



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом МГТУ им. Г.И. Носова
Протокол № 5 от «17» марта 2021 г.

Ректор МГТУ им. Г.И. Носова,
Председатель ученого совета

М.В. Чукин

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки
38.03.01 ЭКОНОМИКА

Направленность (профиль) программы
Цифровой маркетинг

Магнитогорск, 2021

ОП-ЭЭ6-21-2

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ		
УК-1 – Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач		
Философия		
УК-1.1	Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Примерные практические задания: 1. Проанализируйте размышления Б. Рассела, и выявите, что общего у философии с религией и наукой и в чем специфика её предмета и места в духовной жизни: «Философия, как я буду понимать это слово, является чем-то промежуточным между теологией и наукой. Подобно теологии, она состоит в спекуляциях по поводу предметов, относительно которых точное знание оказывалось до сих пор недостижимым; но, подобно науке, она вызывает скорее к человеческому разуму, чем к авторитету, будь то авторитет традиции или откровения. Всё точное знание, по моему мнению, принадлежит к науке; все догмы, поскольку они превышают точное знание, принадлежат к теологии. Но между теологией и наукой имеется Ничья Земля, подвергающаяся атакам с обеих сторон; эта Ничья Земля и есть философия». 2. Прочитайте вопросы и дайте развернутые ответы: 1) Чем, по-вашему мнению, можно объяснить, что именно философия пришла к необходимости постановки основного вопроса философии? 2) Что должно служить основанием для формулировки основного вопроса философии? 3) Как в самой постановке основного вопроса философии отражается мировоззренческая позиция философа? 4) Чем объяснить многообразие и разнообразие постановки этого вопроса? 3. Соотнесите: 1) Основные разделы философии и предмет их изучения; 2) Основные типы мировоззрения и особенности; 3) Основные школы философии (направления) и представители, Примерные тестовые задания: Найдите правильный ответ и обоснуйте его: 1. Поиск и нахождение всеобщих оснований бытия считается предметом: А) философии Б) науки В) религии Г) искусства

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		2. Гуманистическая функция философии состоит в помощи индивиду: А) обрести позитивный и глубинный смысл жизни Б) ориентироваться в кризисных ситуациях В) разрабатывать новые стратегии отношения человека с природой Г) изменении аппарата частных наук. 3. Совокупность наиболее общих взглядов на мир и место в нем человека – это 4. Разновидность идеализма, утверждающая зависимость внешнего мира, его свойств и отношений от сознания человека: А) диалектический Б) субъективный В) непоследовательный Г) объективный 5. Представление о боге, как мировом разуме, сотворившем природу, но не вмешивающемся в её бытие: А) монизм Б) монотеизм В) пантеизм Г) деизм 6. Философия способствует формированию у человека представления о ценностях – в этом состоит функция: А) методологическая Б) воспитательная В) аксиологическая Г) праксеологическая 7. Философская позиция, предполагающая множество исходных оснований и начал бытия: А) плюрализм Б) деизм В) пантеизм Г) релятивизм 8. Ощущение и восприятие есть основа и главная форма достоверного познания, утверждает: А) иррационализм Б) агностицизм В) рационализм Г) сенсуализм

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		9. Методологический принцип, заключающийся в признании относительности, условности и субъективности познания: А) релятивизм Б) сенсуализм В) скептицизм Г) рационализм 10. Философское учение, утверждающее равноправие двух первоначал – материального и духовного – это
УК-1.2	Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; осуществляет поиск информации по различным типам запросов	Примерные тестовые задания: Найдите правильный ответ и обоснуйте его: 1. Изменение индивидом или группой места, занимаемого в социальной структуре – это социальная А) динамика Б) статика В) мобильность Г) стратификация 2. Структура общества и отдельных его слоев, система признаков социальной дифференциации – это социальная А) стратификация Б) динамика В) статика Г) онтология 3. Функция социальной философии, положения которой способствуют предвидению тенденций развития общества: А) мировоззренческая Б) методологическая В) прогностическая Г) гуманистическая 4. Общество – органическое единство всего человечества или какой-либо его части, объединенных идеей «всеобщего согласия», считал: А) О. Конт Б) Г. Спенсер В) Л. Уорд Г) К. Юнг 5. Философ, впервые употребивший термин «социология» –

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		6. На основе социальных действий (целерациональных, ценностно-рациональных, аффективных, традиционных) формируются более сложные социальные формы – социальные отношения, считает: А) М. Вебер Б) П. Сорокин В) Л. Уорд Г) Г. Спенсер 7. Социальные факты подразделяются на факты коллективного сознания (идеи, чувства, легенды, верования, традиции моральные максимы и верования, моральные нормы и юридические кодексы поведения, экономические мотивы и интересы людей), и морфологические факты, обеспечивающие порядок и связь между индивидами: численность и плотность населения, форма жилища, географическое положение, считает: А) М. Вебер Б) П. Сорокин В) Л. Уорд Г) Э. Дюркгейм 8. Фактор, являющийся важнейшим содержанием общественного бытия людей, согласно материалистическому пониманию истории – 9. Общество состоит из: а) социальной структуры (способ воспроизводства социальных отношений); б) социальных обычаев и институтов в) образцов мыслей и чувств, базирующиеся на обычаях, считал – А) М. Вебер Б) П. Сорокин В) А. Редклифф-Браун Г) Э. Дюркгейм 10. Концепция, утверждающая, что историю творит привилегированное меньшинство, называется ... Примерные индивидуальные задания: Составьте глоссарий по следующим темам: «Философская картина мира», «Основные разделы философии», «Основные школы и направления философии», «Древневосточная философия», «Античная философия», «Средневековая философия», «Философия эпохи Возрождения», «Философия Нового времени и эпохи Просвещения», «Немецкая классическая философия», «Философия марксизма», «Русская философия», «Современная западная философия», «Проблема бытия», «Проблема познания», «Проблема идеального», «Человек», «Культура и цивилизация».
УК-1.3	При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок,	Примерные практические задания для экзамена: Прочитайте и прокомментируйте высказывания, аргументируйте свой ответ.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения	1. «Из ничего ничто не может возникнуть, ни одна вещь не может превратиться в ничто» (Демокрит). Сталкивается ли современный человек с проблемой бытия? Обладает ли виртуальность бытием? 2. Абсолютное большинство историков считает, что присоединение Новгорода к Московской Руси являлось прогрессивным явлением: создавалось централизованное русское государство, и все славянские земли надо было объединить. С этим можно согласиться. Но ведь одновременно с тем была похоронена республиканская модель правления – важнейшее демократическое достижение в русских княжествах и землях. Как соотносится общее и уникальное в жизни современного человека? 3. «Чтобы не говорили пессимисты, земля все же совершенно прекрасна, а под луною и просто непоторима» (М.Булгаков). Разум – это величайшее благо или величайшее проклятие человека? 4. «Всякий трудящийся находится в состоянии войны с массой и неблагожелателен к ней в силу личного интереса. Врач желает своим согражданам добрых лихорадок, а поверенный добрых тяжб в каждой семье. Архитектору нужен добрый пожар, который превратил бы в пепел добрую часть города, а стекольщик желает доброго града, который разбил бы все стекла. Портной, сапожник желают публике только материй непрочной окраски и обуви из плохой кожи с тем, чтобы изнашивали вдвое больше, ради блага торговли» (Ш.Фурье) О какой общественно-экономической формации идет речь? Изменились ли намерения современного человека? Чем вызваны эти намерения – «дурной» природой человека или объективными законами истории? 5. «Хромой спутник может обогнать скакуна на лошади, если знает куда идти» (Ф.Бэкон) Что это означает? Какие проблемы в жизни современного человека возникают при определении такого пути? 6. «Если бы материя нее была бы вечной, давно бы весь существующий мир совершенно в ничто превратился (сгорают дрова)» (Лукреций Кар). Свободен ли современный человек от субстанции? Может ли незнание о ее существовании служить аргументом ее ненужности? 7. «Иногда лучший способ погубить человека – это предоставить ему самому выбрать судьбу» (М.Булгаков). В чем сложность свободы для современного человека? 8. «Знание есть только путь к силе» (Т.Гоббс). В чем сила философского знания? 9. Что можно противопоставить подобным рассуждениям? В какой мере приведенные аргументы обосновывают выдвигаемый тезис? Многие западные социологи, принадлежащие к числу сторонников концепции элитизм, утверждают, что народ не может управлять обществом, поскольку он, во-первых, некомпетентен в политике, экономике и других областях; во-вторых, массы, как правило инертны, а активность проявляется в форме буйства, разрушения основ общества; в-третьих, управление общества массами народа технически невозможно, поскольку весь народ не может заседать в кабинете министров, в парламенте, так что неизбежно приходится выбирать его представителей, а это уже определенный отбор. Таким образом, для управления обществом необходима группа подготовленных, талантливых, компетентных людей, т.е.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		элита. 10. «Знание, отделенное от справедливости и другой добродетели, представляется плутовством, а не мудростью» (Сократ). В чем специфика философии? Что такое мудрость и как соотносятся философия и мудрость?
Продвижение научной продукции		
УК-1.1	Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Теоретические вопросы(тест): 1. Термин «инновация» переводится как: А) «новшество» Б) «в направлении изменений» В) «новое техническое решение». 2. Что такое изобретение? А) техническое решение, обладающее новизной, практической применимостью, полезностью для хозяйственной деятельности. Б) внедрённое новшество, обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованное рынком. В) научно-техническая продукция – результаты научных исследований и опытно-конструкторских разработок (НИОКР). 3. Как называется документ, подтверждающий право на изобретение? А) лицензия Б) охранный документ В) патент Г) доверенность 4. Что такое научно-техническая революция (НТР)? А) качественный скачок в развитии производительных сил, переход их в новое качественное состояние в связи с коренными переворотами в системе научных знаний Б) специальная активность, рассчитанная на формирование и стимулирование интереса к товару, личности, организации или направлению деятельности. Само продвижение (promotion), как элемент комплекса маркетинга, включает в себя все средства коммуникаций, которые могут донести информацию до широкой публики В) открытия; научные теории и математические методы; результаты интеллектуальной или хозяйственной деятельности; топологии интегральных микросхем 5. Сколько НТР выделяют? А) 1; в) 2; г)3; д) 4

