



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФГБОУ ВО «ИГУ»

Кафедра востоковедения и регионоведения АТР



УТВЕРЖДАЮ

О.В. Кузнецова

Декан факультета иностранных

языков

“6” марта 2025 г

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины (модуля):

Б1.В.05 Менеджмент и маркетинг

Направление подготовки: 45.03.02 Лингвистика

Направленность (профиль) подготовки:

Межъязыковая и межкультурная коммуникация в сфере туризма и гостиничного
дела (первый иностранный язык – английский, второй иностранный язык – китайский)

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения: очная

Согласовано с УМК Института филологии,
и иностранных языков и медиакоммуникации:
Протокол №6 от «27» февраля 2025
Председатель: О.Л. Михалёва

Рекомендовано кафедрой
регионоведения АТР:
Протокол № 6 от «31» января 2025 г.
Зав. кафедрой: О.В. Кузнецова

Иркутск 2025 г.

Содержание

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

I. Цели и задачи дисциплины (модуля):

Цели освоения дисциплины соотносятся с общими целями основной образовательной программы и заключаются в усвоение закономерностей формирования, функционирования и развития современной системы управления на предприятии, овладение основами эффективной деятельности менеджера в рыночной среде, научить студентов проводить маркетинговые исследования и понимать значение маркетинга в современных условиях.

Задачи дисциплины соотносятся с общим типом задач основной образовательной программы в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом и заключаются в следующем:

- иметь представление об основах организации управленческой деятельности на предприятии;
- знания содержание управленческих процессов на предприятии; основы создания эффективных коммуникаций и процедур принятия управленческих решений; формы власти и стили лидерства руководителя;
- уметь определить направления повышения эффективности системы управления на предприятии,
- научить студентов выявлять факторы, благоприятствующие спросу на выпускаемый товар и не благоприятствующие;
- узнать законы и принципы маркетинговой деятельности на предприятии;
- научить выявлять тенденции и конъюнктуру, складывающиеся на рынке;
- узнать о возможных способах воздействия на потребительский спрос и т.д.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Учебная дисциплина (модуль) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

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

Краеведение

Туристское регионоведение России.

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

Лингвистическое сопровождение туризма и индустрии гостеприимства

III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки.

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

Компетенция	Результаты обучения	Индикаторы компетенций
--------------------	----------------------------	-------------------------------

ПК-2. Владеет экстралингвистической информацией в соответствующей области знаний	Знать: экстралингвистические факторы развития региона в контексте формирования знаний по маркетингу и менеджменту Уметь: применять экстралингвистическую информацию при осуществлении профессиональной деятельности в контексте маркетинговых задач. Владеть: методами осуществления педагогической и организационной деятельности по проектированию и реализации основных и дополнительных образовательных программ в сфере региональных исследований	ИДК-ПК-2.1. Применяет экстралингвистическую информацию при осуществлении переводческой деятельности в сфере межязыковой и межкультурной коммуникации ИДК-ПК-2.2. Применяет экстралингвистическую информацию в процессе осуществления экскурсионной деятельности в сфере туризма и гостиничного дела
---	---	--

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины составляет 5 зач. ед., 180 час.

Из них 56 час. – практическая подготовка

Форма промежуточной аттестации: зачет (7 семестр), зачет с оценкой (8 семестр)

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 трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости/ Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
					Контактная работа преподавателя с обучающимися				
					Лекция	Семинар/ Практическое, лабораторное занятие/	Консультация		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Понятие менеджмента. Основные категории менеджмента	VII	15	7	3	7	-	9	Контрольная работа, устный опрос / Зачет
2	Управленческая ситуация и ситуационные факторы в менеджменте	VII	15	7	3	7	-	9	Контрольная работа, устный

