правильных ответов. Тест может использоваться для оценки знаний по отдельным темам рабочей программы учебного модуля.

Выберите верный вариант ответа

1. Маркетинговая информация – это:

- а) любая экономическая информация;
- б) информация, необходимая для маркетинговых целей;
- в) любая внутрифирменная информация;
- г) статистические данные.

2. Данные опроса потребителей об их намерениях на рынке являются:
- а) внешней информацией;
 - б) внутренней информацией;
 - в) вторичной информацией;
 - г) не являются маркетинговой информацией.
3. Наименее дорогим видом информации является:
- а) вторичная;
 - б) собранная в ходе анкетирования;
 - в) собранная в ходе интервьюирования;
 - г) первичная.

ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО «КОМПЛЕКТ БИЛЕТОВ»

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»
Кафедра управления и делового администрирования

Экзаменационный билет № 1

Учебный модуль «Управление внешней и внутренней средой организации»
Для направления подготовки 38.03.01 Экономика, профиль Бухгалтерский учёт и аудит,
профиль Финансы и кредит

- 1. Этапы и школы в развитии менеджмента. Современные тенденции развития менеджмента.
- 2. Роль и функции цены.
- 3. Практическое задание № 2 по основам менеджмента.

Принят на заседании КУПР. Протокол № 1 от 19.09.2017

Утверждаю

Зав. кафедрой _____/Е. А. Бондаренко/

Принят на заседании КМУП. Протокол № 1 от 07.09.2017

Утверждаю

Зав. кафедрой _____/М. М. Омаров/

**Технологическая карта модуля «Управление внешней и
внутренней средой организации»**

ЗЕТ- 6, вид аттестации - экз, акад. часов - 216, баллов рейтинга – 300

№ и наименование раздела учебного модуля	№ недели сем.	Трудоемкость, ак. час.				Форма текущего контроля успеваемости (в соответствии с паспортом ФОС)	Макс. кол-во баллов рейтинга
		Аудиторные занятия			внеауд. зан.		
		Лекции	Практ. занятия	Ауд. СРС	Внеауд. СРС		
УЭМ 1 «Основы менеджмента»		36	18	9	54		75
Введение в учебный элемент 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации»	1-2	2	1	1	6	Коллоквиум, доклад, презентация, эссе	24
Тема 1.1 Предмет и место менеджмента в системе научных знаний	3	2	1	1	3		7
Тема 1.2 Эволюция менеджмента и современные тенденции его развития	4	2	1	1	3		7
Тема 1.3 Организация как основной объект менеджмента	5	2	1		3		3
Тема 1.4 Функции менеджмента	6-7	2	1		6		21
Тема 1.5 Планирование в системе менеджмента	6/6-7	1	2	0,7	3,5		
Тема 1.6 Организация как функция менеджмента	7-9/8-9	3	3	0,7	3,5		
Тема 1.7 Мотивация деятельности в менеджменте	10/10	1	2	0,7	3,5	Коллоквиум, доклад-презентация, сообщение презентация, эссе	
Тема 1.8 Координация и контроль в системе	11/11-12	1	2	0,7	3,5		
Тема 1.9 Коммуникации в системе менеджмента	12-13/12-13	1,5	2	0,7	3,5		
Тема 1.10 Управленческие решения в системе	13-14/14	1,5	2	0,7	3,5		

Тема 1.11 Власть и лидерство в системе менеджмента	15-16/15-16	1,5	2	0,7	3,5		
Тема 1.12. Динамика групп в системе менеджмента	16-17/16-17	1,5	2	0,7	3,5		
Тема 1.13 Эффективность и качество менеджмента	18/18	1	2	0,7	3,5		
	18					Тест	9 10,5
УЭМ 2 «Основы маркетинга»		36	18	9	54		50
1. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга	1-2	6	2	2	4	доклад	
2. Концепции и стратегии маркетинга	1	2	1	1	2	Разноуровневые задания	10
3. Понятие и сущность маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система	2	4	1	1	2	презентация	5
4. Методы получения маркетинговой информации. Количественные и качественные исследования	3-10	15	8	8	25	доклад	5
5. Изучение потребителя. Моделирование поведения потребителей	3	2	1	1	4	Разноуровневые задания	10
6. Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе	4-5	4	1	1	6	Разноуровневые задания	10
7. Сегментация рынка и позиционирование товара	6-7	3	2	2	5	Разноуровневые задания	10
8. Комплекс маркетинга: товар	8-9	4	2	2	5	Разноуровневые задания	10
9. Жизненный цикл товара	10	2	2	2	5	Разноуровневые задания	10
10. Комплекс маркетинга: цена. Разработка стратегии и тактики ценообразования на предприятии	10-18	15	8	8	25	Разноуровневые задания	10

11. Комплекс маркетинга: распределение	10-11	2	2	1	5	Разноуровневые задания	10
12. Комплекс маркетинга: продвижение	12	1	1	1	2	Разноуровневые задания	10

Аттестация по модулю

Экзамен	216 часов	Билеты к экзамену	50
---------	-----------	-------------------	-----------

18

Критерии оценки качества освоения студентами модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» (в соответствии с положением «Об организации учебного процесса по образовательным программам высшего образования»):