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		6. Первая НТР – это А) изобретены электричество и двигатель внутреннего сгорания Б) появление первых ЭВМ и промышленной робототехники В) переход к четырехзвенным средствам труда («Человек – Машина – Производственная среда – Среда обитания (природная и техногенная)» Г) изобретение парового двигателя и строительство первых железных дорог 7. Особенность НТР в том, что А) она является конечным результатом интеллектуальной деятельности человека, его фантазии, творческого процесса, открытий, изобретений и рационализации б) наука становится непосредственной производительной силой в) объектами изобретения могут признаваться устройство, способ, вещество, культуры клеток растений и животных, а также новое применение известного ранее устройства, способа, вещества. 8. Хайтеграция – это А) повышение роли невещественных, нематериальных факторов производства, информатизация общества Б) опережающее развитие сферы услуг В) процесс обмена высоких технологий на высокие технологии 9. Укажите особенности рынка научно-технической продукции (выберите все возможные варианты) А) этот рынок первичен по отношению к товарному рынку Б) рынок имеет глобальный характер В) покупателями НТП являются профессионалы Г) на данном рынке используются обычные формы и методы продаж Д) рынок характеризуется большим разнообразием товаров 10. Назовите важнейший инструмент наукометрии: а) патент б) рейтинг в) индекс Хирша г) scopus 11. Что называют индексом Хирша? А) численный показатель важности научного журнала; Б) индексы публикационной активности авторов или организаций; В) количественная характеристика продуктивности учёного, группы учёных, научной организации или страны в целом, основанная на количестве публикаций и количестве цитирований этих публикаций;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Г) индекс базы данных. 12. Назовите российскую национальную информационно-аналитическую систему, позволяющую отслеживать индекс цитирования: А) Scopus; Б) WebOfScience; В) Ринц Г) Пирсон. 13. Назовите самую большую в мире библиографическую базу данных, позволяющую отслеживать цитируемость статей: А) Scopus; Б) WebOfScience; В) РИНЦ; Г) Пирсон. 14. Отметьте неверное утверждение: А) библиографический список - библиографическое пособие, содержащее библиографические описания использованных (цитируемых, рассматриваемых, упоминаемых) и (или) рекомендуемых документов. Б) Каждый источник упоминается в списке только один раз, вне зависимости от того, как часто на него делается ссылка в тексте. В) Список должен быть пронумерован. Г) Список обязательно должен быть алфавитным.
УК-1.2	Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; осуществляет поиск информации по различным типам запросов	Практические задания. Задание 1.2: собрать материал и создать презентацию (или лонгрид), посвященную научно-техническим революциям. Разделитесь на четыре группы. Каждая группа выбирает себе 1 НТР (первую, вторую, третью, четвертую). Найдите в интернете интересный материал, посвященный открытиям, сделанным учеными в указанный период. Как эти открытия повлияли на прорыв в научном знании и скачок в развитии производительных сил? Задание 3.1.1: Научная новость как форма продвижения научной продукции. Как написать новость о науке Зайдите на сайт МГТУ им Г.И. Носова и найдите портал научных коммуникаций - Новости – Архив новостей https://www.mgtu.ru/actual/portal-nauchnykh-kommunikatsij.html Просмотрите научные новости, опубликованные на портале научных коммуникаций МГТУ. Проанализируйте заголовки новостей и сами тексты (1-2 текста на выбор). Насколько они актуальны? Задание 3.2.1. Разделитесь на группы. Выберите интересный лонгрид из общего списка или из под-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		борки лучших лонгридов (№5). Докажите, что представленный материал является формой продвижения научной продукции (научной идеи). Докажите, что представленный материал –лонгрид. Проанализировать лонгрид можно по плану. Задание 7.1. Найдите в интернете на сайтах ЭБС «Лань», «Киберленинка» или «elibrary» научные статьи по темам, близким к теме вашего научного исследования (1-2 статьи на выбор), и проанализируйте их. Проследите движение научной мысли от проблемной ситуации к выводам. Задание 5. 1: Опишите принципы, формы и методы финансирования научной и научно-технической продукции. Сделайте доклад или презентацию.
УК-1.3	При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения	Творческие задания: Задание 3.1.2. Зайдите на сайт МГТУ им. Г.И. Носова. Найдите выложенные в интернете тезисы докладов ученых нашего университета на ежегодной конференции «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ, ТЕХНИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ». Трансформируйте текст любых понравившихся вам тезисов в текст научной новости, опираясь на универсальные законы жанра. Придумайте заголовок и напишите ЛИД новости по близкой вам проблематике. Продумайте, как могла бы звучать новость о вашей научной работе. Задание 3.2.2 Придумайте свою идею для лонгрида. Разработайте макет. Задание 7.3. Создайте черновой вариант собственной научной статьи. Задание 8. 1. Ознакомьтесь с предложенными преподавателями формами конкурсной документации. Попробуйте заполнить основную форму, сформулировав предполагаемую тему научного проекта/исследования, его цели и задачи, актуальность и новизну. На какие бы этапы вы бы разбили работу над проектом? Что стало бы результатом.
Корпоративная социальная ответственность		
УК-1.1	Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Перечень теоретических вопросов к зачету: 1. Понятие социальной ответственности, её смысл при любых преобразованиях общества 2. Структуры, несущие социальную ответственность 3. Обязанности и обязательства структур, несущих социальную ответственность 4. Принципы социальной ответственности 5. Условия восприятия принципов корпоративной социальной ответственности в России 6. Понятие осознанной социальной ответственности 7. Критерии выполнения социальных обязательств в области социальных гарантий персонала 8. Критерии выполнения социальных обязательств в области охраны труда и здоровья 9. Критерии выполнения социальных обязательств в области охраны окружающей среды и ресурсосбе-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		режения 10. Критерии выполнения социальных обязательств в области поддержки местного сообщества 11. Структура отраслевых социальных инвестиций 12. Культура производства и возможные противоречия между социальными обязательствами и коммерческой целесообразностью 13. Самооценка выполнения социальных обязательств 14. Внешняя оценка выполнения социальных обязательств 15. Предпосылки для развития движения в области социальной ответственности 16. Причины появления стандарта «Социальной ответственности» 17. Стратегические цели стандарта «Социальной ответственности» 18. Область применения стандарта «Социальной ответственности» 19. Основные требования стандарта «Социальной ответственности» 20. Социальные права персонала 21. Охрана окружающей среды 22. Экономное расходование ресурсов 23. Поддержка местного сообщества 24. Менеджмент в области социальной ответственности 25. Роль стандарта КСО в развитии движения социальной ответственности 26. Стороны организации, заинтересованные в реализации социальных программ 27. Система ценностей организации 28. Формирование механизмов реализации системы ценностей организации 29. Принципы формирования системы менеджмента социальной ответственности организации 30. Этапы разработки и внедрения системы менеджмента социальной ответственности организации 31. Роль органов власти и общественности в развитии движения в области социальной ответственности 32. Рекомендации по развитию движения в области социальной ответственности для России 33. Существенные требования стандарта «Социальная ответственность» 34. Современные подходы к КСО. 35. Характеристика основных групп заинтересованных сторон (стейкхолдеров) и их роль в деятельности компании. 36. Современные подходы к КСО. 37. Характеристика основных групп заинтересованных сторон (стейкхолдеров) и их роль в деятельности компании