									опрос / Зачет
3	Мотивация деятельности	VII	16	7	4	7	-	9	Контрольная работа, устный опрос / Зачет
4	Процессы контроля в менеджменте	VII	16	7	4	7	-	9	Контрольная работа, устный опрос / Зачет
5	Эффективность системы управления на предприятии и методы ее повышения	VII	17	8	4	8	-	9	Контрольная работа, устный опрос / Зачет
6	Маркетинг как концепция рыночного управления	VIII	12	4	4	4	-	4	Контрольная работа, устный опрос / Зачет с оценкой
7	Формирование продуктовой политики	VIII	12	4	4	4	-	4	Контрольная работа, устный опрос / Зачет с оценкой
8	Предплановый маркетинговый анализ	VIII	12	4	4	4	-	4	Контрольная работа, устный опрос / Зачет с оценкой
9	Реклама как инструмент продвижения продукта	VIII	12	4	4	4	-	5	Контрольная работа, устный опрос / Зачет с оценкой
10	Организация маркетинга	VIII	12	4	4	4	-	5	Контрольная работа, устный опрос / Зачет с оценкой

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	Трудоемкость (час.)		
VII	Понятие менеджмента. Основные категории менеджмента	Подготовка к контрольной работе / устному опросу	1 неделя	9	См. колонку «Форма текущего контроля успеваемости/ Форма промежуточной аттестации (по семестрам)» в п. 4.1.	См. п. V
VII	Управленческая ситуация и ситуационные факторы в менеджменте	Подготовка к контрольной работе / устному опросу	1 неделя	9	См. колонку «Форма текущего контроля успеваемости/ Форма промежуточной аттестации (по семестрам)» в п. 4.1.	См. п. V
VII	Мотивация деятельности	Подготовка к контрольной работе / устному опросу	1 неделя	9	См. колонку «Форма текущего контроля успеваемости/ Форма промежуточной аттестации (по семестрам)» в п. 4.1.	См. п. V
VII	Процессы контроля в менеджменте	Подготовка к контрольной работе / устному опросу	1 неделя	9	См. колонку «Форма текущего контроля успеваемости/ Форма промежуточной аттестации (по семестрам)» в п. 4.1.	См. п. V
VII	Эффективность системы управления на предприятии и методы ее повышения	Подготовка к контрольной работе / устному опросу	1 неделя	9	См. колонку «Форма текущего контроля успеваемости/ Форма промежуточной аттестации (по семестрам)» в п. 4.1.	См. п. V
VIII	Маркетинг как концепция рыночного управления	Подготовка к контрольной работе / устному опросу	1 неделя	4	См. колонку «Форма текущего контроля успеваемости/ Форма промежуточной аттестации (по семестрам)» в п. 4.1.	См. п. V

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Трудоемкость (час.)		
VIII	Формирование продуктовой политики	Подготовка к контрольной работе / устному опросу	1 неделя	4	См. колонку «Форма текущего контроля успеваемости/ Форма промежуточной аттестации (по семестрам)» в п. 4.1.	См. п. V
VIII	Предплановый маркетинговый анализ	Подготовка к контрольной работе / устному опросу	1 неделя	4	См. колонку «Форма текущего контроля успеваемости/ Форма промежуточной аттестации (по семестрам)» в п. 4.1.	См. п. V
VIII	Реклама как инструмент продвижения продукта	Подготовка к контрольной работе / устному опросу	1 неделя	5	См. колонку «Форма текущего контроля успеваемости/ Форма промежуточной аттестации (по семестрам)» в п. 4.1.	См. п. V
VIII	Организация маркетинга	Подготовка к контрольной работе / устному опросу	1 неделя	5	См. колонку «Форма текущего контроля успеваемости/ Форма промежуточной аттестации (по семестрам)» в п. 4.1.	См. п. V
Общий объем самостоятельной работы по дисциплине (час)				67		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)				67		