- оценка «отлично» - 270 – 300 баллов
- оценка «хорошо» - 210 – 269 балла
- оценка «удовлетворительно» - 150 – 209 балла - оценка «неудовлетворительно» - менее 75 баллов

Приложение В (обязательное) Карта учебно-методического обеспечения

Модуль Управление внешней внутренней средой организации

Направление (специальность) 38.03.01 Экономика, профиль Бухгалтерский учёт, анализ и аудит, профиль Финансы и кредит Формы обучения очная/заочная

Курс 2 Семестр 3

Часов: всего 216/20, лекций 36/8, практ. зан. 54/12, лаб. раб. ,СРС и виды индивидуальной работы (курсовая работа, КП) 126

Обеспечивающие кафедры Маркетинга и управления персоналом, управления и делового администрирования

Таблица 1- Обеспечение модуля учебными изданиями

Библиографическое описание* издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библ. НовГУ	Наличие в ЭБС
Учебники и учебные пособия		
1. Герчикова И. Н. Менеджмент : учеб. для студентов вузов. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ, 2005. - 499с. : ил. - Библиогр.:с.490-499. - ISBN 5238-00657-8 : (в пер.) : 259.00.	Ф5-2(18)	
2. Виханский О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Экономистъ, 2006. - 669 с. : ил. - (НОМО FABER). - Библиогр.: с. 663-669. - ISBN 5-98118-131-1. - ISBN 978-5-98118-131-3 : (в пер.) : 332.89. - 455.00. - 326.00. - 303.69. - 276.54. - 303.96. - 448.00. - 276.36.	Ф5-3(92)	
3. Менеджмент : учеб. пособие для вузов по спец. "Финансы и кредит" / под ред.: Н. Ю. Чаусова, О. А. Калугина. - М. : КноРус, 2010. - 495, [1] с. : ил. - Библиогр. в конце ч. - Глоссарий в конце ч. - ISBN 978-5-406-00128-8 : (в пер.) : 275.00, 2000 экз.	Ф5-2(28)	
4. Песоцкая Е. В. Менеджмент : учеб. для вузов (бакалавриат) / Е. В. Песоцкая, О. В. Русецкая, Л. А. Трофимова ; под ред. А. Н. Петрова ; С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов. - М. : Юрайт, 2011. - 641, [1] с. : ил. - (Бакалавр). - Библиогр. в конце гл. - На тит. л. и обл. вынесены три первых авт. - ISBN 978-59916-1194-7 : (в пер.) : 283.97. - 328.57, 1500 экз.	Ф5-2(18)	
5. Маслова Т. Д. Маркетинг : учеб. для вузов / Т. Д. Маслова, С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик ; Изд. прогр. "300 лучших учеб. для высш. шк. в честь 300-летия С.Петербурга". - 2-е изд., доп. - СПб. : Питер, 2007. - 397 с. Сигла хранения Ф5-3(37)	Ф5-3(37)	
6. Багиев Г. Л. Маркетинг : учеб. для студентов вузов / Под ред. Г. Л. Багиева; Изд. прогр. "300 лучших учеб. для высш. шк. в честь 300-летия С.Петербурга". - 3-е изд., перераб. и доп. - СПб. : Питер, 2005. - 733с. Сигла хранения Ф5-2(52), Ф6-(1)	Ф5-2(52), Ф6-(1)	
Учебно-методические издания		
Рабочая программа учебного модуля «Управление внешней внутренней средой организации» [Электронный ресурс]: / Г.Я.. Андреева, И.С. Алексина, НовГУ им. Ярослава Мудрого.- Великий .Новгород, 2017.- 63 с. – Режим доступа: http://www.novsu.ru/study/umk/university/		

Конспект лекций по учебному модулю «Управление внешней и внутренней средой организации» [Электронный ресурс]: / Г.Я. Андреева, И.С. Алексина И.С., НовГУ им. Ярослава Мудрого. - Великий Новгород, 2017. -300 с.–Режим доступа: http://www.novsu.ru/study/umk/university/		
---	--	--

Таблица 2 – Информационное обеспечение модуля

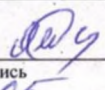
Название программного продукта, интернет-ресурса	Электронный адрес	Примечание
Экономика. Социология. Менеджмент. Образовательный портал	http://ecsocman.hse.ru/	
Интернет для экономического образования	http://www.ic.omskreg.ru/econrus/	
<i>Электронная периодика</i>		
Экономика организации - ЭКО	http://econom.nsc.ru	
Финансы	http://www.finance-journal.ru/	
Экономист	http://economist.com.ru/	
Вопросы экономики	http://vopreco.ru/	
Российский экономический журнал	http://www.rej.ru/about.php	
Экономические науки	http://ecsn.ru/	
Региональная экономика	http://saldo.ru/zhurregionecon/index.ru.html	
Проблемы теории и практики управления	http://uptp.ru/	
Менеджмент в России и за рубежом	http://www.cfin.ru/press/management/index.shtml	
Маркетинг в России и за рубежом	http://www.cfin.ru/press/marketing/index.shtml	
Вестник Московского государственного университета. Серия: Экономика	http://www.econ.msu.ru/cd/459	
Мировая экономика и международные отношения	http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=7902	
Эксперт	http://www.expert.ru/	
Человек и труд	http://www.chelt.ru/	

