



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
ФГБОУ ВО «ИГУ»

**Кафедра европейских языков**

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор МИЭЛ О. В. Архипкин  
« 22 » апреля 2026 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Наименование дисциплины	<b>Б1.В.02 Стратегический менеджмент и маркетинг в образовательной среде / Strategic Management and Marketing in Educational Environment</b>
Направление подготовки	<b>45.04.02 Лингвистика</b>
Направленность подготовки	Проектирование цифрового лингвистического образовательного контента / Digital Linguistic Educational Content Design»
Квалификация выпускника –	магистр
Форма обучения	очная с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

Согласовано с УМК МИЭЛ ИГУ:

Рекомендовано кафедрой:

Протокол № 3 от « 23 » марта 2026 г.

Протокол № 7 от «10» марта 2026 г.

Председатель \_\_\_\_\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

Е. В. Крайнова

И. С. Шильникова

Иркутск 2026 г.

## Содержание

	стр.
I. Цели и задачи дисциплины	3
II. Место дисциплины в структуре ОПОП.	3
III. Требования к результатам освоения дисциплины	3
IV. Содержание и структура дисциплины	7
4.1 <b>Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов</b>	7
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	12
4.3 Содержание учебного материала	13
4.3.1 Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	13
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение в рамках самостоятельной работы студентов	15
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	17
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)	18
V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	18
а) перечень литературы	18
б) основная литература	18
в) дополнительная литература	18
г) базы данных, поисково-справочные и информационные системы	19
VI. Материально-техническое обеспечение дисциплины	22
6.1. Учебно-лабораторное оборудование:	22
6.2. Программное обеспечение:	23
6.3. Технические и электронные средства обучения:	24
VII. Образовательные технологии	
VIII. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации	24

## I. Цели и задачи дисциплины:

**Цель:** формирование универсальной компетенции по осуществлению критического анализа проблемных ситуаций в образовательной среде на основе системного подхода; формирование компетенции по разработке стратегии действий, основанной на определении и реализации приоритетов собственной деятельности и способов ее совершенствования на основе самооценки в контексте рынка образования и труда.

**Задачи:** разработка и реализация образовательных программ по иностранным языкам в образовательных организациях в контексте актуальной для данной образовательной среды стратегии.

## II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.02 «Стратегический менеджмент и маркетинг в образовательной среде» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые следующими предшествующими дисциплинами:

Б1.О.08 «Управление проектами» (3 семестр);

Б1.В.01 «Онлайн продвижение образовательного продукта» (1-3 семестры).

К перечню последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной относятся:

Б2.О.02 (Пд) Производственная практика. Преддипломная практика.

Б3.01 (Д) Выполнение и защита выпускной квалификационной работы.

## III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки 45.04.02 Лингвистика «Проектирование цифрового лингвистического образовательного контента / Digital Linguistic Educational Content Design»: УК-6, ПК-1, ПК-2, ПК-3.

### Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИДК –ук6.1 Определяет приоритеты профессионального развития способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям	Знать: способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям Уметь: Определяет приоритеты профессионального развития способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям Владеть: навыками определения

		приоритетов профессионального развития способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям
	<b>ИДК-ук6.2</b> Оценивает рынок труда и предложения рынка образовательных услуг с целью реализации приоритетов профессиональной деятельности и профессионального развития	Знать: методы оценки рынка труда и предложения рынка образовательных услуг с целью реализации приоритетов профессиональной деятельности и профессионального развития Уметь: оценивать рынок труда и предложения рынка образовательных услуг с целью реализации приоритетов профессиональной деятельности и профессионального развития Владеть: навыками оценки рынка труда и предложения рынка образовательных услуг с целью реализации приоритетов профессиональной деятельности и профессионального развития
ПК-1. - Способен организовывать деятельность обучающихся, направленную на освоение общеобразовательной программы, в том числе с применением электронного обучения, дистанционных технологий и цифровых средств	<b>ИДК<sub>пк1.1</sub></b> Разрабатывает и реализует учебные программы с помощью современных цифровых технологий, с применением электронного обучения и дистанционных технологий.	Знать: современные онлайн платформы и сервисы видеосвязи; Уметь: Разрабатывать и реализовывать учебные программы с помощью современных цифровых технологий, с применением электронного обучения и дистанционных технологий Владеть: навыками разработки и реализации учебных программ с помощью современных цифровых технологий, с применением электронного обучения и дистанционных технологий
ПК-2 Способен разрабатывать учебно-методическое обеспечение учебного процесса, включая программы развития образовательной организации в целях создания безопасной и комфортной образовательной среды.	<b>ИДК<sub>пк2.1</sub></b> -Владеет формами и методами обучения, в том числе выходящими за рамки учебных занятий: проектная деятельность, внеаудиторные мероприятия.	Знать: формы и методы обучения, в том числе выходящие за рамки учебных занятий: проектная деятельность, внеаудиторные мероприятия.  Уметь: применять формы и методы обучения, в том числе выходящие за рамки учебных

		<p>занятий: проектная деятельность, внеаудиторные мероприятия.</p> <p>Владеть: навыками применения форм и методов обучения, в том числе выходящие за рамки учебных занятий: проектная деятельность, внеаудиторные мероприятия.</p>
	<p><b>ИДК</b> <b>пк2-1</b> – Разрабатывает и применяет современные психолого-педагогические технологии, основанные на знании законов развития личности и поведения в реальной и виртуальной среде</p>	<p>Знать: современные психолого-педагогические технологии, основанные на знании законов развития личности и поведения в реальной и виртуальной среде</p> <p>Уметь: Разрабатывать и применять современные психолого-педагогические технологии, основанные на знании законов развития личности и поведения в реальной и виртуальной среде</p> <p>Владеть: навыками разработки и применения современных психолого-педагогических технологий, основанные на знании законов развития личности и поведения в реальной и виртуальной среде</p>
<p><b>ПК-3</b> демонстрирует уверенное владение ИКТ-компетенциями</p>	<p><b>ИДК</b><sub>пк3.1</sub> – использует ИКТ для организации образовательного процесса, коммуникации и ведения документации.</p>	<p>Знать: ИКТ</p> <p>Уметь: использовать ИКТ для организации образовательного процесса, коммуникации и ведения документации.</p> <p>Владеть: навыками использования ИКТ для организации образовательного процесса, коммуникации и ведения документации.</p>
	<p><b>ИДК</b><sub>пк3.2</sub> – владеет специализированным программным обеспечением и цифровыми ресурсами в соответствии с преподаваемым предметом.</p>	<p>Знать: специализированное программное обеспечение и цифровые ресурсы в соответствии с преподаваемым предметом.</p> <p>Уметь: использовать специализированное программное обеспечение и</p>

		цифровые ресурсы в соответствии с преподаваемым предметом Владеть: навыками использования специализированного программного обеспечения и цифровых ресурсов в соответствии с преподаваемым предметом
--	--	--

#### IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Объем дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа

Форма промежуточной аттестации: экзамен

4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

№ п/п	Раздел дисциплины/тема	Семестр	Всего часов	Из них практическая подготовка обучающихся	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, практическую подготовку и объем (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
					Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельная работа, в том числе, внеаудиторная самостоятельная работа ,КСР	
					Лекции	Семинарские/практические/лабораторные занятия	Консультации		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Методологические основы современного стратегического менеджмента		6		1	1		4	Устный опрос/экзамен
2	Стратегический анализ конкурентных преимуществ и потенциала образовательной организации		6		1	1		4	Устный опрос/экзамен
3	Стратегический анализ внешней среды		6		1	1		4	Устный

	образовательной организации							опрос/экзамен
4	Виды и характеристика корпоративных стратегий образовательной организации	6		1	1		4	Устный опрос/экзамен
5	Особенности формирования и реализации конкурентных стратегий бизнеса в организациях, находящихся на различных стадиях жизненного цикла.	6		1	1		4	Устный опрос/экзамен
6	Методы матричного анализа стратегического портфеля образовательной организации	6		1	1		4	Устный опрос/экзамен
7	Типы стратегий бизнеса в образовательной среде. Особенности стратегий крупных и средних образовательных организаций	6		1	1		4	Устный опрос/экзамен
8	Выполнение стратегии.	6		1	1		4	Устный опрос/экзамен
9	Интернационализация как стратегия.	6		1	1		4	Устный опрос/экзамен
10	Современные тенденции стратегического менеджмента в образовательной среде	7		1	1		4	Устный опрос/экзамен
11	Понятие и содержание маркетинга в образовательной среде	8		1	1		4	Устный опрос/экзамен
12	Комплексное исследование рынка образовательных продуктов. Сегментация рынка.	8		1	1		4	Устный опрос/экзамен
13	Сущность и методология маркетинговых исследований.	10		2	2		4	Устный опрос/экзамен

