



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»
Кафедра востоковедения и регионоведения АТР

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета иностранных языков

О.В. Кузнецова
«30» апреля 2020 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины (модуля):
Б1.В.07 Менеджмент и маркетинг

Направление подготовки: 45.03.02 Лингвистика

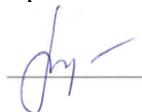
Тип образовательной программы: прикладной бакалавриат

Направленность (профиль) подготовки: Лингвистическое обеспечение туризма и гостиничного дела (первый иностранный язык - английский, второй иностранный язык - китайский)

Квалификация выпускника - бакалавр

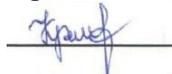
Форма обучения: очная

Согласовано с УМК ИФИЯМ
Протокол № 10 от «30» апреля 2020 г.
Председатель:



О.Л. Михалёва

Рекомендовано кафедрой:
Протокол № 6 от «30» апреля 2020 г.
Зав. кафедрой востоковедения
и регионоведения АТР



Е.В. Кремнёв

Иркутск 2019 г.

1. Цели и задачи дисциплины (модуля):

Цели освоения дисциплины соотносятся с общими целями основной образовательной программы и заключаются в подготовке студентов к осуществлению информационно-аналитической профессиональной деятельности, основанной на комплексном анализе закономерностей формирования, функционирования и развития современной системы управления на предприятии, в регионе, государстве; формирование у студентов навыков эффективной деятельности менеджера в рыночной среде, необходимых для решения профессиональных задач во всех видах деятельности, востребованных в регионах Сибири и Дальнего Востока и других регионах страны при осуществлении лингвистического обеспечения туризма и гостиничного дела.

Задачи дисциплины соотносятся с общими целями основной образовательной программы и заключаются в подготовке бакалавра к пониманию следующих задач в области менеджмента и маркетинга:

- получить базовые представления о целях и задачах, видах и этапах развития менеджмента,
- иметь представление о роли менеджера в современном обществе и его функциях,
- изучить основные понятия и основные разделы менеджмента,
- изучить понятия и сущность маркетинга,
- знать содержание таких концепций управления предприятиями как управление требованиями, управление цепями поставок, управление цепями требований;
- владеть информацией об основных периодах развития управления;
- уметь привести примеры эффективного управления на предприятиях России и стран ближнего и дальнего зарубежья;
- уметь анализировать рынки сбыта продукции;
- получить базовые навыки исследования субъекта и объекта управления предприятиями;
- знать сущность менеджмента и его основные функции:
- сущность маркетинга;
- получить представление о недостатках и достоинствах основных стилей управления предприятиями;
- приобрести навыки дискуссии по основным проблемам управления современными предприятиями, уметь рассчитывать параметры конкурентоспособности типов рыбоводных предприятий.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к числу обязательных дисциплин вариативной части учебного плана.

Входные знания, умения и компетенции студента, необходимые для ее изучения: знания, умения и навыки в области экономики.

Данная дисциплина не является предшествующей для каких-либо дисциплин, т.к. изучается в 7 и 8 семестрах.

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля):

Процесс изучения дисциплины (модуля) направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-11; ОПК-12; ПК-16.

В результате изучения дисциплины студент должен (в соответствии с формируемыми компетенциями):

Знать: основные принципы работы с компьютером как средством получения, обработки и управления информацией;

Уметь: работать с различными носителями информации, распределенными базами данных и знаний, с глобальными компьютерными сетями;

Владеть: необходимыми интеракционными и контекстными знаниями, позволяющими преодолевать влияние стереотипов и адаптироваться к изменяющимся условиям при контакте с представителями различных культур.