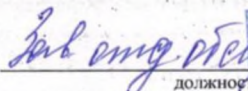
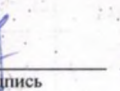
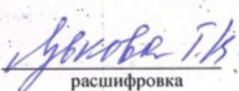
Таблица 3 – Дополнительная литература

Библиографическое описание* издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библи. НовГУ	Наличие в ЭБС
1.Бычкова О.В. Менеджмент и маркетинг: конспект лекций / НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород. 2011. – 21 с. https://novsu.bibliotech.ru/Reader/BookPreview/-663		+
2.Тебекин А. В. Менеджмент организации : учеб. для вузов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Кнорус, 2007. - 407,[1]с. : ил. - Библиогр.:с.405-408. - ISBN 978-585971-728-6 : (в пер.) : 199.00.	Ф5-2(28)	
3.Менеджмент : учеб. для вузов / Под ред.Д.Д.Вачугова. - М. : Высшая школа, 2008. - 398,[1]с. - Библиогр.:с.395. - Прил.:с.390-394. - ISBN 978-5-06-003762-3 : (в пер.) : 506.00.	Ф5-2(23)	
4.Маркетинг : учеб. Для студентов вузов / Под ред.Н.П.Вашекина,Рос.гос.торгово-экон.ун-т. – 3-е изд., перераб. И доп. – М. : ФБК-Пресс, 2006. – 310,[1]с. : ил. – Библиогр.:с.309-311. – Слов.:с.304-308.	Ф5-2(13)	

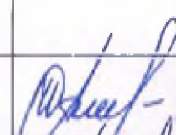
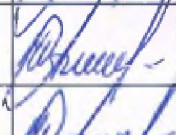
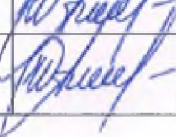
5.Коротков А. В. Маркетинговые исследования : учеб. для вузов (бакалавриат) / А. В. Коротков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2012. - 591, [1] с. : ил. - (Бакалавр, Базовый курс). - Библиогр.: с. 588-591. - Глоссарий: с. 553-587. - ISBN 978-5-9916-1795-6 : (в пер.) : 403.15. - 403.00, 20000 экз.	Ф5-11	
6.Маркетинг PR и рекламы : учеб. для вузов / авт.: И. М. Синяева [и др.] ; под ред. И. М.Синяевой. - М. : ЮНИТИ-Дана, 2011. - 494, [2] с. : ил. - Библиогр.: с. 491-493. - ISBN 978-5-238-02194-2 : (в пер.) : 472.50, 10000 экз.	Ф5-10	
7.Маркетинговый инструментарий: учебно-методическое пособие/ сост.: Н.Ю. Омарова, Т.С. Афанасьева, Н.В. Манова; НовГУим. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2014. – 64 с. https://novsu.bibliotech.ru/Reader/BookPreview/-2028		+

Действительно для учебного года 2017-2018

Зав. кафедрой		<u>М.М.Омаров</u>
	подпись	И.О.Фамилия
08	05	2017 г.

СОГЛАСОВАНО НБ НовГУ:			
	должность	Филиал № 5	подпись
			
			расшифровка

Приложение Г
Лист внесения изменений

Номер измене ния	Номер и дата распорядительного документа о внесении изменений	Дата внесения изменения	ФИО лица, внесшего изменение	Подпись
1	Протокол заседания КТУ №11 от 05.06.2017	5.06.2017	Алексина И.С.	
2	Протокол заседания КТУ №12 от 30.05.2018	30.05.2018	Алексина И.С.	
3	Протокол заседания КТУ №10 от 21.05.2019	21.05.2019	Алексина И.С.	
4	Протокол заседания КТУ №6 от 25.06.2020	25.06.2020	Алексина И.С.	

ВЫПИСКА ИЗ ПРОТОКОЛА

№ 11 от 05 июня 2017 г.

Заседания кафедры маркетинга и управления персоналом

Председатель: Омаров М.М. заведующий кафедрой Маркетинга и управления персоналом

Секретарь: Щербакова Л.Н. заведующий кабинетом

Присутствовали:

1. Омаров М.М. д.э.н., профессор
2. Куракина Л.Ю., к.э.н., доцент
3. Шилинской И.А. к.э.н., доцент
4. Шорохова Н.А. к.ф.н., доцент
5. Алексина И.С. к.э.н., доцент
6. Афанасьева Е.С. ст. преподаватель
7. Щербакова Л.Н. заведующий кабинетом

Повестка дня:

2. Внесение изменений и актуализация рабочих программ учебных модулей на 2017-2018 учебный год, преподаваемых сотрудниками кафедры. Докладчик Омаров М.М.

ПОСТАНОВИЛИ:

2.1 Изложить в новой редакции пункт 7 «Материально-техническое обеспечение учебного модуля» в рабочих программах учебных модулей, реализуемых преподавателями кафедры. Ответственные преподаватели кафедры.

2.2 Изложить в новой редакции таблицу 2 «Информационное обеспечение модуля» (приложение В) в рабочих программах учебных модулей, реализуемых преподавателями кафедры. Ответственные преподаватели кафедры.