14	Процесс управления маркетингом образовательных продуктов. Товарная политика.		10		2	2		4	Устный опрос/экзамен
15	Маркетинговая коммуникационная политика и комплекс продвижения образовательных продуктов.		10		2	2		4	Устный опрос/экзамен
16	Построение системы маркетинга в Интернете		10		2	2	1	7	Устный опрос/экзамен
	<b>ИТОГО:144 (1 час –консультации, 26 часов контроль)</b>		<b>108</b>		<b>20</b>	<b>20</b>	<b>1</b>	<b>67</b>	

#### 4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Объем (час.)		
4	Методологические основы современного стратегического менеджмента	Работа с литературой и источниками	1 неделя	4	Устный опрос	а) 1-3
4	Стратегический анализ конкурентных преимуществ и потенциала образовательной организации	Работа с литературой и источниками	2 неделя	4	Устный опрос	а) 1-3
4	Стратегический анализ внешней среды образовательной организации	Работа с литературой и источниками	3 неделя	4	Устный опрос	а) 1-3
4	Виды и характеристика корпоративных стратегий образовательной организации	Работа с литературой и источниками	4 неделя	4	Устный опрос	а) 1-3

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Объем (час.)		
4	Особенности формирования и реализации конкурентных стратегий бизнеса в организациях, находящихся на различных стадиях жизненного цикла.	Работа с литературой и источниками	5 неделя	4	Устный опрос	а) 1-3
4	Методы матричного анализа стратегического портфеля образовательной организации	Работа с литературой и источниками	1 неделя	4	Устный опрос	а) 1-3
4	Типы стратегий бизнеса в образовательной среде. Особенности стратегий крупных и средних образовательных организаций	Работа с литературой и источниками	1 неделя	4	Устный опрос	а) 1-3
4	Выполнение стратегии.	Работа с литературой и источниками	1 неделя	4	Устный опрос	а) 1-3
4	Интернационализация как стратегия.	Работа с литературой и источниками	1 неделя	4	Устный опрос	а) 1-3
4	Современные тенденции стратегического менеджмента в образовательной среде	Работа с литературой и источниками	1 неделя	4	Устный опрос	а) 1-3
4	Понятие и содержание маркетинга в образовательной среде	Работа с литературой и источниками	1 неделя	4	Устный опрос	а) 1-3
4	Комплексное исследование рынка образовательных продуктов. Сегментация рынка.	Работа с литературой и источниками	1 неделя	4	Устный опрос	а) 1-3
4	Сущность и методология маркетинговых исследований.	Работа с литературой и источниками	1 неделя	4	Устный опрос	а) 1-3
4	Процесс управления маркетингом образовательных продуктов. Товарная политика.	Работа с литературой и источниками	1 неделя	6	Устный опрос	а) 1-3
4	Маркетинговая коммуникационная политика и комплекс продвижения образовательных продуктов.	Работа с литературой и источниками	1 неделя	6	Устный опрос	а) 1-3

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Объем (час.)		
4	Построение системы маркетинга в Интернете	Работа с литературой и источниками	1 неделя	7	Устный опрос	а) 1-3
<b>Общий объем самостоятельной работы по дисциплине 67 (час)</b>				<b>67</b>		
<b>Из них объем самостоятельной работы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий 20 (час)</b>						

### 4.3 Содержание учебного материала

**Тема 1.** Методологические основы современного стратегического менеджмента. Стратегическое управление как процесс. Целеполагание в процессе разработки стратегии.

**Тема 2.** Стратегический анализ конкурентных преимуществ и потенциала образовательной организации. Анализ сильных и слабых сторон предприятия. Внешняя и внутренняя среда современной компании, отрасли. Стратегический анализ внешней и внутренней среды компании, отрасли. Анализ макроокружения. Анализ микросреды: анализ поставщиков, конкурентов и т.д.

**Тема 3.** Стратегический анализ внешней среды образовательной организации. Анализ рынка рабочей силы. SWOT-анализ компании, отрасли. Стратегическая единица бизнеса и портфель предприятия. Портфельная матрица Бостонской консультативной группы (БКГ) как метод оценки позиции фирмы на рынке. Достоинства и недостатки матрицы БКГ. Типы фирм и товаров по классификации матрицы БКГ: «Звезды», «Дойные коровы», Типы фирм и товаров по классификации матрицы БКГ: «Собаки», «Знаки вопроса». Гипотезы матрицы БКГ. Варианты траектории динамики портфеля корпорации: «Новатора», «Последователя». Гипотезы матрицы БКГ. Варианты траектории динамики портфеля корпорации: «Неудачи», «Перманентной посредственности».

**Тема 4.** Виды и характеристика корпоративных стратегий образовательной организации. Стратегия первопроходца. Стратегия фокусирования. Стратегия преимущества в издержках. Стратегия диверсификации. Стратегия интеграции.

**Тема 5.** Особенности формирования и реализации конкурентных стратегий бизнеса в организациях, находящихся на различных стадиях жизненного цикла. Теория жизненного цикла товара (ЖЦТ). Стратегия этапа внедрения. Стратегия этапа роста. Стратегия этапа зрелости. Стратегия этапа упадка.

**Тема 6.** Методы матричного анализа стратегического портфеля образовательной организации. Методы матричного анализа стратегического портфеля бизнеса. Портфельная матрица Мак-Кинси (McKinsey–General Electric) как метод оценки рыночной привлекательности и конкурентных позиций фирмы. Достоинства и недостатки матрицы McKinsey–GE. Основные стратегические альтернативы матрицы McKinsey–GE: «удержать позицию», «улучшить позицию». Основные стратегические альтернативы матрицы McKinsey–GE: «восстановить утерянную позицию», «собрать урожай», «доинвестировать».

**Тема 7.** Типы стратегий организаций в образовательной среде. Особенности стратегий крупных и средних образовательных организаций.

**Тема 8.** Выполнение стратегии. Планирование ресурсов и мероприятий. Организация. Координация. Мотивация. Контроль.

**Тема 9.** Интернационализация как стратегия. Интернационализация и глобализация как основные тенденции развития бизнеса. Международная образовательная среда. Мотивация и этапы интернационализации.

**Тема 10.** Современные тенденции стратегического менеджмента в образовательной среде. Стратегии привлечения финансовых средств. Стратегии финансовых инвестиций. Стратегии управления издержками. Стратегии выплаты дивидендов.

**Тема 11.** Понятие и содержание маркетинга в образовательной среде. Понятие, роль и задачи маркетинга в современной организации. Условия, причины и этапы развития теории маркетинга. Эволюция маркетинговых концепций.

**Тема 12.** Комплексное исследование рынка образовательных продуктов. Сегментация рынка. Видовая классификация рынков. Понятие сегмента рынка и рыночной ниши в маркетинге. Понятие конъюнктуры рынка. Высокая и низкая конъюнктура рынка. Сегментация рынка. Сущность и необходимость сегментации рынка в процессе управления маркетингом. Процесс выявления и выбора рыночных сегментов и ориентация на них. Уровни сегментации рынка: массовый рынок, сегментированный рынок и индивидуальный маркетинг. Процесс выбора целевого рынка. Критерии выбора целевого рынка. Оценка количественных показателей привлекательности целевого рынка (емкость рынка, насыщенность рынка, доля рынка). Стратегия контрсегментации.

**Тема 13.** Сущность и методология маркетинговых исследований. Значение маркетинговых исследований, взаимодействие между маркетинговыми исследованиями и управлением маркетингом, риски маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований. Процедуры маркетинговых исследований; содержание основных методов маркетинговых исследований. Изучение конкурентной среды. Изучение потребительского поведения.

**Тема 14.** Процесс управления маркетингом образовательных продуктов. Товарная политика. Маркетинг и менеджмент: соотношение понятий. Маркетинговый подход в управлении организацией. Понятия маркетингового управления и управления маркетингом. Функциональные связи маркетинга на предприятии. Процесс управления маркетингом. Целеполагание маркетинга организации. Технология стратегического маркетинга. Стратегия позиционирование нового товара в умах покупателей или репозиционирование существующего на рынке товара. Внутренние факторы маркетинга и разработка комплекса маркетинга (миксмаркетинга). Маркетинговая формула: концепция 4 P; концепция 5P, концепция 7P.