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы (разделяется по формам обучения)

Вид учебной работы	Всего часов / зачетных единиц	Семестры			
		7	8		
Аудиторные занятия (всего)	180	108	72		
В том числе:	-	-	-		
Лекции		36	12		
Практические занятия (ПЗ)		36	24		
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)		32	34		
В том числе:	-	-	-		
Курсовой проект (работа)					
Расчетно-графические работы					
Реферат (при наличии)					
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>					
СР (подготовка к практическим занятиям)					
КСР		4	2		
Вид промежуточной аттестации (<i>зачет, зачет с оценкой</i>)					
Контактная работа (всего)					
Общая трудоемкость	часы	180	108	72	
	зачетные единицы	5	3	2	

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Содержание разделов и тем дисциплины (модуля)

№ раздела (или темы)	Наименование раздела (или темы)	Содержание раздела (или темы)
1	Основные понятия менеджмента и маркетинга.	Цели и задачи предприятия, внутренняя и внешняя его среда его функционирования.
2	Рынок как общественная система. Понятие и классификация структур.	Рынок как форма организации хозяйства. Основные виды рынков. Конкуренция, как основной процесс развития отношений
3	Менеджмент, его сущность и значение в условиях рынка.	Менеджмент – это особый вид профессиональной деятельности. Основа современного менеджмента.
4	Роль маркетинга в экономическом развитии	Маркетинг – вид деятельности, направленный на удовлетворение нужд людей посредством обмена на рынке.
5	Общие и основные функции менеджмента.	Прогнозирование. Планирование. Организация. Регулирование. Мотивация. Координация. Контроль. Учет.
6	Коммуникации в управлении	Понятие коммуникации. Виды коммуникации. Управление коммуникациями на предприятии.
7	Актуальность проведения Маркетинговых исследований.	Предпосылки проведения маркетинговых исследований. Преимущества, получаемые предприятием в результате проведения маркетинговых исследований.
8	Методы проведения маркетинговых исследований.	Опрос. Панельный метод обследования. Эксперимент. Наблюдение.

5.2 Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	№№ разделов и тем данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин (вписываются разработчиком)									
1.											
2.											

5.3. Разделы и темы дисциплин (модулей) и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела	Наименование темы	Виды занятий в часах					
			Лекц.	Практ. зан.	Семина	Лаб. зан.	СРС	Всего
1.	Основные понятия менеджмента и маркетинга.	Основные понятия менеджмента и маркетинга.	4	4			4	12
2.	Рынок как общественная система. Понятие и классификация структур.	Рынок как общественная система. Понятие и классификация структур.	8	8			4	20
3.	Менеджмент, его сущность и значение в условиях рынка.	Менеджмент, его сущность и значение в условиях рынка.	8	8			8	24
4.	Роль маркетинга в экономическом развитии	Роль маркетинга в экономическом развитии	8	8			8	24
5.	Общие и основные функции менеджмента.	Общие и основные функции менеджмента.	8	8			8	24
6.	Коммуникации в управлении	Коммуникации в управлении	4	8			10	22
7.	Актуальность проведения Маркетинговых исследований.	Актуальность проведения Маркетинговых исследований.	4	8			12	24
8.	Методы проведения маркетинговых исследований.	Методы проведения маркетинговых исследований.	4	8			12	24

--	--	--	--	--	--	--	--	--

6. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	2	3	4	5	6
1.	1	Основные понятия менеджмента и маркетинга.	4	Контрольная работа	ОПК - 11; ОПК - 12; ПК-16
2.	2	Рынок как общественная система. Понятие и классификация структур.	8	Контрольная работа	ОПК - 11; ОПК - 12; ПК-16
3.	3	Менеджмент, его сущность и значение в условиях рынка.	8	Контрольная работа	ОПК - 11; ОПК - 12; ПК-16
4.	4	Роль маркетинга в экономическом развитии	8	Контрольная работа	ОПК - 11; ОПК - 12; ПК-16
5.	5.	Общие и основные функции менеджмента.	8	Контрольная работа	ОПК - 11; ОПК - 12; ПК-16
6.	6.	Коммуникации в управлении	8	Контрольная работа	ОПК - 11; ОПК - 12; ПК-16
7.	7.	Актуальность проведения Маркетинговых исследований.	8	Контрольная работа	ОПК - 11; ОПК -