Изложить пункт 7 в следующей редакции:

7. Материально-техническое обеспечение учебного модуля

	Требование к материально-техническому обеспечению согласно ФГОС ВО	Наличие материально-технического оборудования	
.	Учебные аудитории для проведения учебных занятий	аудитория для проведения лекционных и/или практических занятий: учебная мебель (столы, стулья, доска)	
		помещения для самостоятельной работы (наличие компьютера , выход в Интернет)	
.	Мультимедийное оборудование	проектор, компьютер, экран, интерактивная доска	
.	Программное обеспечение		
Наименование программного продукта		Обоснование для использования (лицензия, договор, счёт, акт или иное)	Дата выдачи
Microsoft Windows 7 Professional		Dreamspark (Imagine) № 370aef61-476a-4b9f-bd7c-84bb13374212	30.04.2015
Microsoft Windows 10 for Educational Use		Dreamspark (Imagine) № 370aef61-476a-4b9f-bd7c-84bb13374212	30.04.2015
Microsoft Office 2013 Standard		Open License № 62018256	31.07.2016
Подписка Microsoft Office 365		свободно распространяемое для вузов	-
Adobe Acrobat		свободно распространяемое	-
Skype		свободно распространяемое	-

Таблицу 2 Приложения В изложить в следующей редакции:

Таблица 2 – Информационное обеспечение

Наименование ресурса	Договор	Срок договора
Профессиональные базы данных		
База данных электронной библиотечной системы вуза «Электронный читальный зал-БиблиоТех» https://www.novsu.ru/dept/1114/bibliotech/	Договор № БТ-46/11 от 17.12.2014	бессрочный

Электронный каталог научной библиотеки http://mars.novsu.ac.ru/MarcWeb/	База собственной генерации	бессрочный
База данных «Аналитика» (картотека статей) http://mars.novsu.ac.ru/MarcWeb/	База собственной генерации	бессрочный
Электронная база данных «Polpred.com Обзор СМИ» https://www.polpred.com	Открытый доступ. Договор № 06/ЕП(У)17 от 10.03.2017	31.12.2017
	Договор № 0218-в/041ЕП(У)18 от 06.03.2018	31.01.2019
Электронная библиотечная система ООО ИВИС. Тематическая база «Вестники МГУ» https://dlib.eastview.com/browse/udb/1	Договор № 286-П/158/0 от 25.12.2017	31.12.2018
Электронная библиотечная система ООО АЙБУКС https://ibooks.ru/	Договор №23-10/16К/051ЕП(У)17 от 06.03.2017	31.12.2018
Национальная электронная библиотека (НЭБ) https://rusneb.ru/	Договор № 101/НЭБ/2338 от 01.09.2017	31.08.2022
Президентская библиотека им. Б. Н. Ельцина https://www.prilib.ru/	в открытом доступе	-
База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU https://elibrary.ru/	в открытом доступе	-
Национальная подписка в рамках проекта Министерства образования и науки РФ (Госзадание № 4/2017 г.) к наукометрическим БД Scopus и Web of Science https://www.webofscience.com/wos/woscc/basic-search https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic#basic	регистрация (территория вуза)	2022
База данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/	в открытом доступе	-
Базы данных Министерства экономического развития РФ http://www.economy.gov.ru	в открытом доступе	-
База данных электронно-библиотечной системы «Национальная электронная библиотека» https://нэб.рф	в открытом доступе	-
Информационные справочные системы		
Университетская информационная система «РОССИЯ» https://uisrussia.msu.ru	в открытом доступе	-
Национальный портал онлайн обучения «Открытое образование» https://openedu.ru	в открытом доступе	-
Портал открытых данных Российской Федерации https://data.gov.ru	в открытом доступе	-
Справочно-правовая система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс студенту и преподавателю) www.consultant.ru/edu/	в открытом доступе	-

Председатель

М.М. Омаров

Секретарь

Л.Н. Щербакова

Верно

Секретарь

05.06.2017

Л.Н. Щербакова

ВЫПИСКА ИЗ ПРОТОКОЛА

№ 12 от 30 мая 2018 г.

Заседания кафедры
маркетинга и управления персоналом

Председатель: Омаров М.М. заведующий кафедрой Маркетинга и управления персоналом
Секретарь: Щербакова Л.Н. заведующий кабинетом

Присутствовали:

1. Омаров М.М. д.э.н., профессор
2. Куракина Л.Ю. к.э.н., доцент
3. Шилинской И.А., к.э.н., доцент
4. Шорохова Н.А. к.ф.н., доцент
5. Алексина И.С. к.э.н., доцент
6. Афанасьева Е.С. старший преподаватель
7. Щербакова Л.Н. заведующий кабинетом

Повестка дня:

2. Внесение изменений и актуализация рабочих программ учебных модулей на 2018-2019 учебный год, преподаваемых сотрудниками кафедры. Докладчик Омаров М.М.

ПОСТАНОВИЛИ:

2.1 Изложить в новой редакции пункт 7 «Материально-техническое обеспечение учебного модуля» в рабочих программах учебных модулей, реализуемых преподавателями кафедры. Ответственные преподаватели кафедры. Ответственные преподаватели кафедры.

2.2 Изложить в новой редакции таблицу 2 «Информационное обеспечение модуля» (приложение В) в рабочих программах учебных модулей, реализуемых преподавателями кафедры. Ответственные преподаватели кафедры. Ответственные преподаватели кафедры.