**Тема 15.** Маркетинговая информационно-коммуникационная политика и комплекс продвижения образовательных продуктов. Развитие информационных технологий - внедрение CRM-системы управления взаимоотношениями с клиентами (Customer Relationship Management). Основная концепция, принципы построения и структура модели CRM. Классификация CRM. Оперативные, аналитические, коллаборационные CRM Технологии (CRM). Функциональность CRM (классификация функций CRM-систем Бартона Голденберга). Событийный маркетинг (event marketing); kids marketing; мерчандайзинг и киномерчандайзинг. Понятие и инструменты мерчандайзинга. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК) - «концепция планируемых маркетинговых коммуникаций». Технологии ИМК – технологии below the line (BTL); above the line (ATL); прямого маркетинга (direct marketing) и CRM

**Тема 16.** Построение системы маркетинга в Интернете. Использование сети интернет в организации интерактивных маркетинговых коммуникации (Interactive marketing – IM). Геймификация в маркетинге: креативные способы привлечения клиента с помощью игровых механизмов. Технологии и инструменты продвижения в области цифрового маркетинга (digital marketing) и интернет-маркетинга (IT marketing – IT или E-marketing – EM). Современные digital-каналы. Технологии продвижения в социальных медиа (social media marketing — SMM). Omni-channel или технологии сквозной бизнес-аналитики.

#### 4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ Раздела и темы	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Объем (час.)		Оценочные средства	Формируемые компетенции (индикаторы)*
			Всего часов	Из них практическая подготовка		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	Методологические основы	1		Устный опрос	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub>

		современного стратегического менеджмента				
2	2	Стратегический анализ конкурентных преимуществ и потенциала образовательной организации	<b>1</b>		Устный опрос	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub>
3	3	Стратегический анализ внешней среды образовательной организации	<b>1</b>		Устный опрос	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub> ИДК <sub>ПК1.1</sub> ИДК <sub>ПК2.1</sub> ИДК <sub>ПК3.1</sub> ИДК <sub>ПК3.2</sub>
4	4	Виды и характеристики корпоративных стратегий образовательной организации	<b>1</b>		Устный опрос	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub>
5	5	Особенности формирования и реализации конкурентных стратегий бизнеса в организациях, находящихся на различных стадиях жизненного цикла.	<b>1</b>		Устный опрос	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub>
6	6	Методы матричного анализа стратегического портфеля образовательной организации	<b>1</b>		Устный опрос	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub> ИДК <sub>ПК1.1</sub> ИДК <sub>ПК2.1</sub> ИДК <sub>ПК3.1</sub> ИДК <sub>ПК3.2</sub>
7	7	Типы стратегий бизнеса в образовательной среде. Особенности стратегий крупных и средних образовательных организаций	<b>1</b>		Устный опрос	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub> ИДК <sub>ПК1.1</sub> ИДК <sub>ПК2.1</sub> ИДК <sub>ПК3.1</sub> ИДК <sub>ПК3.2</sub>
8	8	Выполнение стратегии	<b>1</b>		Устный опрос	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub> ИДК <sub>ПК1.1</sub> ИДК <sub>ПК2.1</sub>

						ИДК <sub>пк3.1.</sub> ИДК <sub>пк3.2</sub>
9	9	Интернационализация как стратегия	1		Устный опрос	ИДК <sub>ук6.1</sub> ИДК <sub>ук6.2</sub>
10	10	Современные тенденции стратегического менеджмента в образовательной среде	1		Устный опрос	ИДК <sub>ук6.1</sub> ИДК <sub>ук6.2</sub>
11	11	Понятие и содержание маркетинга в образовательной среде	1		Устный опрос	ИДК <sub>ук6.1</sub> ИДК <sub>ук6.2</sub>
12	12	Комплексное исследование рынка образовательных продуктов. Сегментация рынка.	1		Устный опрос	ИДК <sub>ук6.1</sub> ИДК <sub>ук6.2</sub> ИДК <sub>пк1.1</sub> ИДК <sub>пк2.1</sub>
13	13	Сущность и методология маркетинговых исследований	2		Устный опрос	ИДК <sub>ук6.1</sub> ИДК <sub>ук6.2</sub>
14	14	Процесс управления маркетингом образовательных продуктов. Товарная политика.	2		Устный опрос	ИДК <sub>ук6.1</sub> ИДК <sub>ук6.2</sub> ИДК <sub>пк1.1</sub> ИДК <sub>пк2.1</sub> ИДК <sub>пк3.1.</sub> ИДК <sub>пк3.2</sub>
15	15	Маркетинговая коммуникационная политика и комплекс продвижения образовательных продуктов.	2		Устный опрос	ИДК <sub>ук6.1</sub> ИДК <sub>ук6.2</sub> ИДК <sub>пк3.1.</sub> ИДК <sub>пк3.2</sub>
16	16	Построение системы маркетинга в Интернете	2		Устный опрос	ИДК <sub>ук6.1</sub> ИДК <sub>ук6.2</sub> ИДК <sub>пк1.1</sub> ИДК <sub>пк2.1</sub> ИДК <sub>пк3.1.</sub> ИДК <sub>пк3.2</sub>

**4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение в рамках самостоятельной работы студентов**

№ п/п	Тема*	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	2	3	4	5

1	Методологические основы современного стратегического менеджмента	Изучить траекторию эволюции современного менеджмента	УК-6	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub>
2	Стратегический анализ конкурентных преимуществ и потенциала образовательной организации	Изучить инструменты и критерии оценки потенциала образовательной организации	УК-6	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub>
3	Стратегический анализ внешней среды образовательной организации	Получить представления об инструментах и методиках стратегического анализа внешней среды образовательной организации	УК-6 ПК-1 ПК-2 ПК-3	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub> ИДК <sub>ПК1.1</sub> ИДК <sub>ПК2.1</sub> ИДК <sub>ПК3.1</sub> ИДК <sub>ПК3.2</sub>
4	Виды и характеристика корпоративных стратегий образовательной организации	Исследовать самостоятельно преимущества стратегии горизонтальной и вертикальной интеграции	УК-6	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub>
5	Особенности формирования и реализации конкурентных стратегий бизнеса в организациях, находящихся на различных стадиях жизненного цикла.	Выявить стадии ЖЦТ и типы стратегий соответствующие стадии	УК-6	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub>
6	Методы матричного анализа стратегического портфеля образовательной организации	Исследовать самостоятельно портфельную матрицу Мак-Кинси (McKincey–General Electric) как метод оценки рыночной привлекательности и конкурентных позиций фирмы.	УК-6 ПК-1 ПК-2 ПК-3	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub> ИДК <sub>ПК1.1</sub> ИДК <sub>ПК2.1</sub> ИДК <sub>ПК3.1</sub> ИДК <sub>ПК3.2</sub>
7	Типы стратегий бизнеса в образовательной среде. Особенности стратегий крупных и средних образовательных организаций	Составить представления об отличительных особенностях стратегий крупных и средних образовательных организаций	УК-6 ПК-1 ПК-2 ПК-3	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub> ИДК <sub>ПК1.1</sub> ИДК <sub>ПК2.1</sub> ИДК <sub>ПК3.1</sub> ИДК <sub>ПК3.2</sub>
8	Выполнение стратегии	Изучить самостоятельно современные инструменты и методы мотивации	УК-6 ПК-1 ПК-2 ПК-3	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub> ИДК <sub>ПК1.1</sub> ИДК <sub>ПК2.1</sub> ИДК <sub>ПК3.1</sub> ИДК <sub>ПК3.2</sub>
9	Интернационализация как	Рассмотреть	УК-6	ИДК <sub>УК6.1</sub>

	стратегия	современный мировой рынок образовательных продуктов		ИДК <sub>УК6.2</sub>
10	Современные тенденции стратегического менеджмента в образовательной среде	Рассмотреть самостоятельно современные стратегии управления издержками в образовательной организации	УК-6	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub>
11	Понятие и содержание маркетинга в образовательной среде	Проследить эволюцию маркетинговых концепций	УК-6	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub>
12	Комплексное исследование рынка образовательных продуктов. Сегментация рынка.	Изучить самостоятельно стратегию контрсегментации рынков	УК-6 ПК-1 ПК-2	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub> ИДК <sub>ПК1.1</sub> ИДК <sub>ПК2.1</sub>
13	Сущность и методология маркетинговых исследований	Исследовать связь менеджмента и маркетинга образовательной организации	УК-6	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub>
14	Процесс управления маркетингом образовательных продуктов. Товарная политика.	Изучить самостоятельно специфику миксмаркетинга	УК-6 ПК-1 ПК-2 ПК-3	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub> ИДК <sub>ПК1.1</sub> ИДК <sub>ПК2.1</sub> ИДК <sub>ПК3.1</sub> ИДК <sub>ПК3.2</sub>
15	Маркетинговая коммуникационная политика и комплекс продвижения образовательных продуктов.	Исследовать самостоятельно специфику и методы событийного маркетинга	УК-6 ПК-3	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub> ИДК <sub>ПК3.1</sub> ИДК <sub>ПК3.2</sub>
16	Построение системы маркетинга в Интернете	Изучить самостоятельно специфику технологии сквозной бизнес-аналитики.	УК-6 ПК-1 ПК-2 ПК-3	ИДК <sub>УК6.1</sub> ИДК <sub>УК6.2</sub> ИДК <sub>ПК1.1</sub> ИДК <sub>ПК2.1</sub> ИДК <sub>ПК3.1</sub> ИДК <sub>ПК3.2</sub>

#### 4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

В основе самостоятельной работы студентов лежат принципы: самостоятельности, развития творческой направленности, целевого планирования, личностно-деятельностного подхода.