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
УК-1.2	Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; осуществляет поиск информации по различным типам запросов	Примерные практические задания для зачета: Практические задания: 1. Раскрыть понятие «ответственность» как обязанность и готовность субъекта отвечать за совершенные действия и их последствия 2. Выявить аспекты социальной ответственности организации 3. Показать основные составляющие концепции корпоративной социальной ответственности 4. Корпоративная социальная ответственность как политика и концепция стратегического развития компаний Практическое задание 1. Дайте определение «устойчивой организации», рассмотрев его в контексте Концепции устойчивого развития. Практическое задание 2. Написать эссе на одну из предложенных тем: «Роль бизнеса в современном обществе» или «Бизнес и общество – противостояние или взаимовыгодный союз?» Практическое задание 3. 1. Выполнить сравнительный анализ показателей: 2. Международный Стандарт ISO 26000, 3. Глобальная инициатива по отчетности Global Reporting Initiative, 4. Руководство РСПП по социальной ответственности и нефинансовой отчетности. Практическое задание 4. Оценить процесс интеграции социальной ответственности в управление организацией (на примере), используя: – руководство по принципам, основным темам, проблемам и способам интеграции социально ответственного поведения в деятельность организации принципы и показатели социальной отчетности в экономической, социальной, экологической сфере ответственности. Практическое задание 5 – выявить принципы, основные темы, проблемы и способы интеграции социально ответственного поведения в управление организацией (на примере) Практическое задание 6 – рассмотреть показатели социальной отчетности организации (на примере) в экономической, социальной, экологической сфере ответственности Практическое Задание 7.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		– Существует три варианта поведения компании в едином поле социальной ответственности: реактивный, проактивный, интреактивный. На конкретных примерах покажите существенную разницу между этими подходами. Практическое Задание 8. Дайте ответ на вопрос: Как связаны с реализацией социальной политики составляющие основной деятельности компании: – Общая политика стратегия – Организация труда – производственный процесс; – Закупки и управление поставками; – Сбыт и продажа товара; – Маркетинг и отношения с клиентами; – Развитие человеческих ресурсов и трудовые отношения; – Финансовое управление и отношения с инвесторами; – Отношения с властью; – Отношения с другими заинтересованными сторонами.
УК-1.3	При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения	подготовка портфолио Цели использования портфолио. 1. Аттестация по темам курса. 2. В качестве рефлексии своего развития. 3. Для самооценки. Что должно быть собрано в портфолио – Эссе на тему: «Роль бизнеса в современном обществе», «Бизнес и общество – противостояние или взаимовыгодный союз?» – Материалы подготовки к дебатам по темам: «КСО не связана и не должна быть связана с основной деятельностью»; «Технологии КСО в России перспективны и актуальны» – Развернутая типология корпоративной социальной ответственности с примерами деятельности российских и зарубежных компаний; – Алгоритм формирования социального партнерства; – Результаты мини-исследования, целью которого является анализ (по доступным источникам) практики действий российских компаний в области социальной ответственности, которая оказывает экономическое и социальное влияние на благополучие местных сообществ.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
Учебная ознакомительная практика		
УК-1.1	Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Контрольные вопросы 1. Каковы назначение, цели деятельности, структура предприятия (учреждения, организация), в которой проходила практика? 2. Какие знания, умения и навыки были приобретены или развиты в результате прохождения практики? 3. Выделите основные направления и виды деятельности предприятия. 4. Какие задания были выполнены в ходе прохождения практики? 6. Какие выводы можно сделать по организационно-правовой форме предприятия? 7. Каковы результаты изучения ИТ-инфраструктуры и архитектуры предприятия для управления бизнес-процессами? 8. Каковы результаты изучения и анализа рынка, потребителей, конкурентов? 9. Ваши предложения по повышению эффективности деятельности предприятия (учреждения, организации);
УК-1.2	Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; осуществляет поиск информации по различным типам запросов	Задания: 1) изучение организационных и юридических документов предприятия (организации, учреждения), включая организационную структуру управления; 2) знакомство с технологическими процессами на предприятии (в организации, учреждении), выпускаемой продукцией (услугами); 3) изучение ИТ-инфраструктуры предприятия для управления бизнес-процессами; 4) изучение структуры информационных потоков, отражающих номенклатуру и ассортимент производимой продукции (видов выполняемых работ и оказываемых услуг), ее основных потребителей, финансово-экономических показателей деятельности, положения на рынке и направлений развития предприятия (учреждения, организации); 5) изучение и анализ результатов деятельности предприятия, анализ рынка, конкурентов, потребителей; 6) изучение и анализ профессионально-ориентированного программного и информационного обеспечения на предприятии (в организации, учреждении); 7) в соответствии с индивидуальным заданием – изучение и обобщение информации по конкретной теме, связанной с учебной практикой на предприятии (в организации, учреждении). 8) оформление выводов; 9) подготовка отчета по практике; 10) подготовка к защите отчета по практике
УК-1.3	При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и сужде-	Контрольные вопросы 1. Каковы назначение, цели деятельности, структура предприятия (учреждения, организация), в которой

<i>Код индикатора</i>	<i>Индикатор достижения компетенции</i>	<i>Оценочные средства</i>
	ния, аргументирует свои выводы и точку зрения	проходила практика? 2. Какие знания, умения и навыки были приобретены или развиты в результате прохождения практики? 3. Выделите основные направления и виды деятельности предприятия. 4. Какие задания были выполнены в ходе прохождения практики? 6. Какие выводы можно сделать по организационно-правовой форме предприятия? 7. Каковы результаты изучения ИТ-инфраструктуры и архитектуры предприятия для управления бизнес-процессами? 8. Каковы результаты изучения и анализа рынка, потребителей, конкурентов? 9. Ваши предложения по повышению эффективности деятельности предприятия (учреждения, организации);

УК-2 –Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Правоведение

<i>Код индикатора</i>	<i>Индикатор достижения компетенции</i>	<i>Оценочные средства</i>
УК-2.1	Определяет круг задач в рамках поставленной цели и предлагает способы их решения и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта	<i>Перечень вопросов для подготовки к зачету</i> 1. Понятие, признаки государства 2. Конституция Российской Федерации – основной закон государства. 3. Форма правления Российской Федерации. 4. Система органов государственной власти в Российской Федерации. 5. Президент Российской Федерации. 6. Федеральное Собрание Российской Федерации. 7. Правительство Российской Федерации. 8. Система судов в Российской Федерации. 9. Особенности федеративного устройства России. 10. Понятие и сущность права. 11. Источники права. 12. Система законодательства Российской Федерации. Нормативно-правовые акты, их виды. 13. Отрасли российского права. 14. Правонарушение: понятие, признаки, виды ответственности. 15. Юридическая ответственность, понятие и виды 16. Правоспособность и дееспособность физических лиц. 17. Юридические лица: понятие, виды, особенности создания и прекращения деятельности. 18. Гражданско-правовые сделки, их виды, формы и условия действительности. 19. Понятие права собственности. Вещные права лица, не являющегося собственником.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		20. Основания приобретения права собственности. 21. Основания прекращения права собственности. 22. Виды гражданско-правовых договоров и способы обеспечения их исполнения. 23. Наследование по закону и по завещанию. 24. Заключение брака. 25. Прекращение брака. Признание брака недействительным. 26. Имущественные права супругов. 27. Права и обязанности родителей и детей. 28. Алиментные обязательства (субъекты, условия и порядок выплаты). 29. Лишение родительских прав. 30. Трудовой договор: условия, стороны, порядок заключения. 31. Порядок приема на работу. Испытательный срок. 32. Понятие и виды рабочего времени 33. Время отдыха 34. Трудовая дисциплина и ответственность за ее нарушение. 35. Материальная ответственность работника: понятие, основания и порядок применения. 36. Материальная ответственность работодателя: понятие, основания и порядок применения. 37. Прекращение трудового договора. 38. Административные правонарушения и административная ответственность. 39. Административные взыскания. Наложение административного взыскания. 40. Определение государственной тайны. 41. Понятие преступления. Категории преступлений. 42. Состав преступления. 43. Уголовная ответственность за совершение преступлений. 44. Предмет и метод, источники экологического права. 45. Право общего и специального природопользования. 46. Понятие экологического правонарушения и экологической
УК-2.2	Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм	Примерные практические задания: Составьте текст завещания, включив следующие условия: – несколько наследников – одного наследника по закону лишить наследства – определить завещательное возложение – определить завещательный отказ