4.3. Содержание учебного материала

№ п/п	Раздел / модуль / тема	Содержание
1	Понятие менеджмента. Основные категории менеджмента	Терминологические особенности курса Содержание менеджмента Специализация менеджеров Эволюция теории менеджмента за рубежом Развитие науки об управлении в России
2	Управленческая ситуация и ситуационные факторы в менеджменте	Ситуационные факторы управления Методы анализа внешней среды организации
3	Мотивация деятельности	Содержательные теории мотивации Процессуальные теории мотивации.
4	Процессы контроля в менеджменте	Контроль как функция менеджмента Виды контроля Свойства эффективного контроля
5	Эффективность системы управления на предприятии и методы ее повышения	Виды эффективности Факторы эффективности менеджмента организации Модель эффективности «7-С»
6	Маркетинг как концепция рыночного управления	Основные понятия маркетинга. Цели маркетинга и его виды. Внешняя среда и комплекс маркетинга. Эволюция концепции маркетинга. Использование маркетинга в различных условиях конкурентной борьбы. Направления и возможности применения маркетинга отечественными предприятиями.
7	Формирование продуктовой политики	Продукт как элемент комплекса маркетинга. Управление разработкой новых продуктов.
8	Предплановый маркетинговый анализ	Сегментация рынка. Выбор целевых рынков. Выбор позиции на рынке/ Ценообразование в системе маркетинга. Факторы, влияющие на величину цены. Определение базисных цен. Установление цены продажи. Изучение цены.
9	Реклама как инструмент продвижения продукта	Понятие рекламы и планирование рекламной компании. Продвижение компании. Стимулирование сбыта. Персональные продажи. Связи с общественностью.
10	Организация маркетинга	Оргструктура управления маркетингом. Распределение задач, прав и ответственности в системе управления маркетингом. Совершенствование организации управления предприятием на принципах маркетинга.

4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)		Оценочные средства	Формируемые компетенции (индикаторы)
			Всего часов	Из них практическая подготовка		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	Понятие	7	7	Доклад на практическом	ПК-2 (ИДК-ПК-2.1,2.2)

		менеджмента. Основные категории менеджмента			занятия, участие в обсуждении, устный опрос	
2	2	Управленческая ситуация и ситуационные факторы в менеджменте	7	7	Доклад на практическом занятии, участие в обсуждении, устный опрос	ПК-2 (ИДК- ПК-2.1,2.2)
3	3	Мотивация деятельности	7	7	Доклад на практическом занятии, участие в обсуждении, устный опрос	ПК-2 (ИДК- ПК-2.1,2.2)
4	4	Процессы контроля в менеджменте	7	7	Доклад на практическом занятии, участие в обсуждении, устный опрос	ПК-2 (ИДК- ПК-2.1,2.2)
5	5	Эффективность системы управления на предприятии и методы ее повышения	8	8	Доклад на практическом занятии, участие в обсуждении, устный опрос	ПК-2 (ИДК- ПК-2.1,2.2)
6	6	Маркетинг как концепция рыночного управления	4	4	Доклад на практическом занятии, участие в обсуждении, устный опрос	ПК-2 (ИДК- ПК-2.1,2.2)
7	7	Формирование продуктовой политики	4	4	Доклад на практическом занятии, участие в обсуждении, устный опрос	ПК-2 (ИДК- ПК-2.1,2.2)
8	8	Предплановый маркетинговый анализ	4	4	Доклад на практическом занятии, участие в обсуждении, устный опрос	ПК-2 (ИДК- ПК-2.1,2.2)
9	9	Реклама как инструмент продвижения продукта	4	4	Доклад на практическом занятии, участие в обсуждении, устный опрос	ПК-2 (ИДК- ПК-2.1,2.2)
10	10	Организация маркетинга	4	4	Доклад на практическом занятии, участие в обсуждении, устный опрос	ПК-2 (ИДК- ПК-2.1,2.2)

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

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	2	3	4	5
1	Понятие менеджмента. Основные категории менеджмента	Подготовиться к докладу на практическом занятии, участию в обсуждении, устном опросе, контрольной работе	ПК-2	ИДК-ПК-2.1,2.2
2	Управленческая ситуация и ситуационные факторы в менеджменте	Подготовиться к докладу на практическом занятии, участию в обсуждении, устном опросе, контрольной работе	ПК-2	ИДК-ПК-2.1,2.2
3	Мотивация деятельности	Подготовиться к докладу на практическом занятии, участию в обсуждении, устном опросе, контрольной работе	ПК-2	ИДК-ПК-2.1,2.2
4	Процессы контроля в менеджменте	Подготовиться к докладу на практическом занятии, участию в обсуждении, устном опросе, контрольной работе	ПК-2	ИДК-ПК-2.1,2.2
5	Эффективность системы управления на предприятии и методы ее повышения	Подготовиться к докладу на практическом занятии, участию в обсуждении, устном опросе, контрольной работе	ПК-2	ИДК-ПК-2.1,2.2
6	Маркетинг как концепция рыночного управления	Подготовиться к докладу на практическом занятии, участию в обсуждении, устном опросе, контрольной работе	ПК-2	ИДК-ПК-2.1,2.2
7	Формирование продуктовой политики	Подготовиться к докладу на практическом занятии, участию в обсуждении, устном опросе, контрольной работе	ПК-2	ИДК-ПК-2.1,2.2
8	Предплановый маркетинговый анализ	Подготовиться к докладу на практическом занятии, участию в обсуждении, устном опросе, контрольной работе	ПК-2	ИДК-ПК-2.1,2.2
9	Реклама как инструмент продвижения продукта	Подготовиться к докладу на практическом занятии, участию в обсуждении, устном опросе, контрольной работе	ПК-2	ИДК-ПК-2.1,2.2
10	Организация маркетинга	Подготовиться к докладу на практическом занятии,	ПК-2	ИДК-ПК-2.1,2.2