Изложить пункт 7 в следующей редакции:

7. Материально-техническое обеспечение учебного модуля

№	Требование к материально-техническому обеспечению согласно ФГОС ВО	Наличие материально-технического оборудования	
1.	Учебные аудитории для проведения учебных занятий	аудитория для проведения лекционных и/или практических занятий: учебная мебель (столы, стулья, доска)	
		помещения для самостоятельной работы (наличие компьютера , выход в Интернет)	
2.	Мультимедийное оборудование	проектор, компьютер, экран, интерактивная доска	
3.	Программное обеспечение		
Наименование программного продукта		Обоснование для использования (лицензия, договор, счёт, акт или иное)	Дата выдачи
Microsoft Imagine (Microsoft Azure Dev Tools for Teaching) Standard		Договор № 243/ю, 370aef61-476a-4b9f-bd7c-84bb13374212	19.12.2018
Антиплагиат. Вуз.*		Договор № PKT-057/19	23.05.2019
Microsoft Windows 7 Professional		Dreamspark (Imagine) № 370aef61-476a-4b9f-bd7c-84bb13374212	30.04.2015
Microsoft Windows 10 for Educational Use		Dreamspark (Imagine) № 370aef61-476a-4b9f-bd7c-84bb13374212	30.04.2015
Kaspersky Endpoint Security Standard*		Лицензия № 1C1C-180910-103950-813-1463	10.09.2018
Подписка Microsoft Office 365		свободно распространяемое для вузов	-
Adobe Acrobat		свободно распространяемое	-
Skype		свободно распространяемое	-

* отечественное производство

Таблицу 2 Приложения В изложить в следующей редакции:

Таблица 2 - Информационное обеспечение

Наименование ресурса	Договор	Срок договора
Профессиональные базы данных		
База данных электронной библиотечной системы вуза «Электронный читальный зал-БиблиоТех» https://www.novsu.ru/dept/1114/bibliotech/	Договор № БТ-46/11 от 17.12.2014	бессрочный
Электронный каталог научной библиотеки http://mars.novsu.ac.ru/MarcWeb/	База собственной генерации	бессрочный
База данных «Аналитика» (картотека статей) http://mars.novsu.ac.ru/MarcWeb/	База собственной генерации	бессрочный
База данных «Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» https://www.biblio-online.ru Коллекция: Легендарные книги	Договор №63/юс от 20.03.2018	бессрочный
Национальная электронная библиотека (НЭБ) https://rusneb.ru/	Договор № 101/НЭБ/2338 от 01.09.2017	31.08.2022
Президентская библиотека им. Б. Н. Ельцина https://www.prlib.ru/	в открытом доступе	-
База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU https://elibrary.ru/	в открытом доступе	-
Национальная подписка в рамках проекта Министерства образования и науки РФ (Госзадание № 4/2017 г.) к наукометрическим БД Scopus и Web of Science https://www.webofscience.com/wos/woscc/basic-search https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic#basic	регистрация (территория вуза)	2022
База данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/	в открытом доступе	-
База данных электронно-библиотечной системы «Национальная электронная библиотека» https://нэб.рф	в открытом доступе	-
Информационные справочные системы		
Университетская информационная система «РОССИЯ» https://uisrussia.msu.ru	в открытом доступе	-
Национальный портал онлайн обучения «Открытое образование» https://openedu.ru	в открытом доступе	-
Портал открытых данных Российской Федерации https://data.gov.ru	в открытом доступе	-
Справочно-правовая система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс студенту и преподавателю) www.consultant.ru/edu/	в открытом доступе	-

Председатель

М.М. Омаров

Секретарь

Л.Н. Щербакова

Верно

Секретарь

30.05.2018

Л.Н. Щербакова

ВЫПИСКА ИЗ ПРОТОКОЛА

№ 10 от 21 мая 2019 г.

Заседания кафедры
технологий управления

Председатель: Омаров М.М. заведующий кафедрой технологий управления

Секретарь: Е.М. Постникова заведующий кабинетом

Присутствовали:

1. Омаров М.М. д.э.н., профессор
2. Тимофеева Р.А. д.э.н профессор
3. Бондаренко Е.А. д.т.н. профессор
4. Шилинскaйте И.А. к.э.н., доцент
5. Никифорова Е.П. к.э.н., доцент
6. Алексина И.С. к.э.н., доцент
7. Афанасьева Е.С. старший преподаватель
8. Минин И.Л. старший преподаватель
9. Постникова Е.М. администратор

Повестка дня:

2. Внесение изменений и актуализация рабочих программ учебных модулей на 2019-2020 учебный год, преподаваемых сотрудниками кафедры. Докладчик Омаров М.М.

ПОСТАНОВИЛИ:

2.1 Изложить в новой редакции пункт 7 «Материально-техническое обеспечение учебного модуля» в рабочих программах учебных модулей, реализуемых преподавателями кафедры. Ответственные преподаватели кафедры.

2.2 Изложить в новой редакции таблицу 2 «Информационное обеспечение модуля» (приложение В) в рабочих программах учебных модулей, реализуемых преподавателями кафедры. Ответственные преподаватели кафедры.