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
УК-2.3	Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования	Примерные практические задания Используя статьи Конституции Российской Федерации, сосчитайте количество субъектов Российской Федерации: республик, краёв, областей, автономных округов, автономных областей, городов федерального значения. Укажите, какие новые субъекты Российской Федерации появились за последнее время. Аргументируйте свой ответ со ссылкой на статьи Конституции РФ.
Социальное партнерство		
УК-2.1	Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Вопросы для подготовки к зачету 1. Сущность и содержание социального партнерства 2. Базовые категории в теории социального партнерства 3. Роль социального консенсуса в социальном партнерстве 4. Социальное партнерство в сфере занятости населения 5. Социальное партнерство в сфере образования 6. Социальное партнерство в третьем секторе 7. Социальное партнерство в сфере медико-социальной работы 8. Опыт социального партнерства за рубежом и в России 9. Деятельность Международной организации труда в сфере социального партнерства 10. Зарубежные модели социального партнерства 11. Социальное партнерство в России 12. Основные формы участия работников в управлении организацией. 13. Роль механизмов социального партнерства в предупреждении трудовых споров. 14. Индивидуальные трудовые споры как виды трудовых конфликтов: пути разрешения. 15. Возможности участия представителей сторон социального партнерства в разрешении индивидуальных трудовых споров. 16. Коллективные трудовые споры и порядок их разрешения в России. 17. Особенности примирительных процедур при разрешении коллективных трудовых споров. Право на забастовку и его ограничения. 18. Групповая сплоченность как консолидация членов команды. 19. Влияние психологических характеристик индивидов на сплоченность команды. 20. Управление психологическим климатом в команде. 21. Командообразование как фактор эффективной совместной деятельности 22. Теоретические аспекты, этапы, способы командообразования. 23. Характеристика понятия команды, роль личности в ней.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		24. Стратегическое мышление руководителя как форма делового проектирования. 25. Процесс формирования руководителем управленческой команды. 26. Психологические основы профессионального лидерства в команде. 27. Социально-психологические средства повышения креативности команды. 28. Социально-психологические методы повышения эффективности совещаний. 29. Социально-психологические методы обеспечения эффективности переговорного процесса. 30. Этапы развития команд в организации.
УК-2.2	Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; осуществляет поиск информации по различным типам запросов	Практические задания: 1. Изучить истории развития и существующих моделей социального партнерства. Составить таблицы форм, уровней и субъектов социального партнерства. 2. Ответственность в социальном партнерстве: правовое регулирование, недостатки, направления совершенствования. Изучение норм об ответственности, практики применения норм об ответственности (составы, размер штрафов, сроки привлечения, процедура). 3. Анализ текста коллективного договора для участия в совместном обсуждении на семинаре.
УК-2.3	При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения	Практические задания: деловая игра, решение задач, разбор кейсов, направленных на решение задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
Проектная деятельность		
УК-2.1	Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Примерные темы аудиторных практических работ АПР №1 «Организация группового проекта» Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии. Опрос по материалам лекции 5. Распределение ролей в проектной работе группы. Распределение заданий по сбору материалов. Формулирование задач. Лидерство. Конкурентность идей. Рефлексирование своей деятельности. Эскизы в проекте как язык визуального обмена информацией, краткий способ формулирования концепции, способ записи идеи. Варианты идей и решений как неотъемлемая часть проекта. Психология выбора. Логическое структурное «дерево» как принцип развития и управления проектным процессом. Уровни и взаимосвязи. АПР №2 «Источники информации. Поиск информации. Работа с информацией» Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии. Сайты, специальные журналы, книги, библиотечные ресурсы для поиска специальной художественно-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		проектной информации. Характеристика отдельных источников. Чужой опыт и достижения. Понятие плагиата. Творческое восприятие чужого опыта. Организация информационной деятельности проектного коллектива. Библиографический поиск теоретической базы проектов источников. Обработка полученной информации. Интернет, как один из источников информации. Система банков изображений. Авторство в произведении изобразительного искусства, фотографии, идеи. Понятие заимствования, реплики, переработки, копии, репринта. АПР №3 «Участие в конкурсах, выставках как способ повышения профессиональной зрелости» Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии. Возможности студентов для профессионального роста в рамках учебной работы. Апробация в учебном процессе идей проектирования сегодняшнего дня. Временные рамки проектной работы. Другие конкретные условия - необходимость соответствия заданным параметрам. АПР №4 «Выполнение проекта» Структура курсового проекта. Оформление задания для выполнения курсовой работы. Календарный план-график выполнения курсового проекта. Порядок сдачи и защиты курсового проекта. Структура дипломной работы. Оформление задания для выполнения дипломной работы. Календарный план-график выполнения дипломного проекта. Порядок сдачи и защиты дипломного проекта. Оформление письменной части проекта. Оформление слайдов в программе PowerPoint. Проведение экспертизы своей и чужой деятельности. Критерии оценивания проекта. Способы оценки. Самооценка. Выполнение индивидуального проекта. Защита проекта. Примерные индивидуальные домашние задания (ИДЗ): ИДЗ № 1. Проектирование как целостный процесс Задание для самостоятельной работы: 1. Изучить категориальный аппарат. 2. Доработать материалы лекции. 3. Подготовиться к работе на лекции по теме 1. ИДЗ № 2. Историко-культурные источники развития проектирования Технология управления проектной деятельности. Проектная деятельность как средство развития умений и навыков Задание для самостоятельной работы:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		1. Изучить категориальный аппарат. 2. Доработать материалы лекции. 3. Подготовиться к работе на лекции по теме 2. ИДЗ №3. Проектирование нового содержания технологий, методик обучения. Субъекты проектной деятельности. Логика организации проектной деятельности в образовательном процессе Задание для самостоятельной работы: 1. Изучить категориальный аппарат. 2. Доработать материалы лекции. 3. Подготовиться к работе на лекции по теме 3. ИДЗ №4. Индивидуальный проект Задание для самостоятельной работы: 1. Изучить категориальный аппарат. 2. Доработать материалы лекции. 3. Подготовиться к работе на лекции по теме 4. ИДЗ №5. Организация группового проекта Задание для самостоятельной работы: 1. Изучить категориальный аппарат. 2. Доработать материалы лекции. 3. Подготовиться к работе на лекции по теме 5. ИДЗ №6. Подготовительный этап для обеспечения проектной деятельности Задание для самостоятельной работы: Изложение результатов работы над индивидуальным проектом через статью. Написание статьи по результатам работы над индивидуальным проектом. ИДЗ №7. Источники информации. Поиск информации. Работа с информацией Задание для самостоятельной работы: Найти информацию по теме проекта. Провести сравнительный анализ поиска информации над проектом. ИДЗ №8. Формирование навыков оценки получаемой информации Задание для самостоятельной работы: Изучить: Терминологию проектирования (варьируется в зависимости от профиля). Профессиональный язык. Систематизацию материалов теоретического обеспечения проекта. Качество изобразительного материала,

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		клипарты. Изображения для полиграфического воспроизведения. Качество и разрешение файла. ИДЗ № 9. Участие в конкурсах, выставках как способ повышения профессиональной зрелости» Подготовить и представить результат участия в конкурсах или выставках. ИДЗ №10. Выполнение проекта Подготовиться к публичной защите индивидуального проекта
УК-2.2	Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; осуществляет поиск информации по различным типам запросов	Перечень теоретических вопросов для самостоятельного изучения 1. Бизнес-план инвестиционного проекта. 2. Выбор руководителя проекта: основные требования. 3. Жизненный цикл проекта. 4. Завершение и оценка проекта. 5. Историческая последовательность становления проектного управления. 6. Классификация проектов. 7. Командообразование в проектном менеджменте. 8. Контроль и регулирование в управлении проектами. 9. Маркетинг проекта. 10. Антикоррупционная экспертиза проекта. 11. Менеджмент качества проекта. 12. Методологические подходы к управлению проектами. 13. Методы управления проектами. 14. Новые методы управления материально-техническим обеспечением – логистика. 15. Организационные структуры управления проектами. 16. Организация офиса проекта. 17. Организация эффективной деятельности команды проекта. 18. Основные понятия проектного менеджмента. 19. Основные требования к проектам. Проблемы обеспечения качества проекта. 20. Основные этапы развития проектной группы. 21. Особенности проектного менеджмента в современных российских условиях. 22. Отбор рабочей группы для проекта. 23. Перспективы использования метода проектного финансирования в России. 24. Планирование необходимых ресурсов. 25. Правовые аспекты управления проектами.