Цель самостоятельной работы студентов заключается в глубоком, полном усвоении учебного материала после прослушивания лекции и в развитии навыков самообразования. В целом разумное сочетание самостоятельной работы с иными видами учебной деятельности позволяет реализовать три основных компонента академического образования:

1) познавательный, который заключается в усвоении студентами необходимой суммы знаний по избранной специальности, а также способности самостоятельно их пополнять;

2) развивающий, то есть выработка навыков аналитического и логического мышления, способности профессионально оценить ситуацию и найти правильное решение;

3) воспитательный – формирование профессионального сознания, мировоззренческих установок, связанных не только с выбранной ими специальностью, но и с общим уровнем развития личности.

Самостоятельная работа студентов проводится с целью:

– систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений студентов;

– углубления и расширения теоретических знаний;

– формирования умений использовать справочную литературу;

– развития познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;

– формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;

– развития исследовательских умений.

Для достижения указанной цели студенты на основе плана самостоятельной работы должны решать следующие задачи:

1. Изучить рекомендуемые литературные источники.

2. Изучить основные понятия, представленные в глоссарии.

3. Ответить на контрольные вопросы.

4. Решить предложенные задачи, кейсы, ситуации.

5. Выполнить контрольные работы.

Работа студентов в основном складывается из следующих элементов:

Изучение и усвоение в соответствии с учебным планом программного материала по дисциплине; выполнение письменных контрольных работ; подготовка и сдача зачетов, итоговых экзаменов.

#### **4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)**

Учебным планом курсовые работы не предусмотрены.

### **V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

#### **а) перечень литературы**

Основная литература

1. Воробьева, С. В. Управление образовательными системами : учебник и практикум для вузов / С. В. Воробьева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 491 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07307-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585085>
2. Отварухина, Н. С. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / Н. С. Отварухина, В. Р. Веснин. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 328 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16797-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583996> (дата обращения: 23.03.2026).
3. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст :

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583463> (дата обращения: 23.03.2026).

*Дополнительная литература*

1. Менеджмент в образовании : учебник и практикум для вузов / под редакцией С. Ю. Трапицына. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21266-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583595>
2. Прохорова, О. Г. Управление образовательной организацией: воспитательная деятельность : учебник / О. Г. Прохорова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 117 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09765-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585300>
3. Литвак, Б. Г. Стратегический менеджмент : учебник для бакалавров / Б. Г. Литвак. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2929-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/508941> (дата обращения: 23.03.2026).
4. Шифрин, М. Б. Стратегический менеджмент : учебник для вузов / М. Б. Шифрин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 295 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17072-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585455> (дата обращения: 23.03.2026).
5. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17986-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/584730> (дата обращения: 23.03.2026).

**г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

<b>ЭЛЕКТРОННО-БИБЛИОТЕЧНЫЕ СИСТЕМЫ</b>	
<b>ЭБС «Издательство Лань»</b>	
Информационное письмо № 1258 от 30.11.2022 Исполнитель: ООО «Издательство Лань»	Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия): ООО «Издательство Лань». Информационное письмо № 1258 от 30.11.2022. Срок действия: бессрочный 2.Адрес доступа: <a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 3. Цена контракта: бесплатный доступ 4.Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу пользователей из любой точки сети Интернет 5.Характеристика: Доступ к 752 научным журналам, с общим количеством статей более 355 000. Классическая литература по следующим отраслям знаний: «География» - 408 книг, «Искусствоведение» - 188 книг, «Право и Юридические науки» - 693 книга, «Психология. Педагогика» - 161 книг, «Социально-гуманитарные науки» - 2212 книг, «Экономика. Менеджмент» - 116 книг, Языкознание и литературоведение - 2028 книг, «Художественная литература» - 27479 книг.
Договор № СЭБ НВ от 30.09.2020 Исполнитель: ООО «ЭБС Лань»	1.Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия)

	<p>ООО «ЭБС Лань». Договор № СЭБ НВ от 30.09.2020; Срок действия бессрочный  2.Адрес доступа: <a href="http://www.lanbook.com">www.lanbook.com</a>  3.Цена контракта: безвозмездно  4. Характеристика: ЭБД произведений учебного и научного характера участников сетевой электронной библиотеки 80 500 наименований на 01.01.2025г.  6. Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу авторизованных пользователей из любой точки сети Интернет</p>
<p>Контракт № 249/4 от 18.10.2024  Исполнитель: ООО ЭБС «Лань»</p>	<p>1.Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия)  ООО «ЭБС Лань». Контракт 249/4 от 18.10.2024; Срок действия по 13.11.2025.  2.Адрес доступа: <a href="http://www.e.lanbook.com">www.e.lanbook.com</a>  Цена контракта: 488 5438,46 руб.  4. Акт № ТЭ11-00017 от 14.11.2024.  5. Характеристика: Коллекции «Языкознание и литературоведение» издательство ВКН (222 назв.), «Химия» (52), «Биология» (35) - изд-ва «Лаборатория знаний», Политематическая – 98 электронных книг издательств: Физматлит, ДМК-Пресс, Генезис, Дашков и К, Флинта и др.  6. Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу авторизованных пользователей из любой точки сети Интернет</p>
<p>Контракт № 251/24 от 18.10.2024  Исполнитель: ООО «Издательство Лань»</p>	<p>1.Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия)  ООО «Издательство Лань». Контракт № 251/24 от 18.10.2024; Срок действия по 13.11.2025.  2.Адрес доступа: <a href="http://www.e.lanbook.com">www.e.lanbook.com</a>  3.Цена контракта: 800 000,00 руб.  4. Акт приема-передачи неисключительной лицензии № ТЛ11-9 от 14.11.2024.  5. Характеристика: Единая профессиональная база знаний для классических вузов 6215 назв.  6. Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу авторизованных пользователей из любой точки сети Интернет</p>
<p><b>ЭБС ЭЧЗ «Библиотех» работает на платформе <b>Book on Lime</b> с 01.10.2023</b></p>	
<p>Государственный контракт № 019 от 22.02.2011  Лицензионное соглашение № 31 от 22.02.2011 г.  Исполнитель: ООО «Библиотех»</p>	<p>1.Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия):  ООО «Библиотех» Государственный контракт № 019 от 22.02.2011. Срок действия: бессрочный  Лицензионное соглашение 31 от 22.02.2011.  2.Адрес доступа: <a href="https://isu.bookonline.ru/">https://isu.bookonline.ru/</a>  3. Цена контракта: 390000 руб.  4.Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу пользователей из любой точки сети Интернет  5.Характеристика: программный модуль для реализации работы ЭБС. Наполнение «ЭЧЗ Библиотех» - приобретаемыми электронными версиями книг (ЭВК) и трудами ученых ИГУ. 2198 назв. на 01.07.2023.</p>
<p><b>ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Рукопт»</b></p>	
<p>Контракт № 231/24 от 01.10.2024  Исполнитель: ООО ЦКБ «Бибком»</p>	<p>1.Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия)  ЦКБ «Бибком». Контракт № 231/24 от 01.10.2024; Акт от 14.11.2024. Срок действия по 13.11.2025.  2.Адрес доступа: <a href="http://rucont.ru/">http://rucont.ru/</a>  3.Цена контракта: 221 596,21 руб.  4.Количество пользователей: круглосуточный</p>