2.3. Изложить в новой редакции пункт 4.1 «Трудоемкость учебного модуля» и технологическую карту (приложение Б) в рабочих программах учебных модулей в соответствии с изменениями в учебных планах 2019 года приема. Ответственные преподаватели кафедры.

Изложить пункт 7 в следующей редакции:

7. Материально-техническое обеспечение учебного модуля

№	Требование к материально-техническому обеспечению согласно ФГОС ВО	Наличие материально-технического оборудования	
1.	Учебные аудитории для проведения учебных занятий	аудитория для проведения лекционных и/или практических занятий: учебная мебель (столы, стулья, доска) помещения для самостоятельной работы (наличие компьютера, выход в Интернет)	
2.	Мультимедийное оборудование	проектор, компьютер, экран, интерактивная доска	
3.	Программное обеспечение		
Наименование программного продукта		Обоснование для использования (лицензия, договор, счёт, акт или иное)	Дата выдачи
Microsoft Imagine (Microsoft Azure Dev Tools for Teaching) Standard		Договор №243/ю, 370aef61-476a-4b9f-bd7c-84bb13374212	19.12.2018
Антиплагиат. Вуз.*		Договор №1180/22/ЕП(У)20-ВБ	10.02.2020
Подписка Microsoft Office 365		свободно распространяемое для вузов	-
Adobe Acrobat		свободно распространяемое	-
Teams		свободно распространяемое	-
Skype		свободно распространяемое	-
Zoom		свободно распространяемое	-

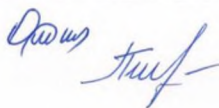
* отечественное производство

Таблицу 2 Приложения В изложить в следующей редакции:

Таблица 2 - Информационное обеспечение

Наименование ресурса	Договор	Срок договора
Профессиональные базы данных		
База данных электронной библиотечной системы вуза «Электронный читальный зал-БиблиоТех» https://www.novsu.ru/dept/1114/bibliotech/	Договор № БТ-46/11 от 17.12.2014	бессрочный
Электронный каталог научной библиотеки http://mars.novsu.ac.ru/MarcWeb/	База собственной генерации	бессрочный
База данных «Аналитика» (картотека статей) http://mars.novsu.ac.ru/MarcWeb/	База собственной генерации	бессрочный
База данных «Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» https://www.biblio-online.ru Коллекция: Легендарные книги	Договор №63/юс от 20.03.2018	бессрочный
База данных «Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» https://www.biblio-online.ru	Договор № 3756/53/ЕП (У) 18 от 11.01.2019	11.01.2019-10.01.2020
	Договор № 71/ЕП (У) 1 от 25.12. 2019	01.01.2020-31.12.2020
Национальная электронная библиотека (НЭБ) https://rusneb.ru/	Договор № 101/НЭБ/2338 от 01.09.2017	31.08.2022
Президентская библиотека им. Б. Н. Ельцина https://www.prilib.ru/	в открытом доступе	-
База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU https://elibrary.ru/	в открытом доступе	-
Национальная подписка в рамках проекта Министерства образования и науки РФ (Госзадание № 4/2017 г.) к наукометрическим БД Scopus и Web of Science https://www.webofscience.com/wos/woscc/basic-search https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic#basic	регистрация (территория вуза)	2022
База данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/	в открытом доступе	-
База данных электронно-библиотечной системы «Национальная электронная библиотека» https://нэб.рф	в открытом доступе	-
Информационные справочные системы		
Университетская информационная система «РОССИЯ» https://uisrussia.msu.ru	в открытом доступе	-
Национальный портал онлайн обучения «Открытое образование» https://openedu.ru	в открытом доступе	-
Портал открытых данных Российской Федерации https://data.gov.ru	в открытом доступе	-
Справочно-правовая система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс студенту и преподавателю) www.consultant.ru/edu/	в открытом доступе	-

Председатель
Секретарь



М.М. Омаров
Е.М. Постникова

Верно
Секретарь
21.05.2019



Е.М. Постникова

ВЫПИСКА ИЗ ПРОТОКОЛА

№ 6 от 25 июня 2020 г.

Заседания кафедры технологий управления

Председатель: Омаров М.М. заведующий кафедрой технологий управления

Секретарь: Афанасьева Е.С. старший преподаватель

Присутствовали:

1. Омаров М.М. д.э.н., профессор
2. Тимофеева Р.А. профессор
3. Бондаренко Е.А. профессор
3. Шилинской И.А. к.э.н., доцент
5. Алексина И.С. к.э.н., доцент
6. Афанасьева Е.С. старший преподаватель
7. Минин И.Л. старший преподаватель
8. Афанасьева Е.С. старший преподаватель

Повестка дня:

2. Внесение изменений и актуализация рабочих программ учебных модулей на 2020-2021 учебный год, преподаваемых сотрудниками кафедры. Докладчик Омаров М.М.

ПОСТАНОВИЛИ:

2.1 Изложить в новой редакции пункт 7 «Материально-техническое обеспечение учебного модуля» в рабочих программах учебных модулей, реализуемых преподавателями кафедры. Ответственные преподаватели кафедры.

2.2 Изложить в новой редакции таблицу 2 «Информационное обеспечение модуля» (приложение В) в рабочих программах учебных модулей, реализуемых преподавателями кафедры. Ответственные преподаватели кафедры.