<i>Код индикатора</i>	<i>Индикатор достижения компетенции</i>	<i>Оценочные средства</i>
		26. Процесс целеполагания. Построение «Дерева целей» проекта. 27. Психологические аспекты управления командой проекта. 28. Развитие проектного управления в истории и практике мирового менеджмента. 29. Развитие проектного управления в истории и практике отечественного менеджмента. 30. Разработка концепции проекта. 31. Риски в проектном управлении. 32. Смета проекта: методик асоставления. 33. Современная концепция маркетинга в управлении проектами. 34. Современные методы управления рисками проекта. 35. Современные программные продукты в области управления проектами. 36. Социально-психологические аспекты эффективного управления проектом. 37. Социально-психологический “портрет” эффективного руководителя проекта. 38. Сравнительная характеристика проектного менеджмента в России и за рубежом. 39. Сравнительная характеристика традиционного и проектного менеджмента. 40. Структуризации япроектов. 41. Технологии управления проектной деятельностью. 42. Технология управления изменениями. 43. Управление коммуникация мипроекта. 44. Управлени еперсоналом команды проекта. 45. Управлени еработами по проекту. 46. Управление ресурсами проекта: управление закупками проекта. 47. Управление ресурсами проекта: управление запасами. 48. Управление ресурсами проекта: управление поставками. 49. Участники проектной команды. 50. Фазы жизненного цикла проекта и их краткое содержание. 51. Формирование замысла (идеи) проекта. 52. Формирование и развитие команды проекта(проектной группы). 53. Формирование концепции проекта. 54. Функции и подсистемы управления проектами. 55. Функции управления проектами. 56. Цели, назначение и виды планов в управлении проектами. 57. Экспертиза проектов: сущность, методика и основные показатели.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
УК-2.3	При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения	Темы рефератов 1. Понятие проектной деятельности. Характерные черты метода проекта. 2. Специфика организации проектной деятельности в образовании. 3. Роль проектной деятельности в условиях внедрения новых стандартов и реализации компетентного подхода в образовании. 4. Становление и развитие метода проектов в образовании за рубежом. 5. Становление и развитие проектной деятельности в России 6. Критерии и требования к выбору темы проекта. 7. Формулировка темы, целей и задач проекта. Понятие гипотезы. 8. Классификации и типология проектов. 9. Основные этапы организации проектной деятельности. Пять «П» проектной деятельности. 10. Определение «продукта» проектной деятельности. Внешние и внутренние продукты проектной деятельности. 11. Проектная и исследовательская деятельность: общее и особенное. 12. Правила оформления проектной документации и законченного проекта. 13. Виды презентаций проекта и требования к их оформлению. 14. Публичная защита проекта и требования к ней. 15. Методы и критерии оценивания проектов
Некоммерческий маркетинг		
УК-2.1	Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Ситуационные задания 1. «Маркетинговые исследования и анализ спроса» Студенты разбиваются на 4 группы, представляющие 4 крупные торговые организации. Каждая группа сама выбирает себе торговый профиль (хлебобулочные изделия, одежда, бытовая техника, парфюмерно-косметические товары или др.), придумывает название фирмы и торговый лозунг, а также выбирает руководителя, который будет представлять свою группу у доски. Студентам дается 15 мин. на составление анкеты для покупателя, состоящей из 20 вопросов по выбранному товарному профилю. Вопросы должны составляться так, чтобы полученные ответы позволяли провести достаточно полный анализ спроса для формирования рациональной структуры ассортимента. Вопросы должны предполагать краткие однозначные ответы. В конце занятия преподаватель подводит итоги, анализирует слабые и сильные места всех команд и вместе со студентами определяет команду-победителя. 2. «Дети из приюта»

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Органы опеки и попечительства требуют повышенного контроля. 156 нарушений закона в этой сфере выявили прокуроры области в Приморском крае. Проверка была проведена по заданию генеральной прокуратуры. Здоровые дети годами находятся в медицинских учреждениях, в то время как областной дом малютки пустует, документы оформляются с нарушениями – это лишь неполный список того, что обнаружили сотрудники надзорного органа. Об этом речь шла на коллегии областной прокуратуры. Трое детей – одна девочка и два мальчика прибывают в пятиместном боксе, две кровати пустуют. Областной дом ребенка может вместить 50 малышей в возрасте до трех лет, сейчас здесь 26 детей, во время прокурорской проверки было наполовину меньше. Главный врач «Областного дома ребенка», говорит, что действительно детей стало меньше, но это из-за того, что усыновляют. Результаты прокурорской проверки выглядят далеко не столь безоблачно по выводам прокуроров. Здесь койки пустуют, а детей воспитывают в больницах, и так в 13 из 16 проверенных территориях области. Начальник отдела по надзору за исполнением закона о несовершеннолетних и молодежи прокуратуры Приморского края, говорит, что факты длительного нахождения детей в лечебных учреждениях выявлены в тринадцати территориях, это все ненадлежащая работа органов опеки и попечительства. В то время как областной дом малютки заполнен наполовину. Перечисление нарушений в работе органов опеки заняло больше 15 минут. Проверка вскрыла факты укрывания детей от передачи на воспитание в семью. Из-за оплошности или намеренно анкеты детей не передавались в банк данных, оставленных без попечения годами. Только в Тюльгане в результате прокурорской проверки у 20 детей появился шанс быть усыновленными. Еще один факт: дети стали убегать из приютов в два раза чаще. В надзорном ведомстве уверены, что рост детской преступности неминуем. Заместитель прокурора края говорит, что уже с этим столкнулись и завтра будем иметь армию преступников. Заместитель министра образования, сказал, что согласен, и работа по устранению будет проведена. На коллегии пришли к выводу о необходимости усиления надзора, а также рекомендовали внести изменения в закон «Об организации работы органов опеки и попечительства Приморского края», где определить, что отвечать за детей должно только одно ведомство – вместо двух, как раньше. <i>Вопросы и задания:</i> 1. Проанализируйте работу органов опеки и попечительства. 2. Разработайте маркетинговую стратегию в области охраны и защиты детства. 3. <i>«Влияние культурных факторов на деятельность некоммерческих организаций»</i>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Некоммерческим организациям и организациям в сфере культуры очень часто приходится поддерживать и улучшать свой имидж, поскольку такие организации нередко зависят от поддержки, которую им оказывают исключительно на добровольной основе. Поэтому такие организации всеми силами стремятся избегать публичных скандалов. В частности, им приходится заботиться о том, чтобы получаемые ими пожертвования расходовались предельно разумно и справедливо. Чтобы их накладные расходы не оказывались чрезмерными, и чтобы исключались даже малейшие возможности для мошенничества и прочих злоупотреблений. Руководители таких организаций всегда должны помнить о возможности расследований против них (в том числе и журналистских) и не давать поводов для малейших подозрений. <i>Вопросы и задания:</i> 1. Какие меры принимают организации в сфере культуры для поддержания имиджа на достаточно высоком уровне и привлечении к себе внимания посетителей и организаций – спонсоров? Приведите примеры. Может ли некоммерческая организация или организация в сфере культуры защищаться от незаконного расходования и разворовывания денежных средств?
УК-2.2	Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; осуществляет поиск информации по различным типам запросов	Примерные темы рефератов с презентацией 1. Некоммерческий продукт: определение, свойства, качество, конкурентоспособность. 2. Обзор деятельности российских корпоративных фондов: актуальные направления развития, проблемы. 3. Общественные организации и политические партии в России: специфика маркетинговой деятельности. 4. Роль маркетинга в повышении результативности деятельности некоммерческих организаций в сфере культуры. 5. Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга. 6. Маркетинговая составляющая развития регионов. 7. Сущность и специфика маркетинга знаменитостей в России. 8. Политический маркетинг как современная система управления избирательными кампаниями. PR-технологии на выборах. 9. Олимпийский маркетинг: понятие, сущность, особенности. 10. Спонсорство и благотворительность в России: сущность, актуальные направления, проблемы. 11. Современный зарубежный опыт спонсорства и благотворительности. 12. Маркетинговые коммуникации в благотворительности 13. Фандрайзинг в благотворительной организации