					12; ПК-16
8.	8.	Методы проведения маркетинговых исследований.	8	Контрольная работа	ОПК - 11; ОПК - 12; ПК-16

6.1. План самостоятельной работы студентов

№ нед.	Тема	Вид самостоятельной работы	Задание	Рекомендуемая литература	Количество часов
1.	Основные понятия менеджмента и маркетинга.	Работа над учебным материалом, включая выполнение домашних заданий	Работа с литературой и иными источниками	См. раздел «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»	4
2.	Рынок как общественная система. Понятие и классификация структур.	Работа над учебным материалом, включая выполнение домашних заданий	Работа с литературой и иными источниками	См. раздел «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»	4
3.	Менеджмент, его сущность и значение в условиях рынка.	Работа над учебным материалом, включая выполнение домашних заданий	Работа с литературой и иными источниками	См. раздел «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»	8
4.	Роль маркетинга в экономическом развитии	Работа над учебным материалом, включая выполнение домашних заданий	Работа с литературой и иными источниками	См. раздел «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»	8
5.	Общие и основные функции менеджмента.	Работа над учебным материалом, включая выполнение домашних	Работа с литературой и иными источниками	См. раздел «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»	8

		заданий			
6.	Коммуникации в управлении	Работа над учебным материалом, включая выполнение домашних заданий	Работа с литературой и иными источниками	См. раздел «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»	10
7.	Актуальность проведения Маркетинговых исследований.	Работа над учебным материалом, включая выполнение домашних заданий	Работа с литературой и иными источниками	См. раздел «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»	12
8.	Методы проведения маркетинговых исследований.	Работа над учебным материалом, включая выполнение домашних заданий	Работа с литературой и иными источниками	См. раздел «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»	12

6.2. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Согласно новой образовательной парадигме независимо от профиля подготовки 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		<ol style="list-style-type: none"> 1. Определи, какие задания нужно выполнить. 2. Обдумай, как лучше, быстрее и продуктивнее это сделать (план в уме). 	<ol style="list-style-type: none"> 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	<ol style="list-style-type: none"> 1. Справляюсь, что задано, что нужно сделать. Вспомню содержание материала из объяснения преподавателя. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Уясни требования задания. 2. вспомни пояснения преподавателя к выполнению задания.
	В ходе	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проверяю себя: то ли я делаю, что требуется? 2. Так ли я действую, как надо? 3. Уложусь ли я в отведенное время? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Не отвлекайся! 2. Следи за своими действиями! 3. Умей уложиться во время!
	В конце	<ol style="list-style-type: none"> 1. Устанавливаю, что еще не выполнено. 2. Даю оценку результату своей работы. 3. Учитываю, сколько сэкономлено времени. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проверь себя: все ли выполнено? 2. Верно ли выполнено?
3. Завершая работу		<ol style="list-style-type: none"> 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. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проверить глубину своих знаний. 2. Если нужно, дорабатывай, устрани пробелы. 3. Оцени свои успехи и учти ошибки на будущее.

7. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые по дисциплине не предусмотрены.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля):

а) основная литература:

1. **Котлер, Филип. Маркетинг менеджмент** [Текст] : научное издание / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - 12-е [межд.] изд. - СПб. : Питер, 2006. - 814 с. : ил. ; 25 см. - (Классический зарубежный учебник). - Библиогр.: с. 794-799. - Имен. указ.: с. 800-801. - Предм. указ.: с.

801-806. - Пер. изд. : Marketing management / P. Kotler, K. L. Keller. - ISBN 5-469-00989-0 (50 экз.)

2. Герчикова, Ирина Никоновна. Менеджмент [Текст] = Management : учеб. для студ. вузов / И. Н. Герчикова. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2006. - 499 с. ; 24 см. - (Золотой фонд российских учебников). - Библиогр.: с. 490-499. - ISBN 5-238-00657-8 (49 экз.)