2.3 Изложить в новой редакции пункт 4.1 «Трудоемкость учебного модуля» и технологическую карту (приложение Б) в рабочих программах учебных модулей в соответствии с изменениями в учебных планах 2020 года приема. Ответственные преподаватели кафедры.

Изложить пункт 7 в следующей редакции:

7 Материально-техническое обеспечение учебного модуля

№	Требование к материально-техническому обеспечению согласно ФГОС ВО	Наличие материально-технического оборудования	
1.	Учебные аудитории для проведения учебных занятий	аудитория для проведения лекционных и/или практических занятий: учебная мебель (столы, стулья, доска)	
		компьютерный класс с выходом в Интернет, в том числе для проведения практических занятий	
		помещения для самостоятельной работы (наличие компьютера , выход в Интернет)	
2.	Мультимедийное оборудование	проектор, компьютер, экран, интерактивная доска	
3.	Программное обеспечение		
Наименование программного продукта		Обоснование для использования (лицензия, договор, счёт, акт или иное)	Дата выдачи
Microsoft Imagine (Microsoft Azure Dev Tools for Teaching) Standard		Договор №243/ю, 370aef61-476a-4b9f-bd7c-84bb13374212	19.12.2018

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 500-999. Node 1 year Educational Renewal License *	Договор №148/ЕП(У)20-ВБ, 1С1С-200914-092322-497-674	11.09.2020
ABBYY FineReader PDF 15 Business. Версия для скачивания (годовая лицензия с академической скидкой)*	Договор №191/Ю	16.11.2020
Zbrush Academic Volume License	Договор №209/ЕП(У)20-ВБ	30.11.2020
Academic VMware Workstation 16 Pro for Linux and Windows, ESD	Договор №211/ЕП(У)20-ВБ, 25140763	03.11.2020
Acronis Защита Данных для рабочей станции, Acronis Защита Данных Расширенная для физического сервера	Договор №210/ЕП (У)20-ВБ, Ах000369127	03.11.2020
Adobe План Creative Cloud — Все приложения для высших учебных заведений — общее устройство	Договор №189/ЕП (У)20-ВБ, Договор №190/ЕП (У)20-ВБ, 9A2A4D80A506D427A09A	13.10.2020
Substance Education	Договор №216/ЕП(У)20-ВБ, Договор №217/ЕП(У)20-ВБ	16.11.2020
Zoom	Договор №363/20/90/ЕП(У)20-ВБ	04.06.2020
Антиплагиат. Вуз.*	Договор №3341/12/ЕП(У)21-ВБ	29.01.2021
Подписка Microsoft Office 365	свободно распространяемое для вузов	-
Adobe Acrobat	свободно распространяемое	-
Teams	свободно распространяемое	-
Skype	свободно распространяемое	-
Zoom	свободно распространяемое	-

* отечественное производство

Таблицу 2 Приложения В изложить в следующей редакции:

Наименование ресурса	Договор	Срок договора
Профессиональные базы данных		
База данных электронной библиотечной системы вуза «Электронный читальный зал-БиблиоТех» https://www.novsu.ru/dept/1114/bibliotech/	Договор № БТ-46/11 от 17.12.2014	бессрочный
Электронный каталог научной библиотеки http://mars.novsu.ac.ru/MarcWeb/	База собственной генерации	бессрочный
База данных «Аналитика» (картотека статей) http://mars.novsu.ac.ru/MarcWeb/	База собственной генерации	бессрочный
База данных «Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» https://www.biblio-online.ru Коллекция: Легендарные книги	Договор №63/юс от 20.03.2018	бессрочный
База данных «Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» https://www.biblio-online.ru	Договор № 71/ЕП (У) 19 от 25.12. 2019	01.01.2020-31.12.2020
	Договор № 4431/05/ЕП(У)21 от 17.03.2021	31.12.2021
Электронная база данных «Издательство Лань» https://e.lanbook.com *	Договор № 37/ЕП(У)21 от 17.03.2021	11.01.2022
Электронная база данных «Издательство Лань» https://e.lanbook.com *	Договор № 72/ЕП (У)19 от 25.12.2019	10.01.2021
	Договор № 04/ЕП(У)21 от 17.03.2021	11.01.2022
Национальная электронная библиотека (НЭБ) https://rusneb.ru/	Договор № 101/НЭБ/2338 от 01.09.2017	31.08.2022
Президентская библиотека им. Б. Н. Ельцина https://www.prilib.ru/	в открытом доступе	-

База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU https://elibrary.ru/	в открытом доступе	-
Национальная подписка в рамках проекта Министерства образования и науки РФ (Госзадание № 4/2017 г.) к наукометрическим БД Scopus и Web of Science https://www.webofscience.com/wos/woscc/basic-search https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic#basic	регистрация (территория вуза)	2022
База данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/	в открытом доступе	-
Базы данных Министерства экономического развития РФ http://www.economy.gov.ru	в открытом доступе	-
База данных электронно-библиотечной системы «Национальная электронная библиотека» https://нэб.рф	в открытом доступе	-
Информационные справочные системы		
Университетская информационная система «РОССИЯ» https://uisrussia.msu.ru	в открытом доступе	-
Национальный портал онлайн обучения «Открытое образование» https://openedu.ru	в открытом доступе	-
Портал открытых данных Российской Федерации https://data.gov.ru	в открытом доступе	-
Справочно-правовая система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс студенту и преподавателю) www.consultant.ru/edu/	в открытом доступе	-

*автоматический синтезатор речи для слабовидящих и незрячих студентов.