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		14. Стратегические направления развития предпринимательской деятельности некоммерческих организаций. 15. Маркетинг организаций в сфере образования. 16. Проблемы и перспективы развития фандрайзинга в России. 17. Роль некоммерческого маркетинга в ресурсобеспечении НКО. 18. Маркетинг благотворительной организации (на конкретном примере). 19. Современные PR-технологии в некоммерческом маркетинге. 20. Особенности комплекса коммуникаций политического маркетинга. 21. Разработка стратегии продвижения страны... в социальных сетях. 22. Проблема имиджа страны в создании бренда «Россия». 23. Разработка плана продвижения бренда территории. 24. Виды и формы Public Relations в системе государственного управления. 25. Public Relations в системе российского государственного менеджмента. 26. Организация и планирование Public Relations в системе государственного управления. 27. Информационная политика органов государственной власти и управления в России. Экспресс-анализ центральных печатных СМИ. 28. Информационная политика органов государственной власти и управления в России. Экспресс-анализ Internet-сайтов. 29. Информационная политика органов государственной власти и управления в Челябинской области. Экспресс-анализ региональных СМИ. 30. Политический маркетинг в современной России.
УК-2.3	При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения	Вопросы и задания для индивидуальной и самостоятельной работы. 1. Предпосылки возникновения некоммерческого маркетинга и его место в общественных процессах. 2. Общественные потребности в некоммерческом продукте и методы их исследования. 3. Особенности поведения потребителей некоммерческих продуктов. 4. Информационное обеспечение маркетингового управления некоммерческими субъектами. 5. Сегментирование и позиционирование некоммерческих продуктов. 6. Некоммерческий продукт: определение, свойства, качество, конкурентоспособность. 7. Планирование ассортимента в некоммерческом маркетинге. 8. Ценовая политика некоммерческих субъектов. 9. Маркетинговые каналы некоммерческих субъектов.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		10. Маркетинговые коммуникации некоммерческих субъектов. 11. Концепции маркетингового управления некоммерческим субъектом. 12. Основные подходы к организации службы маркетинга. 13. Использование принципов некоммерческого маркетинга в политике. 14. Комплекс политического маркетинга. 15. Понятие политической культуры, ее типы. Тип политической культуры в России. Аудиторные практические работы 1. Некоммерческие организации в рыночной экономике. 2. Политический маркетинг. Политическая культура и участие граждан в управлении. PR в органах государственного управления.
Государственное и муниципальное управление		
УК-2.1	Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Примерные вопросы к зачету: 1. Системные основания и характеристики государственного управления. 2. Субъект и объект государственного управления. 3. Уровни государственного управления. Ветви власти. 4. Местное самоуправление в системе государственного устройства. 5. Государство как субъект управления общественными процессами. Типология государств. Основные функции государства. 6. Федеративное устройство как форма организации государственного управления. Системные аспекты федерализма. 7. Институты государственной власти и органы административного управления. 8. Функции и методы, государственного и муниципального управления. 9. Основные направления деятельности в системе государственного управления. 10. Органы государственного и муниципального управления и их организационные структуры. Классификация органов государственного и муниципального управления. 11. Природа исполнительной власти и ее формы. 12. Законодательная (представительная) власть и формы ее организации. 13. Функции и структура органов законодательной власти. 14. Основные принципы и характеристики конституционного строя РФ.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		15. Становление и развитие федеративных отношений в России. Проблемы российского федерализма. 16. Федерализм и разделение полномочий между органами государственной власти. Федеральные органы государственной власти, их иерархия, проблемы взаимоотношений 17. Состав, структура и порядок работы Федерального Собрания. Полномочия палат Федерального Собрания. Формы работы Федерального Собрания. 18. Исполнительная власть в Российской Федерации. 19. Институт Президента и аппарата Президента Российской Федерации. 20. Функции Президента РФ. Полномочия Президента РФ и инструменты их реализации. Система федеральных округов в РФ. Институт полномочных представителей Президента Российской Федерации в федеральных округах. 21. Правительство Российской Федерации и его роль в управлении государством. 22. Состав Правительства Российской Федерации его функции и полномочия. 23. Судебная власть в РСФ. Роль и место судебной власти в системе государственного устройства. 24. Правовая природа прокуратуры Российской Федерации. 25. Макрорегионы России (федеральные округа) 26. Правовой статус субъектов федерации. Общие принципы организации системы государственной власти в субъектах Российской Федерации. 27. Система и структура управления регионом. Цели и функции регионального управления. 28. Роль и полномочия высших должностных лиц (руководителей высших исполнительных органов государственной власти) субъектов Российской Федерации. 29. Проблемы взаимоотношений субъектов федерации и центра: разногласия и область сотрудничества. 30. Эволюция развития региональной политики в Российской Федерации. 31. Современные тенденции трансформации государственного политико-территориального устройства. 32. Государственное регулирование экономики. 33. Управление социальной сферой. 34. Управление конфликтными ситуациями. 35. Экологическая политика. 36. Распределение предметов ведения и полномочий между федеральными, региональными и местными властями. 37. Основные модели органов местного самоуправления.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		38. Конституционно-правовые основы местного самоуправления в Российской Федерации, его существенные признаки. 39. Проблемы и особенности становления местного самоуправления в РФ. 40. Взаимоотношения органов местного самоуправления с государственной властью. 41. Территориальные основы местного самоуправления. 42. Система местного самоуправления как совокупность форм прямой и представительной демократии. 43. Модели органов местного самоуправления. 44. Система органов местного самоуправления. 45. Экономические основы местного самоуправления. 46. Понятие эффективности систем государственного и муниципального управления и основные подходы к ее определению. 47. Оценка эффективности государственного управления и общественные институты ее применения. 48. Основные направления и формы совершенствования систем государственного и муниципального управления. 49. Административная реформа в Российской Федерации
УК-2.2	Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; осуществляет поиск информации по различным типам запросов	Темы ИДЗ: 1. Рассмотреть достоинства и недостатки государственного управления в США. Провести аналогию управления США и РФ по определённым (конкретным) позициям. Найти принципиальные отличия и объяснить их. 2. Исследуя материал лекции и дополнительные источники подготовить письменно: – вертикальную схему взаимодействия государственных органов управления по отраслям; – региональную схему взаимодействия органов государственной власти 3. Используя социологический и исторический метод рассмотреть становление института Президентства в РФ. Подготовить тезисы доклада. Определить понятие и роль имиджа главы государства, условия его успешности 4. Определить политический состав Государственной думы РФ. Роль парламента в современной жизни РФ. Взаимодействие палат парламента между собой и президентом 5. Проработка материалов лекции, чтение современных СМИ, и дополнительной литературы. Самостоятельно подготовить вопросы (5-10 штук) по теме, озвучить вопросы для аудитории на семинарском занятии.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		6. Провести сравнительный анализ органов власти двух - трёх субъектов, субъекта РФ и федеральной власти РФ. Определить и дать объяснения сходства и отличия. 7. Использую библиографический метод, рассмотреть персоналии высших государственных должностных лиц Челябинской области 8. Проанализировать юридические основания взаимодействия государственного и муниципального управления в РФ. Сравнить муниципальное управление РФ с местным самоуправлением ведущих мировых держав. 9. Основные направления государственного регулирования экономики в Российской Федерации. Ознакомление с дополнительным информационно аналитическим материалом (современные публикации в СМИ, интернет, материалы научных конференций). Позиция власти, позиция экспертов, мнения оппозиции 10. Современное состояние отраслей российской экономики, их реформирование, и роль в рыночной экономике. Социальные ориентиры государства как приоритет экономической политики. 11. Рассмотреть вопросы: реформирование армии в России; роль патриотического воспитания, особенности геополитического положения РФ в современном мире, новые вызовы и альтернативы 12. Определения тенденции государственного управления имуществом. Исторический метод - смена ориентиров от тотальной приватизации к адресным программам развития. 13. Реализация многофакторного анализа переменных, влияющих на внутреннюю политику государственных органов власти. Определение роли оппозиции, СМИ в политике государства 14. Проблемы медицины, культуры и спорта - экспертное мнение, обзор современной прессы. Проблемы реформирования сферы образования 15. Рассмотреть вопрос, используя диалектический метод, тезис -антитезис - синтез: выступление докладчика (плюсы) и оппонента (минусы), групповое обсуждение. 16. Основные направления социальной политики государства. Критерии эффективности и ориентиры социальной политики
УК-2.3	При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения	Вопросы для обсуждения на практических занятиях 1. Административно-территориальное устройство в современной России. Основы российского федерализма. 2. Высшие органы государственной власти и управления Российской Федерации в системе разделения властей: законодательная власть. Институт президентства в РФ 3. Высшие органы государственной власти и управления Российской Федерации в системе разделения

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		властей: исполнительная власть 4. Высшие органы государственной власти и управления Российской Федерации в системе разделения властей: судебная власть 5. Макрорегионы России (федеральные округа). 6. Государственное регулирование регионального развития 7. Система органов государственного управления в субъектах 8. Система органов государственного управления в Челябинской области 9. Муниципальная власть и местное самоуправление. 10. Органы муниципального управления в муниципальных образованиях РФ. 11. Государственная и муниципальная служба 12. Реформирование государственного и муниципального управления и его итоги 13. Государственная и муниципальная политика в Российской Федерации 14. Организация и эффективность систем государственного и муниципального управления 15. Организация государственного и муниципального управления в ведущих и развитых государствах Доклады с презентациями (по выбору обучающегося): 1. Современные концепции и парадигмы в области государственного управления. 2. Верховенство конституции - история и современность. 3. Принцип народовластия в России от Новгорода до наших дней. 4. Контроль цен и тарифов в Российской Федерации. 5. Основные принципы госуправления в России. 6. Федеральные министерства, подчинённые Президенту РФ 7. Законодательное собрание челябинской области: политический состав 8. Демократический и либеральный стили государственного управления - особенности и отличия. 9. Особенности российского федерализма. 10. Государственное управление здравоохранением. 11. Государственная политика в сфере культуры в сельской местности. 12. Государственное управление социальным развитием села. 13. Цели и основные положения региональной политики на примере Челябинской области. Взаимодействие власти и бизнеса в решении насущных социально - экономических проблем. 14. Меры государственной поддержки экономического развития хозяйствующих субъектов.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		15. Государственное управление рынком ценных бумаг. 16. Государственное управление высшим образованием на примере МГТУ им. ГИ. Носова. 17. Работа Администрации Челябинской области - исполнение президентской стратегии экономического развития. Виды самостоятельной работы обучающихся: – Систематизация конспектов лекций и вопросов, вынесенных на самостоятельное изучение, изучение основной и дополнительной литературы. – Исследование примеров государственного устройства. Апробирование «идеальных типов»: государственное устройство, форма правления, политический режим на конкретных странах. Подготовка докладов. Организация групповой дискуссии. – Создание глоссария по терминам, встречающимся в процессе изучения тем.
Система государственного управления		
УК-2.1	Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Вопросы для зачета: 1. Федерализм и разделение полномочий между органами государственной власти. Федеральные органы государственной власти, их иерархия, проблемы взаимоотношений 2. Представительные органы и законодательная власть в Российской Федерации. 3. Роль Федерального Собрания в государственном управлении РФ. 4. Состав, структура и порядок работы Федерального Собрания. Полномочия палат Федерального Собрания. Формы работы Федерального Собрания. 5. Исполнительная власть в Российской Федерации. 6. Институт Президента и аппарата Президента Российской Федерации. 7. Институт Президента в системе исполнительной власти Российской Федерации. 8. Функции Президента РФ. Полномочия Президента РФ и инструменты их реализации. Система федеральных округов в РФ. Институт полномочных представителей Президента Российской Федерации в федеральных округах. 9. Правительство Российской Федерации и его роль в управлении государством. 10. Состав Правительства Российской Федерации его функции и полномочия. 11. Судебная власть в РСФ. Роль и место судебной власти в системе государственного устройства. 12. Возникновение "школ" государственного изучения. Их сущность, специфика. 13. Государственное управление: сущность, процесс, окружающая среда, ресурсы. 14. Государственный аппарат в системе государственного управления: сущность и эффективность