		участию в обсуждении, устном опросе, контрольной работе		
--	--	---	--	--

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Согласно новой образовательной парадигме независимо от профиля подготовки и характера работы любой начинающий специалист должен обладать такими общекультурными и профессиональными компетенциями, включающими фундаментальные знания, профессиональные умения и навыки деятельности своего профиля, опыта творческой и исследовательской деятельности по решению новых проблем, опытом социально-оценочной деятельности. Две последние составляющие образования формируются именно в процессе самостоятельной работы студентов. Никакие знания, не подкрепленные самостоятельной деятельностью, не могут стать подлинным достоянием человека. Кроме того, самостоятельная работа имеет воспитательное значение: она формирует самостоятельность не только как совокупность компетенций, но и как черту характера, играющую существенную роль в структуре личности современного специалиста высшей квалификации.

Самостоятельная работа – это вид учебной деятельности, одна из организационных форм обучения, протекающая вне непосредственного контакта с преподавателем (дома, в лаборатории ТСО) или управляемая преподавателем опосредованно через предназначенные для этой цели учебные материалы.

Самостоятельная работа представляет собой овладение компетенциями, включающими научные знания, практические умения и навыки во всех формах организации обучения, как под руководством преподавателя, так и без него. При этом необходимо целенаправленное управление самостоятельной деятельностью учеников посредством формулировки темы-проблемы, ее расшифровки через план или схему, указания основных и дополнительных источников, вопросов и заданий для самоконтроля осваиваемых знаний, заданий для развития необходимых компетенций, сроков консультации и форм контроля. В настоящих методических рекомендациях мы попытались обозначить основные вопросы, касающиеся организации СРС в вузах как для преподавателей, так и для студентов.

ПАМЯТКА ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА ПРИ ВЫПОЛНЕНИИ ДОМАШНИХ ЗАДАНИЙ

Этапы работы		Контролируй себя!	Напоминай себе!
1. Приступая к выполнению задания		1. Определи, какие задания нужно выполнить. 2. Обдумай, как лучше, быстрее и продуктивнее это сделать (план в уме).	1. Смотри записи о домашнем задании. 2. Достань необходимые учебники, наведи порядок на рабочем месте. 3. Установи последовательность выполнения заданий. 4. Раздели время на каждый предмет.
2. Выполняя домашнее задание	В начале	1. Справляюсь, что задано, что нужно сделать. Вспомню содержание материала из объяснения преподавателя.	1. Уясни требования задания. 2. вспомни пояснения преподавателя к выполнению задания.
	В ходе	1. Проверяю себя: то ли я делаю, что требуется? 2. Так ли я действую, как надо?	1. Не отвлекайся! 2. Следи за своими действиями! 3. Умей уложиться во время!

	В конце	3. Уложусь ли я в отведенное время? 1. Устанавливаю, что еще не выполнено. 2. Даю оценку результату своей работы. 3. Учитываю, сколько сэкономлено времени.	1. Проверь себя: все ли выполнено? 2. Верно ли выполнено?
3. Завершая работу		1. Контролирую полноту и качество выполнения задания. 2. Что можно дополнительно сделать? 3. Планирую свой ответ на занятии. 4. Определяю: что следует уточнить у преподавателя, у товарища.	1. Проверить глубину своих знаний. 2. Если нужно, дорабатывай, устрани пробелы. 3. Оцени свои успехи и учти ошибки на будущее.