б) дополнительная литература:

1. Ламбен, Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг [Текст] : учебник / Ж. -Ж. Ламбен. - М. ; СПб. : Питер, 2007. - 798 с. ; 23 см. - (Классика МВА). - Библиогр.: с.764-785. - Предм. указ.: с. 786-798. - Пер. изд. : Market-driven management / Jean-Jacques Lambin. - ISBN 5-272-00136-2 : – 12 экз.

2. Жукова, Марина Александровна. Менеджмент в туристском бизнесе [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов / М. А. Жукова. - М. : КноРус, 2005. - 191 с. : ил. ; 21 см. - Библиогр.: с. 190-191. - ISBN 5-85971-074-7

в) программное обеспечение:

1. «Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 2 year Educational Renewal License». – Срок действия: от **2017.12.13** до **2020-01-21**.
2. Microsoft Desktop Education AllLng License / Software Assurance Pack Academic OLV 1 License Level EE Enterprise 1 Year. Срок действия: от **2018. 12. 01** до **2019. 11. 30**
3. **Drupal 7.5.4**. Условия правообладателя (Лицензия GPL-2.0 - ware free). Условия использования по ссылке: https://www.drupal.org/project/terms_of_use. Обеспечивает работу портала электронного портфолио студентов и аспирантов ИГУ <http://eportfolio.isu.ru>. Срок действия: бессрочно.
4. **Moodle 3.5.1**. – Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Moodle>. Обеспечивает работу информационно-образовательной среды <http://belca.isu.ru>. Срок действия: бессрочно.
5. **Google Chrome 54.0.2840**. Браузер – Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: https://ru.wikipedia.org/wiki/Google_Chrome/ Срок действия: бессрочно.
6. **Mozilla Firefox 50.0**. Браузер – Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <https://www.mozilla.org/ru/about/legal/terms/firefox/>. Срок действия: бессрочно.
7. **Opera 41**. Браузер – Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <http://www.opera.com/ru/terms>. Срок действия: бессрочно.
8. **PDF24Creator 8.0.2**. Приложение для создания и редактирования документов в формате PDF. – Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: https://en.pdf24.org/pdf/lizenz_en_de.pdf. Срок действия: бессрочно.
9. **VLC Player 2.2.4**. Свободный кроссплатформенный медиаплеер. Условия правообладателя (ware free). – Условия использования по ссылке: <http://www.videolan.org/legal.html>. Срок действия: бессрочно.
10. **BigBlueButton**. Открытое программное обеспечение для проведения веб-конференции. Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <https://ru.wikipedia.org/wiki/BigBlueButton>. Обеспечивает работу отдельного модуля Moodle 3.2.1 для работы ИОС. Срок действия: бессрочно.
11. **АСТ-Тест Plus 4.0** (на 75 одновременных подключений) и Мастер-комплект (АСТ-Maker и АСТ-Converter) (ежегодно обновляемое ПО), лицензий - 75 шт.. Договор №1392 от 30.11.2016, срок действия: 3 года.