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		функционирования. 15. Аппарат управления и государство: их сущность, различия, взаимодействие, специфика функционирования 16. Влияние формы государства на функционирование системы государственного управления. 17. Системные основания и характеристики государственного управления. 18. Субъект и объект государственного управления. 19. Уровни государственного управления. Ветви власти. 20. Государство как объект управления общественными процессами. Типология государств. Основные функции государства. 21. Федеративное устройство как форма организации государственного управления. Системные аспекты федерализма. 22. Основные направления деятельности в системе государственного управления.
УК-2.2	Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; осуществляет поиск информации по различным типам запросов	Темы докладов с аудиовизуализированной презентацией 1. Административные процедуры: понятие, проектирование, место в структуре административного регламента. 2. Реализация двух принципов государственного строительства – территориального и национально-государственного. 3. Укрупнение регионов в совершенствовании федеративных отношений 4. Финансовое обеспечение осуществления полномочий органов государственной власти субъекта РФ по предметам ведения субъектов РФ. 5. Федеральные министерства, подчинённые Президенту РФ 6. Парламентский контроль: цель, субъекты, объекты, результаты. 7. Правительственный час: цель, результаты, примеры. 8. Избирательные системы, используемые при формировании представительных органов: зарубежный опыт. 9. Сведения о доходах, расходах и об имуществе членов Правительства РФ, их супругов и несовершеннолетних детей. 10. Полномочия Правительства РФ в социальной сфере: примеры реализации.
УК-2.3	При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения	ИДЗ 1. Использую библиографический метод, рассмотреть персоналии высших государственных должностных лиц Челябинской области 2. Проанализировать юридические основания взаимодействия государственного и муниципального

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		управления в РФ. Сравнить муниципальное управление РФ с местным самоуправлением ведущих мировых держав. 3. Основные направления государственного регулирования экономики в Российской Федерации. Ознакомление с дополнительным информационно аналитическим материалом (современные публикации в СМИ, интернет, материалы научных конференций). Позиция власти, позиция экспертов, мнения оппозиции 4. Современное состояние отраслей российской экономики, их реформирование, и роль в рыночной экономике. Социальные ориентиры государства как приоритет экономической политики.
Оценка эффективности управленческих решений		
УК-2.1	Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Перечень теоретических вопросов к зачету: 1. Процесс принятия управленческого решения: сущность, необходимость, общественная обусловленность. 2. Общие сведения о процессе принятия решений, его элементы. 3. Понятие «управленческая проблема», «управленческое решение». 4. Основные свойства управленческих решений. 5. Характеристика различных групп лиц, участвующих в разработке и принятии управленческих решений. 6. Экономическая основа принятия управленческого решения на предприятиях 7. Структура управленческого решения. 8. Социальная основа управленческого решения. 9. Правовая сущность управленческого решения. 10. Организационная сущность управленческих решений. 11. Технологическая основа принятия управленческого решения. 12. Требования, предъявляемые к управленческим решениям 13. Классификационные признаки управленческих решений. 14. Классификация управленческих решений. 15. Краткая характеристика методов принятия управленческих решений: состав, область использования, основные характеристики 16. Требования, предъявляемые к качеству и содержанию управленческого решения. 17. Характеристики личности (ЛПР), влияющие на принятие управленческого решения. 18. Характеристики индивидуального и группового принятия управленческих решений. 19. Особенности принятия коллективного решения.

<i>Код индикатора</i>	<i>Индикатор достижения компетенции</i>	<i>Оценочные средства</i>
		20. Роль и ответственность руководителя при принятии решения. 21. Характеристика внутренней системы информации в организации 22. Информационная структура управленческого решения. 23. Классификация методов принятия управленческих решений 24. Взаимодействие участников выбора управленческого решения. 25. Проблемы централизации и децентрализации процесса разработки решения 26. Особенности обоснования решений финансового характера 27. Сущность и содержание рисков при принятии решений финансового характера 28. Особенности принятия решений в инвестиционной деятельности организации 29. Методы диагностики эффективности управления финансовой деятельностью организации 30. Требования, предъявляемые к управленческим решениям инвестиционного характера 31. Характеристика основных этапов процесса принятия управленческого решения. 32. Этап идентификации (диагностики) проблемы. 33. Характеристика методов диагностики проблем в принятии решений 34. Содержание методов декомпозиции проблем 35. Сущность методов сравнительного анализа 36. Содержание методов факторного анализа в процессе принятия решений 37. Сущность методов ситуационного анализа 38. Характеристика этапов ситуационного анализа на предприятиях 39. Проблемы выбора критерия принятия управленческого решения. 40. Методы генерирования альтернатив управленческих решений 41. Развитие, анализ и выбор альтернатив управленческого решения. 42. Обоснование и проверка реализуемости альтернатив. 43. Процесс согласования, принятия и утверждения управленческого решения. 44. Преимущества и недостатки привлечения консультантов при принятии управленческого решения. 45. Характеристика подходов к разработке и выбору управленческого решения в условиях риска и неопределенности. 46. Выбор критерия оценки эффективности управленческого решения в условиях риска и неопределенности. 47. Понятие «метод», «модель», «моделирование». 48. Характеристика этапов процесса моделирования. 49. Характеристика методов принятия управленческого решения.

<i>Код индикатора</i>	<i>Индикатор достижения компетенции</i>	<i>Оценочные средства</i>
		50. Характеристика моделей, используемых при принятии управленческого решения. 51. Методы контроля реализации управленческих решений. 52. Целевая ориентация управленческих решений 53. Методы планирования реализации управленческого решения 54. Методы организации исполнения принятого управленческого решения. 55. Мотивация и кадровое обеспечение реализации управленческого решения. 56. Значение, функции и виды контроля реализации управленческого решения. 57. Понятие «качество управленческой деятельности» и «качество управленческого решения». 58. Методы прогнозирования в процессе принятия управленческих решений. 59. Неформальные методы прогнозирования. 60. Применение экспертных методов в процессе принятия решений. 61. Понятие, свойства и функции управленческих решений в деятельности организации 62. Научное обоснование процессов разработки и принятия управленческих решений как важное условие их эффективности. 63. Научные подходы к разработке управленческих решений: системный, процессный, ситуационный, маркетинговый, нормативный и др. 64. Значение и проблемность управленческих решений. 65. Многоаспектность содержания управленческих решений на предприятиях 66. Виды управленческих решений и их характеристика. 67. Требования, предъявляемые к качеству управленческих решений. 68. Формы разработки и реализации управленческих решений. 69. Информационное обеспечение процесса разработки управленческих решений. 70. Техническое и программное обеспечение процесса разработки управленческих решений. 71. Кадровое обеспечение процесса разработки и принятия управленческих решений в системе менеджмента. 72. Методология процесса разработки управленческих решений. 73. Диагностика проблемы как начальный этап процесса разработки управленческих решений. 74. Формулировка ограничений и критериев принятия решений. 75. Выявление и выбор альтернативы в процессе принятия управленческих решений. Оптимум Парето и его практическое использование. 76. Реализация решения и установление обратной связи. 77. Факторы, влияющие на процесс разработки управленческих решений: личностные оценки, инфор-