	<p>доступ неограниченному числу авторизованных пользователей из любой точки сети Интернет</p> <p>5.Характеристика: Коллекция Политематическая – 129 назв.</p>
<b>ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru»</b>	
<p>Контракт № 261/24 от 01.11.2024 Исполнитель: ООО «Айбукс»</p>	<p>1.Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия) ООО «Айбукс» Контракт № 261/24 от 01.11.2024; Акт №194 от 14.11.2024. Срок действия по 13.11.2025.</p> <p>2.Адрес доступа: <a href="http://ibooks.ru">http://ibooks.ru</a></p> <p>3.Цена контракта: 235 257,00 руб.</p> <p>4.Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу авторизованных пользователей из любой точки сети Интернет</p> <p>5.Характеристика: электронные версии печатных изданий по различным дисциплинам учебного процесса - 154 назв.</p>
<b>Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт»</b>	
<p>Контракт № 094/24 от 30.05.2024 Исполнитель: ООО «ЭБС Юрайт»</p>	<p>1.Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия) ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 094/24 от 30.05.2024; Акт приема-передачи от 18.10.2024, Срок действия по 17.10. 2025.</p> <p>2.Адрес доступа: <a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a></p> <p>3.Цена контракта: 849 063,00 руб.</p> <p>4.Количество пользователей: круглосуточный доступ из любой точки сети Интернет, количество одновременных доступов согласно приложению к Контракту.</p> <p>5.Характеристика: электронные версии печатных изданий по различным отраслям знаний, свыше 11,2 тыс. назв.</p>
<b>БД литературных произведений «Литрес»</b>	
<p>Контракт (Лицензионный договор) № 302/24 от 10.12.2024 Исполнитель: ООО «ИТ»</p>	<p>1.Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия) ООО «ИТ». Контракт № 302/24 от 10.12.2024; Срок действия по 31.12.2025</p> <p>2.Адрес доступа: <a href="https://litres.ru/">https://litres.ru/</a></p> <p>3. Акт об оказании услуг № 1196 от 19.12.2024.</p> <p>4.Лицензионное вознаграждение: 151 143,00 руб.</p> <p>5.Количество пользователей: круглосуточный доступ из любой точки сети Интернет, количество одновременных доступов согласно приложению к Контракту.</p> <p>6.Характеристика: электронные версии печатных изданий по различным отраслям знаний</p>
<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ И ПОИСКОВЫЕ СИСТЕМЫ</b>	
<b>Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU»</b>	

Лицензионный контракт № 263/24 от 06.11.2024 Исполнитель: ООО «НЭБ»	1. Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия) ООО «НЭБ», Контракт № 263/24 от 06.11.2024; Акт приемки лицензии от 20.11.2024. Срок действия по 31.12. 2025 2. Адрес доступа: <a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> 3. Цена контракта: 34 102,00 руб. 4. Количество пользователей неограниченное, доступ в локальной сети вуза. 5. Характеристика: полные тексты статей из журналов по подписке - 3 наим.; доступ к архивам в течение 9 лет, следующих после окончания срока обслуживания; полные тексты статей из журналов свободного доступа.
<b>Электронные версии журналов РАН</b>	
В рамках централизованной подписки 2024 года.  Исполнитель: Российский центр научной информации.	1. Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия): в рамках централизованной подписки 2024 г. Окончание доступа – 31.12.2050. 2. Адрес доступа: <a href="https://journals.rcsi.science">https://journals.rcsi.science</a> 3. Цена контракта: на безвозмездной основе. 4. Количество пользователей: без ограничений, с компьютеров сети ИГУ. 5. Характеристика: Новые выпуски журналов размещаются в соответствии с периодичностью выхода каждого журнала. Полнотекстовая коллекция журналов Российской академии наук включает 141 наименование журналов, охватывающих различные научные специальности. Глубина доступа: 2023–2024 гг.

## **VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Учебно-лабораторное оборудование:**

Для реализации данной дисциплины используются специальные помещения:

– учебные аудитории для лекционных и семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации:

Аудитория на 80 посадочных мест, укомплектованная специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации:

экран настенный – ScreenMedia 180x180, проектор – BenQ MX661,

Компьютер преподавателя (AMD ATHLON II x3) .

ПО – Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus 2010,

Kaspersky Endpoint Security

наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе данной дисциплины;

Аудитория на 38 посадочных мест, укомплектованная специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для предоставления информации большой аудитории:

Экран на штативе Screen Media Apollo, проектор переносной – Epson EB-X24,

ноутбук HP 255 G7 (Intel Core i5),

ПО – Microsoft Windows 10 OEM, Microsoft Office Professional Plus 2010,

Kaspersky Endpoint Security

наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе данной дисциплины;

– *аудитории для организации самостоятельной работы:*

Аудитория на 40 посадочных мест, укомплектованная специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации:

интерактивная доска – Panasonic UB-T880-G, проектор – AcerS1212,  
ноутбук – Lenovo (Intel Core2Duo),  
маркерная доска.  
ПО – Microsoft Office Professional Plus 2010 Архиватор WinRAR,  
Wi-Fi.

Аудитория на 15 посадочных мест, укомплектованная специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации:

15 компьютеров(AMD Athlon64 ) с доступом к сети интернет,  
1 компьютер оператора(AMD Athlon64),  
ПО – Microsoft Windows 7,  
Microsoft Office Professional Plus 2010,  
1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях,

Архиватор RAR WinRAR 5,  
Far Manager v3,  
КонсультантПлюс: Версия Проф,  
Kaspersky Endpoint Security

– помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования:

шкафы, расходные материалы,  
6 ноутбуков,  
4 переносных комплекта:  
Экран на штативе ScreenMedia Apollo, проектор переносной – Epson EB-X24,  
ноутбук HP 255 G7 (Intel Core i5),  
ПО – Microsoft Windows 10 OEM, Microsoft Office Professional Plus 2010,  
Kaspersky Endpoint Security

## **6.2. Программное обеспечение:**

Операционные системы:

- Microsoft Windows (версии Vista, 7, 10)
- ALT Linux

Пакеты офисных приложений:

- Microsoft Office (ред. Professional Plus, Standard; вер. 2007, 2010, 2013)
- LibreOffice, OpenOffice

Интернет-браузеры:

- YandexBrowser
- Атом
- Mozilla Firefox
- Google Chrome

Прикладное ПО для работы с документами:

- Архиватор RAR WinRAR (5.x Версия Академическая)

- Far Manager
  - Adobe Reader
- Средства антивирусной защиты:
- Kaspersky Endpoint Security
- Онлайн сервисы:
- Видео конференц система bbb.isu.ru (система BigBlueButton)
  - Образовательный портал educa.isu.ru (система LMS Moodle)
  - Видеохостинг cloud.isu.ru (система NextCloud)

### 6.3. Технические и электронные средства обучения:

Набор демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины (презентации).

С помощью ЭИОС ФГБОУ ВО «ИГУ» Educa у студентов есть возможность дистанционного получения материалов. В разделе дисциплины есть постоянный доступ к материалам лекций, презентациям, вопросам и темам семинарских занятий.

## VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

### Наименование тем занятий с указанием форм/методов/технологий дистанционного, интерактивного обучения

№ п/п	Тема занятия	Вид занятия	Форма/методы/технологии	Количество часов
1	2	3	4	5
1	Виды и характеристики корпоративных стратегий образовательной организации	Семинар	Групповая дискуссия	2
2	Современные тенденции стратегического менеджмента в образовательной среде	Семинар	Групповая дискуссия	2
3	Интернационализация как стратегия	Семинар	Групповая дискуссия	2
<b>Итого часов: 6</b>				

## VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 8.1. Оценочные материалы (ОМ):

8.1.1. Оценочные материалы для входного контроля – отсутствуют.

8.1.2. Оценочные материалы текущего контроля

Баллы за текущую работу студента по дисциплине начисляются преподавателем в ходе образовательного процесса в постоянном режиме с фиксацией в ведомости. Кроме того, фиксируется посещаемость.

Согласно Положению «О балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости студентов Иркутского государственного университета», усвоение студентом каждой изучаемой в семестре дисциплины максимально оценивается 100 баллами. Указанное

максимальное количество баллов (Сито), которое студент может набрать за семестр по каждой дисциплине, складывается из суммы баллов за текущую работу в семестре (Стек) и баллов, полученных на экзаменационной сессии (Ссес).

При этом максимальное количество баллов за текущую работу в семестре (Стек) ограничивается 60-ю баллами, а на оценку зачета/экзамена (Ссес) максимально предусматривается 30 баллов.