12. **Sumatra PDF.** свободная программа, предназначенная для просмотра и печати документов в форматах PDF, DjVu[4], FB2, ePub, MOBI, CHM, XPS, CBR/CBZ, для платформы Windows. Условия правообладателя (Лицензия GNU GPL 3-ware free). Условия использования по ссылке: https://ru.wikipedia.org/wiki/Sumatra_PDF. Срок действия: бессрочно.
13. **Media player home classic.** Свободный проигрыватель аудио- и видеофайлов для операционной системы Windows. Условия правообладателя (Лицензия GNU GPL - ware free). Условия использования по ссылке: https://ru.wikipedia.org/wiki/Media_Player_Classic. Срок действия: бессрочно.
14. **AIMP.** Бесплатный аудиопроигрыватель с закрытым исходным кодом, написанный на Delphi. Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <https://www.aimp.ru/>. Срок действия: бессрочно.
15. **Speech analyzer.** Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <http://www-01.sil.org/computing/sa/index.htm>. Срок действия: бессрочно.
16. **Audacity.** Программа анализа звучащей речи. Условия правообладателя (**Лицензия - GNU GPL v2**). Условия использования по ссылке: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Audacity>. Срок действия правообладателя: бессрочно.
17. **Inkscape.** свободно распространяемый векторный графический редактор, удобен для создания как художественных, так и технических иллюстраций. Условия правообладателя: Лицензия **-GNU GPL 2 (ware free)**. Условия использования по ссылке: <https://inkscape.org/ru/download/>. Срок действия: бессрочно.
18. **Skype 7.30.0.** Бесплатное проприетарное программное обеспечение с закрытым кодом, обеспечивающее текстовую, голосовую и видеосвязь через Интернет между компьютерами, опционально используя технологии пиринговых сетей. Условия правообладателя (Лицензия Adware) - Условия использования по ссылке: <https://www.skype.com/ru/about/>. Срок действия: бессрочно.
19. **Adobe Acrobat Reader.** Бесплатный мировой стандарт, который используется для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF. Условия правообладателя: Условия использования по ссылке: <https://get.adobe.com/ru/reader/otherversions/>. Срок действия: бессрочно.
20. **Circles.** Программа интерактивной визуализации многоуровневых данных: числовых значений или древовидные структуры. Условия правообладателя (Лицензия BSD). Условия использования по ссылке: <https://carrotsearch.com/circles/free-trial/>.

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 предоставляется по обращению Руководителя организации). Адрес доступа: <http://uisrussia.msu.ru/> Срок действия – без ограничений.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля):

Специальные помещения:

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория укомплектована специализированной (учебной) мебелью на 20 рабочих мест, оборудована техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой

аудитории: мобильный комплекс: демонстрационное оборудование (ноутбук Lenovo) и учебно-наглядные пособия (карта), проектор SANYO PLCX478 (1 шт.), экран Classic Solution (1 шт.) , 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: мобильный комплекс: демонстрационное оборудование (ноутбук Lenovo) и учебно-наглядные пособия (карта), проектор SANYO PLCX478 (1 шт.), экран Classic Solution (1 шт.) , 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 20 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 E 1920 NR, системный блок IN-WIN (12 шт) , наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.

10. Образовательные технологии:

Реализация компетентного подхода предусматривает использование в рамках курса активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках курса предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

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.

11. Оценочные средства (ОС):

11.1. Оценочные средства для входного контроля

Вопросы для письменной контрольной работы по входному контролю:

1. Назовите основные элементы управления.
2. Проанализируйте сложность управленческого труда: масштабы, степень новизны, оперативность, самостоятельности.

11.2. Оценочные средства текущего контроля

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Контрольная работа	Основные понятия менеджмента и маркетинга.	ОПК -11; ОПК -12; ПК-16
2	Контрольная работа	Рынок как общественная система. Понятие и классификация структур.	ОПК -11; ОПК -12; ПК-16
3	Контрольная работа	Менеджмент, его сущность и значение в условиях рынка.	ОПК -11; ОПК -12; ПК-16
4	Контрольная работа	Роль маркетинга в экономическом развитии	ОПК -11; ОПК -12; ПК-16
5	Контрольная работа	Общие и основные функции менеджмента.	ОПК -11; ОПК -12; ПК-16
6	Контрольная работа	Коммуникации в управлении	ОПК -11; ОПК -12; ПК-16

7	Контрольная работа	Актуальность проведения Маркетинговых исследований.	ОПК -11; ОПК -12; ПК-16
8	Контрольная работа	Методы проведения маркетинговых исследований.	ОПК -11; ОПК -12; ПК-16

Демонстрационный вариант контрольной работы №1

Менеджмент как тип эффективного управления

1. Модели менеджмента.
2. Американская модель менеджмента: особенности управления производством, персоналом, отношения к конкурентам.
3. Японская модель менеджмента: характерные методы управления на японских предприятиях, отношение к персоналу, кадровая политика.
4. Сравнительная характеристика практики менеджмента в США и Японии.
5. Принципы менеджмента.
6. Объективность и универсальность принципов управления.
7. Принципы как основание системы управления.