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Дисциплина не предусматривает подготовку курсовых работ.

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

Электронная информационно-образовательная среда университета обеспечивает доступ к электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам.

Библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль).

Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и обновляется (при необходимости).

а) перечень литературы

1. Исаев, Р.А Менеджмент туризма [Текст] : основы менеджмента: Учеб. для студ. вузов турист. профиля / Рос. междунар. акад. туризма. - М. : Финансы и статистика, 2002. - 351 с. ; 21 см. - Библиогр.: с. 346-348. - ISBN 5-279-02447-3

2. Исаев, Р.А. Основы менеджмента [Текст] : учеб. для студ. вузов / А. К. Семенов, В. И. Набоков. - 4-е изд. - М. : Дашков и К', 2007. - 554 с. : ил. ; 21 см. - ISBN 5-91131-188-7
3. Ким, А.С. Маркетинг: учебное пособие / А.С. Ким. – М.: Дашков и К, 2010.

4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] : научное издание / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - 12-е изд., [с изм. и доп.]. - СПб. : Питер, 2010. - 814 с

б) периодические издания

Маркетинг менеджмент

Маркетинг и маркетинговые исследования

в) список авторских методических разработок:

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

ООО «Издательство Лань». Информационное письмо от 13.09.2013 г. Адрес доступа: <http://e.lanbook.com/> Срок действия: бессрочный.

ООО «Библиотех» Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. Лицензионное соглашение № 31 от 22.02.2011 г. Адрес доступа: <https://isu.bibliotech.ru/> Срок действия: бессрочный.

УИС РОССИЯ. Письмо от директора НБ ИГУ № 26/06 от 19. 12.2006 г. (доступ пре- доставляется по обращению Руководителя организации). Адрес доступа: <http://uisrussia.msu.ru/> Срок действия – без ограничений.

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Учебно-лабораторное оборудование:

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория укомплектована специализированной (учебной) мебелью на 40 рабочих мест, оборудована техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории: телевизор Panasonic, мобильный комплекс: демонстрационное оборудование (ноутбук Lenovo, акустическая система LG) и учебно-наглядные пособия (карта), наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория укомплектована специализированной (учебной) мебелью на 20 рабочих мест, оборудована техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории: телевизор Panasonic, мобильный комплекс: демонстрационное оборудование (ноутбук Lenovo, акустическая система LG) и учебно-наглядные пособия (карта) , наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.

Помещение для организации самостоятельной работы: аудитория укомплектована специализированной (учебной) мебелью на 10 рабочих мест с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, оборудована техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории: монитор Samsung LCD17, системный блок IRU, Альфа-775 (12 шт), наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.

6.2. Программное обеспечение:

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (подробная информация размещена на сайте ИГУ)

№ п/п	Наименование
1.	Adobe Reader DC 2019.008.20071
2.	IrfanView 4.42
3.	Foxit PDF Reader 8.0
4.	Google Chrome

5.	Java 8
6.	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- Стандартный Russian Edition. 250-499.
7.	Microsoft Office Enterprise 2007 Russian Academic OPEN No Level
8.	Mozilla Firefox
9.	Office 365 ProPlus for Students
10.	OpenOffice 4.1.3
11.	Opera 45
12.	PDF24Creator 8.0.2
13.	Skype 7.30.0
14.	VLC Player 2.2.4
15.	WinPro 10 RUS Upgrd OLP NL Acdmc.
16.	7zip 18.06

6.3. Технические и электронные средства:

При преподавании дисциплины применяются актуальные на момент прохождения курса технические и электронные средства обучения и контроля знаний студентов (презентации, фрагменты фильмов, комплекты плакатов, наглядных пособий, контролирующих программ и демонстрационных установок), их использование предусмотрено методической концепцией преподавателя, соответствует целям и задачам курса и содержанию дисциплины, направлено на формирование необходимых компетенций.