**версия сайта для слабовидящих, удовлетворяющая требованиям ГОСТ 52872-2012 «Интернет ресурсы. Требования доступности для инвалидов по зрению».

2.3 Таблицу 2 изложить в следующей редакции

Таблица 2 – Трудоемкость учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» для направления 38.03.01 Экономика очной формы обучения

Учебная работа (УР)	Всего в 1 семестре	Коды формируемых компетенций
Трудоемкость учебного модуля в зачетных единицах (ЗЕТ)	6 ЗЕ	ОК-5 ОПК-4 ПК-21
Распределение трудоемкости по видам учебной работы в академических часах (АЧ)		
– лекции	28	
– практические занятия	42	

-Лабораторные занятия в т.ч. аудиторная СРС – внеаудиторная СРС	10 110	
Курсовая работа		
Аттестация Экзамен	36	

Для заочной формы обучения учебный модуль распределяется на два семестра: 3,4 семестр – 8Л, 12 Пр. Аттестация – экзамен.

Технологическая карта изложена в следующей редакции

Технологическая карта модуля «Управление внешней и внутренней средой организации»

ЗЕТ- 6, вид аттестации - экз, академических часов - 216, баллов рейтинга — 300

№ и наименование раздела учебного модуля	№ недели сем.	Трудоемкость, ак. час.				Форма текущего контроля успеваемости (в соответствии с паспортом ФОС)	Макс. кол-во баллов рейтинга
		Аудиторные занятия			внеауд. зан.		
		Лекции	Практ. занятия	Ауд. СРС	Внеауд. СРС		
УЭМ 1 «Основы менеджмента»		28	42	10	110		75
Введение в учебный элемент 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации»	1-2	2	4	1	8	Коллоквиум, доклад, презентация, эссе	24
Тема 1.1 Предмет и место менеджмента в системе научных знаний	3	2	4	1	8		7
Тема 1.2 Эволюция менеджмента и современные тенденции его развития	4	2	4	1	8		7
Тема 1.3 Организация как основной объект менеджмента	5	2	4	1	8		3
Тема 1.4 Функции менеджмента	6-7	2	3	1	8		21
Тема 1.5 Планирование в системе менеджмента	6/6-7	2	4	1	8		
Тема 1.6 Организация как функция менеджмента	7-9/8-9	2	3	1	8	Коллоквиум, доклад, презентация,	
Тема 1.7 Мотивация деятельности в менеджменте	10/10	2	4	1	8		

Тема 1.8 Координация и контроль в системе	11/11-12	2	3	1	8	сообщение презентация, эссе	
Тема 1.9 Коммуникации в системе менеджмента	12-13/12-13	2	4	1	8		
Тема 1.10 Управленческие решения в системе	13-14/14	2	3		8		

Тема 1.11 Власть и лидерство в системе менеджмента	15-16/15-16	2	1		8		
Тема 1.12. Динамика групп в системе менеджмента	16-	2	1		8		
	17/16-17						
Тема 1.13 Эффективность и качество менеджмента	18/18	2	2		6		
	18					тест	9 10,5
УЭМ 2 «Основы маркетинга»		28	42	10	110		50
1. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга	1-2	2	3,5	1	9	доклад	
2. Концепции и стратегии маркетинга	1	3	3,5	1	9	Разноуровневые задания	10
3. Понятие и сущность маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система	2	2	3,5	1	10	презентация	5
4 .Методы получения маркетинговой информации. Количественные и качественные исследования	3-10	3	3,5	1	9	доклад	5
5. Изучение потребителя. Моделирование поведения потребителей	3	2	3,5	1	9	Разноуровневые задания	10
6. Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе	4-5	3	3,5	1	9	Разноуровневые задания	10
7. Сегментация рынка и позиционирование товара		2	3,5	1	9	Разноуровневые задания	10

8. Комплекс маркетинга: товар		2	3,5	1	9	Разноуровневые задания	10
9. Жизненный цикл товара	10	3	3,5	1	10	Разноуровневые задания	10
10. Комплекс маркетинга: цена. Разработка стратегии и тактики ценообразования на предприятии	10-18	2	3,5	1	9	Разноуровневые задания	10
11. Комплекс маркетинга: распределение		2	3,5		9	Разноуровневые задания	10
12. Комплекс маркетинга: продвижение	12	2	3,5		9	Разноуровневые задания	10

Аттестация по модулю

Экзамен	216 часов	Билеты к экзамену	50
---------	-----------	-------------------	----

1

8 Критерии оценки качества освоения студентами модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» (в соответствии с положением «Об организации учебного процесса по образовательным программам высшего образования»):

- оценка «отлично» - 270 _ 300 баллов

- оценка «хорошо» - 210 _ 269 балла

оценка «удовлетворительно» - 150 _ 209 балла - оценка «неудовлетворительно» - менее 75 баллов

Председатель
Секретарь

Афанасьева

М.М. Омаров
Е.С. Афанасьева

Верно
Секретарь
25.06.2020

Афанасьева

Е.С. Афанасьева