11.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации (в форме зачет/зачет с оценкой).

Примерный перечень вопросов и заданий к промежуточной аттестации

1. Сущность и значение маркетинговых исследований.
2. Охарактеризуйте компании, занимающиеся проведением маркетинговых исследований.
3. Основные направления маркетинговых исследований.
4. Роль маркетинговых исследований в развитии общества.
5. Отечественный и зарубежный опыт организации и проведения маркетинговых исследований.
6. Этапы процесса маркетинговых исследований и их взаимосвязь.
7. Определение проблемы и целей исследования.
8. Разработка плана исследования.
9. Реализация плана исследования.
10. Подготовка и предоставление полученных результатов.
11. Характеристика и направления использования разведочного исследования.
12. Цели и виды описательного исследования.
13. Цели и характеристика каузальных исследований.
14. Выбор типа проекта исследований.
15. Организация и проведение фокус-группы.
16. Сущность и назначение маркетинговой информационной системы.
17. Первичные и вторичные данные: преимущества, недостатки, источники.
18. Синдикативная информация.
19. Проектный и системный метод сбора маркетинговой информации.
20. Ограничения маркетинговой информационной системы.
21. Сетевые информационные системы.
22. Системы поддержки решений.

23. Общая характеристика методов сбора данных.
24. Факторы, влияющие на выбор метода сбора данных.
25. Опрос как метод сбора данных. Его преимущества и недостатки.
26. Контроль проведения опроса.
27. Сущность и виды эксперимента. Его преимущества и недостатки.
28. Роль экспериментирования в маркетинговых исследованиях.
29. Проектирование экспериментов.
30. Наблюдение как метод сбора данных. Его преимущества и недостатки.
31. Панельный метод обследования.
32. Способы связи с аудиторией при получении данных.
33. Составление анкет.
34. Виды открытых и закрытых вопросов в анкете.
35. Измерения в маркетинговых исследованиях. Построение шкал.
36. Надежность и достоверность измерения маркетинговой информации.
37. Типы тестовых рынков.
38. Основные понятия и этапы разработки выборочного плана.
39. Этапы проектирования выборки.
40. Влияние генеральной совокупности на объём выборки.
41. Типы планов выборки (выборочного контроля).
42. Организация и проведение сбора данных.
43. Механические устройства, используемые в маркетинговых исследованиях.
44. Методы анализа полученных данных при проведении маркетинговых исследований
45. Контроль качества собираемых данных.
46. Основные этапы процесса кодирования
47. Ошибки сбора данных
48. Преобразование данных.
49. Виды статистического анализа.
50. Инструменты дескриптивного анализа.

Разработчик:  Бунаева Н.А.

Программа рассмотрена на заседании кафедры востоковедения и регионоведения АТР.
Протокол № 7 от «15» апреля 2019 г.

Зав. кафедрой востоковедения
и регионоведения АТР

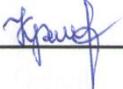


Е.В. Кремнёв

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



Лист изменений, внесенных в рабочую программу

Учебный год	Решение кафедры (№ протокола, дата, подпись зав. кафедрой)	Внесенные изменения	Номера листов		
			замененных	новых	аннулированных
2020 – 2021	№ 1 от 04.09.2020  зав. кафедрой Е.В. Кремнёв	1. В п. 8 внесены изменения, связанные с ежегодным обновлением программного обеспечения (см. сайт www.isu.ru)	-	-	-