<b>№ п/п</b>	<b>Форма контроля</b>	<b>Контролируемые темы (разделы)</b>	<b>Компетенции (компоненты), которые контролируются</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1	Устный опрос	Методологические основы современного стратегического менеджмента	УК-6
2	Устный опрос	Стратегический анализ конкурентных преимуществ и потенциала образовательной организации	УК-6
3	Устный опрос	Стратегический анализ внешней среды образовательной организации	УК-6 ПК-1 ПК-2 ПК-3
4	Устный опрос	Виды и характеристики корпоративных стратегий образовательной организации	УК-6
5	Устный опрос	Особенности формирования и реализации конкурентных стратегий бизнеса в организациях, находящихся на различных стадиях жизненного цикла.	УК-6
6	Устный опрос	Методы матричного анализа стратегического портфеля образовательной организации	УК-6 ПК-1 ПК-2 ПК-3
7	Устный опрос	Типы стратегий бизнеса в образовательной среде. Особенности стратегий крупных и средних образовательных организаций	УК-6 ПК-1 ПК-2 ПК-3
8	Устный опрос	Выполнение стратегии	УК-6 ПК-1 ПК-2 ПК-3
9	Устный опрос	Интернационализация как стратегия	УК-6
10	Устный опрос	Современные тенденции стратегического менеджмента в образовательной среде	УК-6
11	Устный опрос	Понятие и содержание маркетинга в образовательной среде	УК-6
12	Устный опрос	Комплексное исследование рынка образовательных продуктов. Сегментация рынка.	УК-6 ПК-1 ПК-2

13	Устный опрос	Сущность и методология маркетинговых исследований	УК-6
14	Устный опрос	Процесс управления маркетингом образовательных продуктов. Товарная политика.	УК-6 ПК-1 ПК-2 Пк-3
15	Устный опрос	Маркетинговая коммуникационная политика и комплекс продвижения образовательных продуктов.	УК-6 Пк-3
16	Устный опрос	Построение системы маркетинга в Интернете	УК-6 ПК-1 ПК-2 Пк-3

### ***Примерный перечень вопросов текущего контроля***

1. Охарактеризуйте стратегическое управление как процесс. Назовите сущностные характеристики, назначение стратегического управления.
2. Обоснуйте важность целеполагания в процессе разработки стратегии. Охарактеризуйте и соотнесите понятия: миссия, видение и цель.
3. Обоснуйте необходимость и разьясните сущность стратегического анализа конкурентных преимуществ и потенциала образовательной организации.
4. Анализ сильных и слабых сторон предприятия.
5. Дайте определение внутренней среды современной компании. Продемонстрируйте на примере возможности SWOT анализа.
6. Дайте определение внешней среды образовательной организации. Назовите ее структуру.
7. Обоснуйте значение анализа внешней среды. Продемонстрируйте на примере возможности PEST анализа компании.
8. Портфельная матрица Бостонской консультативной группы (БКГ) как метод оценки позиции фирмы на рынке. Достоинства и недостатки матрицы БКГ.
9. Назовите и поясните типы фирм и товаров по классификации матрицы БКГ.
10. Назовите и прокомментируйте гипотезы матрицы БКГ.
11. Перечислите и прокомментируйте варианты траектории динамики портфеля корпорации: «Новатора», «Последователя», «Неудачи», «Перманентной посредственности».
12. Опишите Стратегию первопроходца. Перечислите преимущества и недостатки данной стратегии.
13. Стратегия фокусирования. Опишите. Перечислите преимущества и недостатки данной стратегии.
14. Стратегия преимущества в издержках. Опишите. Перечислите преимущества и недостатки данной стратегии.

15. Стратегия диверсификации. Опишите. Перечислите преимущества и недостатки данной стратегии.
16. Стратегия интеграции. Опишите. Перечислите преимущества и недостатки данной стратегии.
17. Назовите особенности формирования и реализации конкурентных стратегий бизнеса в организациях, находящихся на различных стадиях жизненного цикла. Теория жизненного цикла товара (ЖЦТ). Стратегия этапа внедрения.
18. Назовите особенности формирования и реализации конкурентных стратегий бизнеса в организациях, находящихся на различных стадиях жизненного цикла. Теория жизненного цикла товара (ЖЦТ). Стратегия этапа роста.
19. Назовите особенности формирования и реализации конкурентных стратегий бизнеса в организациях, находящихся на различных стадиях жизненного цикла. Теория жизненного цикла товара (ЖЦТ). Стратегия этапа зрелости.
20. Назовите особенности формирования и реализации конкурентных стратегий бизнеса в организациях, находящихся на различных стадиях жизненного цикла. Теория жизненного цикла товара (ЖЦТ). Стратегия этапа упадка.
21. Перечислите и опишите методы матричного анализа стратегического портфеля образовательной организации.
22. Опишите портфельную матрицу Мак-Кинси (McKinsey–General Electric) как метод оценки рыночной привлекательности и конкурентных позиций фирмы.
23. Перечислите достоинства и недостатки матрицы McKinsey–GE. Назовите основные стратегические альтернативы матрицы McKinsey–GE.
24. Поясните основные стратегические альтернативы матрицы McKinsey–GE: «восстановить утерянную позицию», «собрать урожай», «доинвестировать».
25. Перечислите и охарактеризуйте типы стратегий организаций в образовательной среде. Назовите особенности стратегий крупных образовательных организаций.
26. Назовите особенности стратегий средних и малых образовательных организаций.
27. Опишите и охарактеризуйте стадию реализации стратегии: планирование ресурсов и мероприятий.
28. Опишите и охарактеризуйте стадию реализации стратегии: организация и координация.
29. Опишите и охарактеризуйте стадию реализации стратегии: мотивация и контроль.
30. Охарактеризуйте интернационализацию как стратегию образовательной организации.
31. Интернационализация и глобализация как основные тенденции развития бизнеса: перечислите возможности и риски.
32. Охарактеризуйте международную образовательную среду; опишите структуру, субъекты.
33. Объясните мотивацию и назовите этапы интернационализации образовательных программ.
34. Перечислите современные тенденции стратегического менеджмента в образовательной среде. Опишите стратегии привлечения финансовых средств.
35. Перечислите современные тенденции стратегического менеджмента в образовательной среде. Опишите стратегии финансовых инвестиций и стратегии управления издержками.
36. Перечислите современные тенденции стратегического менеджмента в образовательной среде. Опишите стратегии финансовых инвестиций и стратегии выплаты дивидендов.

37. Раскройте понятие и содержание маркетинга в образовательной среде.
38. Перечислите условия, причины и этапы развития теории маркетинга.
39. Опишите эволюцию маркетинговых концепций.
40. Раскройте сущность комплексного исследование рынка образовательных продуктов.
41. Раскройте сущность понятия «Сегментация рынка». Назовите видовую классификация рынков.
42. Раскройте понятие сегмента рынка и рыночной ниши в маркетинге.
43. Раскройте понятие конъюнктуры рынка, высокой и низкой конъюнктуры рынка.
44. Опишите процесс выявления и выбора рыночных сегментов и ориентация на них. Опишите уровни сегментации рынка: массовый рынок, сегментированный рынок и индивидуальный маркетинг.
45. Раскройте и опишите процесс выбора целевого рынка. Назовите критерии выбора целевого рынка. Назовите и раскройте количественные показатели привлекательности целевого рынка (емкость рынка, насыщенность рынка, доля рынка).
46. Опишите стратегию контрсегментации.
47. Обоснуйте значение маркетинговых исследований, взаимодействие между маркетинговыми исследованиями и управлением маркетингом, перечислите риски маркетинговых исследований.
48. Назовите виды маркетинговых исследований, охарактеризуйте их. Перечислите процедуры маркетинговых исследований; раскройте содержание основных методов маркетинговых исследований.
49. Изучение конкурентной среды: назовите цели, методы, инструменты.
50. Изучение потребительского поведения: назовите цели, методы, инструменты.
51. Охарактеризуйте процесс управления маркетингом образовательных продуктов. Опишите товарную политику.
52. Маркетинг и менеджмент: соотнесите понятия. В чем суть маркетингового подхода в управлении организацией. Раскройте понятия маркетингового управления и управления маркетингом.
53. Функциональные связи маркетинга на предприятии: опишите их структуру. Раскройте процесс управления маркетингом. Раскройте значимость и специфику целеполагания маркетинга организации.
54. Назовите и опишите технологии стратегического маркетинга.
55. Назовите и опишите стратегии позиционирование нового товара в умах покупателей или репозиционирование существующего на рынке товара.
56. Назовите внутренние факторы маркетинга и модель разработки комплекса маркетинга (миксмаркетинга).
57. Прокомментируйте маркетинговые формулы: концепция 4 P; концепция 5P, концепция 7P.
58. Раскройте сущность маркетинговой информационно-коммуникационной политики и комплекса продвижения образовательных продуктов.
59. Раскройте роль и опишите внедрение CRM-системы управления взаимоотношениями с клиентами (Customer Relationship Management). Назовите основную концепцию, принципы построения и структуру модели CRM. Дайте классификацию CRM.
60. Опишите оперативные, аналитические, коллаборационные CRM -технологии (CRM). Раскройте функциональность CRM (классификация функций CRM-систем Бартона Голденберга).