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При проведении учебных занятий преподаватель обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств, курс включает проведение интерактивных занятий, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание тем на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

Применяются образовательные технологии дистанционного обучения с применением платформ belca.isu.ru, VooV, MSTeams и других.

Использование интерактивной модели обучения предусматривают моделирование жизненных ситуаций, использование ролевых игр, совместное решение проблем. Исключается доминирование какого-либо участника учебного процесса или какой-либо идеи. Создается среда образовательного общения, которая характеризуется открытостью, взаимодействием участников, равенством их аргументов, накоплением совместного знания. Из объекта воздействия студент становится субъектом взаимодействия, он сам активно участвует в процессе обучения, следуя своим индивидуальным маршрутом. Преподаватель мотивирует обучающихся к самостоятельному поиску информации. Задачей преподавателя становится создание условий для инициативы студентов. Преподаватель отказывается от роли фильтра, пропускающего через себя учебную информацию, и выполняет функцию помощника в работе, одного из источников информации.

Учебный процесс, опирающийся на использование интерактивных методов обучения, организуется с учетом включенности в процесс познания всех студентов группы, каждый вносит свой особый индивидуальный вклад, в ходе работы идет обмен

знаниями, идеями, способами деятельности, обязательна обратная связь, возможность взаимной оценки и контроля.

К методам интерактивного обучения относятся те, которые способствуют вовлечению в активный процесс получения и переработки знаний. Интерактивные методы пробуждают у обучающихся интерес, поощряют активное участие каждого в учебном процессе, обращаются к чувствам каждого обучающегося, способствуют эффективному усвоению учебного материала, оказывают многоплановое воздействие на обучающихся, осуществляют обратную связь (ответная реакция аудитории), формируют у обучающихся мнения и отношения, формируют жизненные навыки, способствуют изменению поведения.

В рамках учебного курса предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Наименование тем занятий с указанием форм/ методов/ технологий обучения:

№ п/п	Тема занятия	Вид занятия	Форма / методы / технологии дистанционного, интерактивного обучения	Количество часов
1	2	3	4	5
1	Понятие менеджмента. Основные категории менеджмента	Практическое занятие	Преподавание тем на основе результатов научных исследований, полученных на базе университета, применение дистанционного обучения через электронные обучающие платформы	7
2	Управленческая ситуация и ситуационные факторы в менеджменте	Практическое занятие	Групповая дискуссия	7
3	Мотивация деятельности	Практическое занятие	Тренинг, применение дистанционного обучения через электронные обучающие платформы	7
4	Процессы контроля в менеджменте	Практическое занятие	Преподавание тем на основе результатов научных исследований, полученных на базе университета	7
5	Эффективность системы управления на предприятии и методы ее повышения	Практическое занятие	Анализ имитационных моделей	8
6	Маркетинг как	Практическое	Анализ ситуаций	4

	концепция рыночного управления	занятие		
7	Формирование продуктовой политики	Практическое занятие	Интерактивное занятие	4
8	Предплановый маркетинговый анализ	Практическое занятие	Ролевая игра, применение дистанционного обучения через электронные обучающие платформы	4
9	Реклама как инструмент продвижения продукта	Практическое занятие	Тренинг	4
10	Организация маркетинга	Практическое занятие	Анализ ситуаций, применение дистанционного обучения через электронные обучающие платформы	4
Итого часов:				56

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Материалы для проведения текущего и промежуточного контроля знаний студентов:

№	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Контролируемые компетенции/ индикаторы
1	2	3	4
1	Контрольная работа, устный опрос / Зачет	Понятие менеджмента. Основные категории менеджмента	ПК-2 (ИДК-ПК-2.1,2.2)
2	Контрольная работа, устный опрос / Зачет	Управленческая ситуация и ситуационные факторы в менеджменте	ПК-2 (ИДК-ПК-2.1,2.2)
3	Контрольная работа, устный опрос / Зачет	Мотивация деятельности	ПК-2 (ИДК-ПК-2.1,2.2)
4	Контрольная работа, устный опрос / Зачет	Процессы контроля в менеджменте	ПК-2 (ИДК-ПК-2.1,2.2)
5	Контрольная работа, устный опрос / Зачет	Эффективность системы управления на предприятии и	ПК-2 (ИДК-ПК-2.1,2.2)