61. Раскройте сущность, специфику и цели событийного маркетинга (event marketing); kids marketing; мерчандайзинг и киномерчандайзинга.
62. Раскройте концепцию интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК) - «концепция планируемых маркетинговых коммуникаций».
63. Раскройте сущность технологии ИМК – технологии below the line (BTL); above the line (ATL); прямого маркетинга (direct marketing) и CRM.
64. Перечислите аргументы в пользу использования сети интернет в организации интерактивных маркетинговых коммуникации (Interactive marketing – IM). Назовите основные каналы, их преимущества и недостатки.
65. Раскройте сущность и цели геймификации в маркетинге: креативные способы привлечения клиента с помощью игровых механизмов.
66. Перечислите современные digital-каналы. Охарактеризуйте технологии продвижения в социальных медиа (social media marketing — SMM), перечислите основные каналы, их преимущества и недостатки.
67. Раскройте понятие Omni-channel; перечислите технологии сквозной бизнес-аналитики; опишите их цели, специфику.

### 8.1.3. *Оценочные материалы для промежуточной аттестации в форме экзамена*

Промежуточная аттестация по дисциплине предусмотрена в форме устного экзамена.

В соответствии с Положением «О балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости студентов Иркутского государственного университета», студент, набравший в результате текущей работы по дисциплине (Стек) менее 40 баллов, не допускается к сдаче экзамена, и ему выставляется 0 сессионных баллов ( $S_{сес} = 0$ ).

Студент, набравший в течение семестра (Стек) 40 и более баллов, допускается к сдаче экзамена по дисциплине, на котором может набрать ( $S_{сес}$ ) до 30 баллов.

Если на экзамене сумма баллов студента составляет менее 10, то экзамен считается не сданным.

Если на экзамене студент набирает 10 и более баллов, то они прибавляются к сумме баллов за текущую работу и переводятся в оценку, которая фиксируется в зачетной книжке студента.

Итоговый семестровый рейтинг ( $S_{итог}$ )	Академическая оценка
60-70 баллов	«удовлетворительно»
71...85 баллов	«хорошо»
86...100 баллов	«отлично»

№ п/п	Форма контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции (компоненты), которые контролируются
1	2	3	4
1	Устный экзамен	Методологические основы современного стратегического менеджмента	УК-6
2	Устный экзамен	Стратегический анализ конкурентных преимуществ и потенциала	УК-6

		образовательной организации	
3	Устный экзамен	Стратегический анализ внешней среды образовательной организации	УК-6 ПК-1 ПК-2 ПК-3
4	Устный экзамен	Виды и характеристики корпоративных стратегий образовательной организации	УК-6
5	Устный экзамен	Особенности формирования и реализации конкурентных стратегий бизнеса в организациях, находящихся на различных стадиях жизненного цикла.	УК-6
6	Устный экзамен	Методы матричного анализа стратегического портфеля образовательной организации	УК-6 ПК-1 ПК-2 ПК-3
7	Устный экзамен	Типы стратегий бизнеса в образовательной среде. Особенности стратегий крупных и средних образовательных организаций	УК-6 ПК-1 ПК-2 ПК-3
8	Устный экзамен	Выполнение стратегии	УК-6 ПК-1 ПК-2 ПК-3
9	Устный экзамен	Интернационализация как стратегия	УК-6
10	Устный экзамен	Современные тенденции стратегического менеджмента в образовательной среде	УК-6
11	Устный экзамен	Понятие и содержание маркетинга в образовательной среде	УК-6
12	Устный экзамен	Комплексное исследование рынка образовательных продуктов. Сегментация рынка.	УК-6 ПК-1 ПК-2
13	Устный экзамен	Сущность и методология маркетинговых исследований	УК-6
14	Устный экзамен	Процесс управления маркетингом образовательных продуктов. Товарная политика.	УК-6 ПК-1 ПК-2 ПК-3
15	Устный опрос	Маркетинговая коммуникационная политика и комплекс продвижения образовательных продуктов.	УК-6 ПК-3
16	Устный опрос	Построение системы маркетинга в Интернете	УК-6 ПК-1 ПК-2 ПК-3

### *Примерный перечень вопросов и заданий к экзамену*

1. Охарактеризуйте стратегическое управление как процесс. Назовите существенные характеристики, назначение стратегического управления.
2. Обоснуйте важность целеполагания в процессе разработки стратегии. Охарактеризуйте и соотнесите понятия: миссия, видение и цель.
3. Обоснуйте необходимость и разъясните сущность стратегического анализа конкурентных преимуществ и потенциала образовательной организации.
4. Анализ сильных и слабых сторон предприятия.
5. Дайте определение внутренней среды современной компании. Продемонстрируйте на примере возможности SWOT анализа.
6. Дайте определение внешней среды образовательной организации. Назовите ее структуру.
7. Обоснуйте значение анализа внешней среды. Продемонстрируйте на примере возможности PEST анализа компании.
8. Портфельная матрица Бостонской консультативной группы (БКГ) как метод оценки позиции фирмы на рынке. Достоинства и недостатки матрицы БКГ.
9. Назовите и поясните типы фирм и товаров по классификации матрицы БКГ.
10. Назовите и прокомментируйте гипотезы матрицы БКГ.
11. Перечислите и прокомментируйте варианты траектории динамики портфеля корпорации: «Новатора», «Последователя», «Неудачи», «Перманентной посредственности».
12. Опишите Стратегию первопроходца. Перечислите преимущества и недостатки данной стратегии.
13. Стратегия фокусирования. Опишите. Перечислите преимущества и недостатки данной стратегии.
14. Стратегия преимущества в издержках. Опишите. Перечислите преимущества и недостатки данной стратегии.
15. Стратегия диверсификации. Опишите. Перечислите преимущества и недостатки данной стратегии.
16. Стратегия интеграции. Опишите. Перечислите преимущества и недостатки данной стратегии.
17. Назовите особенности формирования и реализации конкурентных стратегий бизнеса в организациях, находящихся на различных стадиях жизненного цикла. Теория жизненного цикла товара (ЖЦТ). Стратегия этапа внедрения.
18. Назовите особенности формирования и реализации конкурентных стратегий бизнеса в организациях, находящихся на различных стадиях жизненного цикла. Теория жизненного цикла товара (ЖЦТ). Стратегия этапа роста.
19. Назовите особенности формирования и реализации конкурентных стратегий бизнеса в организациях, находящихся на различных стадиях жизненного цикла. Теория жизненного цикла товара (ЖЦТ). Стратегия этапа зрелости.
20. Назовите особенности формирования и реализации конкурентных стратегий бизнеса в организациях, находящихся на различных стадиях жизненного цикла. Теория жизненного цикла товара (ЖЦТ). Стратегия этапа упадка.
21. Перечислите и опишите методы матричного анализа стратегического портфеля образовательной организации.
22. Опишите портфельную матрицу Мак-Кинси (McKinsey–General Electric) как метод оценки рыночной привлекательности и конкурентных позиций фирмы.
23. Перечислите достоинства и недостатки матрицы McKinsey–GE. Назовите основные стратегические альтернативы матрицы McKinsey–GE.
24. Поясните основные стратегические альтернативы матрицы McKinsey–GE: «восстановить утерянную позицию», «собрать урожай», «доинвестировать».