		методы ее повышения	
6	Контрольная работа, устный опрос / Зачет с оценкой	Маркетинг как концепция рыночного управления	ПК-2 (ИДК-ПК-2.1,2.2)
7	Контрольная работа, устный опрос / Зачет с оценкой	Формирование продуктовой политики	ПК-2 (ИДК-ПК-2.1,2.2)
8	Контрольная работа, устный опрос / Зачет с оценкой	Предплановый маркетинговый анализ	ПК-2 (ИДК-ПК-2.1,2.2)
9	Контрольная работа, устный опрос / Зачет с оценкой	Реклама как инструмент продвижения продукта	ПК-2 (ИДК-ПК-2.1,2.2)
10	Контрольная работа, устный опрос / Зачет с оценкой	Организация маркетинга	ПК-2 (ИДК-ПК-2.1,2.2)

Демонстрационный вариант контрольной работы:

1. Матрица Бостонской Консалтинговой Группы (BCG). Эталонные стратегии компании. SWOT – ССВУ (сила-слабость-возможности-угрозы) анализ.
2. Основные факторы макросреды в деятельности фирмы;
3. Почему маркетинг реагирует на демографические перемены

Демонстрационный вариант устного опроса:

1. Логика управления. Функции и процессы менеджмента. «Колесо менеджмента». Уровни управления
2. Понятие управленческой ситуации. Ситуационные переменные внутри организации. Ситуационные факторы внешней среды
3. Методы анализа внешней среды организации. Основные характеристики окружения организации по И.Ансоффу. ПЭСТ (политический-экономический-социальный-технологический) – анализ внешней среды организации.

Примерный перечень вопросов и заданий к зачету/экзамену:

1. Основные термины менеджмента: управление, менеджмент, менеджер, организация, эффективность менеджмента
2. Содержание менеджмента. Управление организацией как открытой системой. Содержание менеджмента с точки зрения деятельности по удовлетворению потребностей клиентов
3. Школы человеческих отношений и поведенческих наук. Школа научного управления и классическая школа (школа административного подхода).
4. Основные подходы к управлению: процессный, системный, ситуационный. Современные концепции менеджмента.
5. Содержание функции планирования. Эволюция взглядов на способы подготовки предприятия к будущему.
6. Стратегическое видение, миссия и стратегические цели организации.
7. Стратегия и конкурентное преимущество. Пять основных конкурентных стратегий по М.Портеру.

8. Организация как функция менеджмента. Организационная структура..
9. Типология организаций. Функциональная (традиционная), дивизиональная, матричная, множественная организация.
10. Задачи процесса мотивации в менеджменте.
11. Содержательные теории мотивации (Теория А. Маслоу, Теория Д. МакКлелланда, Двухфакторная модель Ф. Герцберга).
12. Процессуальные теории мотивации (теория ожиданий В. Врума , теория справедливости). Модель Портера-Лоулера.
13. Контроль как функция менеджмента. Условия эффективного контроля. Принципы контроля
14. Дать определение маркетинга и рассказать о его роли в экономике;
15. Пять подходов к управлению маркетингом;
16. Что означает система маркетинга для продавца, покупателя;
17. Концепции управления маркетингом;
18. Основные цели системы маркетинга;
19. Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов;
20. Комплекс маркетинга;
21. Модели организации отдела маркетинга;
22. Значение информации для деятельности фирмы;
23. Основные составляющие системы маркетинговой информации;
24. Этапы проведения маркетинговых исследований;
25. Преимущества и недостатки различных методов сбора информации;
26. Основные факторы микросреды в деятельности фирмы;
27. Основные факторы макросреды в деятельности фирмы;
28. Каким образом культурное окружение влияет на покупательские привычки фирмы;
29. Взаимосвязь между побудительными приемами маркетинга и привычками покупателя;
30. Факторы, влияющие на покупательское поведение потребителя;

Разработчики:

О.В. Кумялова, ст. преподаватель кафедры китаеведения

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению и профилю подготовки.

Программа рассмотрена на заседании кафедры регионоведения АТР.

Протокол № 6 от «31» января 2025 г.

Зав. кафедрой: О.В. Кузнецова



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