25. Перечислите и охарактеризуйте типы стратегий организаций в образовательной среде. Назовите особенности стратегий крупных образовательных организаций.
26. Назовите особенности стратегий средних и малых образовательных организаций.
27. Опишите и охарактеризуйте стадию реализации стратегии: планирование ресурсов и мероприятий.
28. Опишите и охарактеризуйте стадию реализации стратегии: организация и координация.
29. Опишите и охарактеризуйте стадию реализации стратегии: мотивация и контроль.
30. Охарактеризуйте интернационализацию как стратегию образовательной организации.
31. Интернационализация и глобализация как основные тенденции развития бизнеса: перечислите возможности и риски.
32. Охарактеризуйте международную образовательную среду; опишите структуру, субъекты.
33. Объясните мотивацию и назовите этапы интернационализации образовательных программ.
34. Перечислите современные тенденции стратегического менеджмента в образовательной среде. Опишите стратегии привлечения финансовых средств.
35. Перечислите современные тенденции стратегического менеджмента в образовательной среде. Опишите стратегии финансовых инвестиций и стратегии управления издержками.
36. Перечислите современные тенденции стратегического менеджмента в образовательной среде. Опишите стратегии финансовых инвестиций и стратегии выплаты дивидендов.
37. Раскройте понятие и содержание маркетинга в образовательной среде.
38. Перечислите условия, причины и этапы развития теории маркетинга.
39. Опишите эволюцию маркетинговых концепций.
40. Раскройте сущность комплексного исследования рынка образовательных продуктов.
41. Раскройте сущность понятия «Сегментация рынка». Назовите видовую классификацию рынков.
42. Раскройте понятие сегмента рынка и рыночной ниши в маркетинге.
43. Раскройте понятие конъюнктуры рынка, высокой и низкой конъюнктуры рынка.
44. Опишите процесс выявления и выбора рыночных сегментов и ориентация на них. Опишите уровни сегментации рынка: массовый рынок, сегментированный рынок и индивидуальный маркетинг.
45. Раскройте и опишите процесс выбора целевого рынка. Назовите критерии выбора целевого рынка. Назовите и раскройте количественные показатели привлекательности целевого рынка (емкость рынка, насыщенность рынка, доля рынка).
46. Опишите стратегию контрсегментации.
47. Обоснуйте значение маркетинговых исследований, взаимодействие между маркетинговыми исследованиями и управлением маркетингом, перечислите риски маркетинговых исследований.
48. Назовите виды маркетинговых исследований, охарактеризуйте их. Перечислите процедуры маркетинговых исследований; раскройте содержание основных методов маркетинговых исследований.
49. Изучение конкурентной среды: назовите цели, методы, инструменты.
50. Изучение потребительского поведения: назовите цели, методы, инструменты.
51. Охарактеризуйте процесс управления маркетингом образовательных продуктов. Опишите товарную политику.
52. Маркетинг и менеджмент: соотнесите понятия. В чем суть маркетингового подхода в управлении организацией. Раскройте понятия маркетингового управления и управления маркетингом.

53. Функциональные связи маркетинга на предприятии: опишите их структуру. Раскройте процесс управления маркетингом. Раскройте значимость и специфику целеполагания маркетинга организации.
54. Назовите и опишите технологии стратегического маркетинга.
55. Назовите и опишите стратегии позиционирование нового товара в умах покупателей или репозиционирование существующего на рынке товара.
56. Назовите внутренние факторы маркетинга и модель разработки комплекса маркетинга (миксмаркетинга).
57. Прокомментируйте маркетинговые формулы: концепция 4 P; концепция 5P, концепция 7P.
58. Раскройте сущность маркетинговой информационно-коммуникационной политики и комплекса продвижения образовательных продуктов.
59. Раскройте роль и опишите внедрение CRM-системы управления взаимоотношениями с клиентами (Customer Relationship Management). Назовите основную концепцию, принципы построения и структуру модели CRM. Дайте классификацию CRM.
60. Опишите оперативные, аналитические, коллаборационные CRM -технологии (CRM). Раскройте функциональность CRM (классификация функций CRM-систем Бартона Голденберга).
61. Раскройте сущность, специфику и цели событийного маркетинга (event marketing); kids marketing; мерчандайзинг и киномерчандайзинга.
62. Раскройте концепцию интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК) - «концепция планируемых маркетинговых коммуникаций».
63. Раскройте сущность технологии ИМК – технологии below the line (BTL); above the line (ATL); прямого маркетинга (direct marketing) и CRM.
64. Перечислите аргументы в пользу использование сети интернет в организации интерактивных маркетинговых коммуникации (Interactive marketing – IM). Назовите основные каналы, их преимущества и недостатки.
65. Раскройте сущность и цели геймификации в маркетинге: креативные способы привлечения клиента с помощью игровых механизмов.
66. Перечислите современные digital-каналы. Охарактеризуйте технологии продвижения в социальных медиа (social media marketing — SMM), перечислите основные каналы, их преимущества и недостатки.
67. Раскройте понятие Omni-channel; перечислите технологии сквозной бизнес-аналитики; опишите их цели, специфику.

### **Критерии оценивания устного ответа на экзамене**

#### **Оценка «отлично» (86-100 баллов), «зачтено» ставится, если студент:**

- показывает глубокое и полное знание и понимание всего объема программного материала; полное понимание сущности рассматриваемых понятий, явлений и закономерностей, теорий, взаимосвязей;
- умеет составить полный и правильный ответ на основе изученного материала; выделять главные положения, самостоятельно подтверждать ответ конкретными примерами, фактами; самостоятельно и аргументировано делать анализ, обобщать, выводы;
- устанавливает межпредметные (на основе ранее приобретенных знаний) и внутрипредметные связи, творчески применяет полученные знания в незнакомой ситуации;
- последовательно, четко, связно, обоснованно и безошибочно излагает учебный материал: дает ответ в логической последовательности с использованием принятой терминологии;

- делает собственные выводы;
- формирует точное определение и истолкование основных понятий, законов, теорий; при ответе излагает материал литературным языком; правильно и обстоятельно отвечает на дополнительные вопросы преподавателя;
- самостоятельно и рационально использует наглядные пособия, справочные материалы, учебник, дополнительную литературу, первоисточники;
- использует для доказательства выводы из наблюдений и опытов;
- самостоятельно, уверенно и безошибочно применяет полученные знания в решении проблем на творческом уровне;
- допускает не более одного недочета, который легко исправляет по требованию преподавателя.

**Оценка «хорошо» (71-85 баллов), «зачтено» ставится, если студент:**

- показывает знания всего изученного программного материала;
- дает полный и правильный ответ на основе изученных теорий;
- допускает незначительные ошибки и недочеты при воспроизведении изученного материала, определения понятий, неточности при использовании научных терминов или в выводах и обобщениях из наблюдений и опытов;
- материал излагает в определенной логической последовательности, при этом допускает одну негрубую ошибку или не более двух недочетов и может их исправить самостоятельно при требовании или при небольшой помощи преподавателя;
- в основном усвоил учебный материал;
- подтверждает ответ конкретными примерами;
- правильно отвечает на дополнительные вопросы преподавателя;
- обладает достаточным навыком работы со справочной литературой, учебником, первоисточниками (правильно ориентируется, но работает медленно);

**Оценка «удовлетворительно» (60-70 баллов), «зачтено» ставится, если студент:**

- усвоил основное содержание учебного материала, имеет пробелы в усвоении материала, не препятствующие дальнейшему усвоению программного материала; материал излагает не систематизировано, фрагментарно, не всегда последовательно;
- показывает недостаточную сформированность отдельных знаний и умений;
- выводы и обобщения аргументирует слабо, допускает в них ошибки;
- допускает ошибки и неточности в использовании научной терминологии, определения понятий дает недостаточно четкие; не использовал в качестве доказательства выводы и обобщения из наблюдений, фактов, опытов или допустил ошибки при их изложении;
- испытывает затруднения в применении знаний, необходимых для решения задач различных типов, при объяснении конкретных явлений на основе теорий и законов, или в подтверждении конкретных примеров практического применения теорий;
- отвечает неполно на вопросы преподавателя (упуская основное), или воспроизводит содержание текста учебника, но недостаточно понимает отдельные положения, имеющие важное значение в этом тексте;
- обнаруживает недостаточное понимание отдельных положений при воспроизведении текста учебника (записей, первоисточников) или отвечает неполно на вопросы преподавателя, допуская одну - две грубые ошибки.

**Оценка «неудовлетворительно» («не зачтено», 0-59 баллов) ставится, если студент:**

- не усвоил и не раскрыл основное содержание материала; не делает выводов и обобщений;

- не знает и не понимает значительную или основную часть программного материала в пределах поставленных вопросов или имеет слабо сформированные и неполные знания и не умеет применять их к решению конкретных вопросов;

- при ответе (на один вопрос) допускает более двух грубых ошибок, которые не может исправить даже при помощи преподавателя;

- не может ответить ни на один из поставленных вопросов;

- полностью не усвоил материал.

**Разработчик:**

  
\_\_\_\_\_

(подпись)

доцент кафедры культурологии  
и управления социальными процессами  
ИСН ИГУ

(занимаемая должность)

Т. Ю. Фальковская

(Ф.И.О.)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению и направленности подготовки 45.04.02 Лингвистика «Проектирование цифрового лингвистического образовательного контента / Digital Linguistic Educational Content Design».

Программа рассмотрена на заседании кафедры европейских языков  
« 10 » марта 2026 г. Протокол № 7.

Зав. кафедрой  \_\_\_\_\_ И. С. Шильникова

*Настоящая программа не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.*