<i>Код индикатора</i>	<i>Индикатор достижения компетенции</i>	<i>Оценочные средства</i>
		мационные, поведенческие ограничения и др. 78. Цель и целеполагание в процессе разработки управленческих решений. 79. Программно-целевой подход к принятию управленческих решений. 80. Стратегический подход к разработке и принятию управленческих решений. 81. Методология анализа внешней среды и ее влияния на разработку и реализацию управленческих решений. 82. Факторы внешней среды, оказывающие прямое воздействие на реализацию управленческих решений. 83. Факторы внешней среды, оказывающие косвенное воздействие на реализацию управленческих решений. 84. Факторы внутренней среды организации и их влияние на разработку и реализацию управленческих решений. 85. Персонифицированные внутренние факторы организации и их влияние на разработку и реализацию управленческих решений. 86. Характеристики среды реализации управленческих решений. Неопределенность и риск в принятии решений. 87. Модели и моделирование в процессе принятия управленческих решений. 88. Виды моделей, их общая характеристика и применение в процессе принятия решений. 89. Принятие управленческих решений на основе теории массового обслуживания и управления товарными запасами. 90. Принятие решений на основе моделей линейного программирования и имитационного моделирования. 91. Сущность и классификация методов принятия управленческих решений. 92. Дерево решений как метод принятия управленческих решений. 93. Прогнозирование как метод принятия решений. 94. Неформальные методы прогнозирования. 95. Количественные методы прогнозирования: анализ временных рядов и причинно-следственное моделирование. 96. Качественные методы прогнозирования: мнение жюри, сбытовиков, потребителей, экспертов и др. 97. Экспертное прогнозирование решений. Метод «Дельфы», мозговая атака, деловая игра. 98. Приемы анализа альтернатив управленческих решений. 99. Сущность, задачи и виды контроля реализации управленческих решений.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		100. Процесс управленческого контроля и его этапы. 101. Характеристики эффективного контроля управленческих решений. 102. Социально-психологические и поведенческие аспекты контроля реализации решений. 103. Ответственность за исполнение управленческих решений. 104. Экономическая эффективность управленческих решений. Показатели эффективности управленческих решений 105. Социальная эффективность управленческих решений. 106. Роль личности менеджера в процессе разработки и реализации решений.
УК-2.2	Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; осуществляет поиск информации по различным типам запросов	Задание 1. Организация рассматривает вопрос о строительстве гостиничного комплекса. Возможны три варианта действий. А. Построить крупный гостиничный комплекс стоимостью 3*500 тысяч рублей. При этом варианте возможны большой спрос (годовой доход в размере 17*00 тысяч рублей в течение следующих 5 лет) с вероятностью 0,7 и низкий спрос (ежегодные убытки 1*00 тысяч рублей) с вероятностью 0,3. Б. Построить небольшой гостиничный комплекс стоимостью 1*000 тысяч рублей. При этом варианте возможны большой спрос (годовой доход в размере 8*00 тысяч рублей в течение следующих 5 лет) с вероятностью 0,7 и низкий спрос (ежегодные убытки 5*0 тысяч рублей) с вероятностью 0,3. В. Отложить строительство на один год для сбора дополнительной информации, которая может быть позитивной или негативной с вероятностью 0,9 и 0,1 соответственно. В случае позитивной информации можно построить гостиничные комплексы по указанным выше расценкам, а вероятности большого и низкого спроса меняются 0,8 и 0,2 соответственно. Доходы на последующие четыре года остаются прежними. В случае негативной информации организация гостиничный комплекс строить не будет. Все расчеты выражены в текущих ценах и не должны дисконтироваться. Нарисовать дерево решений. Определить наиболее эффективную последовательность действий, основываясь на ожидаемых доходах. Какова ожидаемая стоимостная оценка наилучшего решения? При выполнении задания необходимо сформировать систему показателей, соответствующую определенному варианту решения задачи. Для этого следует вместо значка «*» указывать свой порядковый номер по списку группы. Решение следует обосновать. Задание 2. Предприятие решает вопрос о том, стоит ли вкладывать 800 тысяч рублей в проект, годовой доход от которого будет не меньше 15%, если планируется через два года получить доход от этой инвестиции 1000000 рублей. Определите целесообразность данной инвестиции на основе метода дисконтирования денежных поступлений. Задание 3. После внедрения проекта суммарные издержки на реализацию товара «А» в количестве

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		14600 штук на предприятии составили 584000 рублей. На основе метода рентабельности продаж определите цену реализации данного товара, если желаемая прибыль от продажи составляет 120000 рублей. Рассчитайте товарооборот от продажи данного товара. Задание 4. После внедрения проекта суммарные издержки на реализацию товара «Б» в количестве 20000 штук на предприятии составили 700000 рублей. На основе метода рентабельности продаж определите цену реализации данного товара, если желаемая прибыль от продажи составляет 110000 рублей. Рассчитайте товарооборот от продажи данного товара. Задание 5. Суммарные издержки на реализацию товара «С» в количестве 15200 штук на предприятии составили 456000 рублей. На основе метода рентабельности продаж определите цену реализации данного товара, если желаемая прибыль от продажи составляет 115000 рублей. Рассчитайте товарооборот от продажи данного товара. Задание 6. Предприятие решает вопрос о том, стоит ли вкладывать 2000000 рублей в проект, годовой доход от которого будет не меньше 12%, если планируется через два года получить доход от этой инвестиции 3000000 рублей. Определите целесообразность данной инвестиции на основе метода дисконтирования денежных поступлений.
УК-2.3	При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения	Задание 1. Определите последовательность действий управляющей подсистемы в процессе реализации управленческих решений. 1) Внедрение технологии «единого окна» должно позволить организации обслужить большее количество клиентов за меньшее время. Установите последовательность контроля за ходом исполнения и оценки результатов данного управленческого решения в организации. 1. установлено, что в условиях новой технологии деятельности на обслуживание одного клиента должно уходить в среднем 15 минут 2. производится сверка фактического усреднённого времени обслуживания 1 клиента и нормативного. 3. определяются отклонения, их вероятные причины и возможности корректировок. 4. производятся замеры количества обслуженных клиентов за 8-часовой рабочий день. Задание 2. В ресторане «Салют» возникла проблема дефицита складских площадей. Руководитель предприятия принял ряд действий по подготовке управленческого решения данной проблемы. 1) Установите правильную последовательность действий руководителя. 1. установлено, что фирма не может принять на склад прибывшую партию сырья 2. группа складского учёта и хранения получает задание оценить эффективность размещения запасов на складе 3. специалисты под началом руководителя выявляют варианты решения проблемы 4. руководитель собирает совещание и описывает сложившуюся ситуацию перед специалистами

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		2) Установите последовательность действий, выполняемых менеджерами на этапе анализа ситуации в ходе разработки управленческого решения. 1. фиксация сигнала об отклонении в функционировании системы 2. сбор и обработка информации о состоянии внешней и внутренней среды 3. классификация и анализ информации 4. выявление проблемы, требующей решения 3) Установите последовательность общих этапов выработки и принятия управленческого решения: 1. выработка и постановка цели решения, изучение проблемы 2. конкретизация решения для его исполнителей 3. выбор и обоснование критериев эффективности решения 4. выработка и принятие оптимального решения Задание 3. Предприятие осуществило реализацию проекта, в результате чего имеются следующие данные о экономических показателях. Постоянные расходы предприятия в отчетном месяце - 50000 руб., а переменные - 36 руб. за 1 ед. Производственная мощность предприятия составляет 5000 ед. в месяц. Достижимая цена единицы продукции - 64 руб. На основе анализа точки безубыточности определите величину полных затрат, товарооборот, финансовый результат продажи, критическую величину объема продаж, при которой сохраняется прибыльность предприятия. Задание 4. Предприятие внедрило инновации, в результате чего изменились экономические показатели его деятельности. Определите критический объем продаж и объем продаж, обеспечивающий 30000 рублей прибыли до вычета процентов и налогов, если постоянные расходы предприятия за отчетный период составляют 39000 рублей, цена единицы товара – 60 рублей, а переменные расходы на единицу товара – 45 рублей. Рассчитать товарооборот, обеспечивающий заданный объем прибыли. Задание 5. Суммарные постоянные затраты до внедрения проекта составляли 720000 рублей при объеме реализации 180000 единиц. Рассчитать постоянные затраты после внедрения инноваций при объеме реализации 120000 единиц, товарооборот и финансовый результат, если цена за единицу товаров составляет 15 рублей, а переменные затраты – 600000 рублей. Задание 6. Предприятие решает вопрос о том, стоит ли вкладывать 3000000 рублей в проект, годовой доход от которого будет не меньше 10%, если планируется через три года получить доход от этой инвестиции 5000000 рублей. Определите целесообразность данной инвестиции на основе метода дисконтирования денежных поступлений
Учебная – ознакомительная практика		
УК-2.1	Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, рассматривает и предлагает	Контрольные вопросы

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	гает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	1. Каковы назначение, цели деятельности, структура предприятия (учреждения, организация), в которой проходила практика? 2. Какие знания, умения и навыки были приобретены или развиты в результате прохождения практики? 3. Выделите основные направления и виды деятельности предприятия. 4. Какие задания были выполнены в ходе прохождения практики? 6. Какие выводы можно сделать по организационно-правовой форме предприятия? 7. Каковы результаты изучения ИТ-инфраструктуры и архитектуры предприятия для управления бизнес-процессами? 8. Каковы результаты изучения и анализа рынка, потребителей, конкурентов? 9. Ваши предложения по повышению эффективности деятельности предприятия (учреждения, организации);
УК-2.2	Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; осуществляет поиск информации по различным типам запросов	Задания: 1) изучение организационных и юридических документов предприятия (организации, учреждения), включая организационную структуру управления; 2) знакомство с технологическими процессами на предприятии (в организации, учреждении), выпускаемой продукцией (услугами); 3) изучение ИТ-инфраструктуры предприятия для управления бизнес-процессами; 4) изучение структуры информационных потоков, отражающих номенклатуру и ассортимент производимой продукции (видов выполняемых работ и оказываемых услуг), ее основных потребителей, финансово-экономических показателей деятельности, положения на рынке и направлений развития предприятия (учреждения, организации); 5) изучение и анализ результатов деятельности предприятия, анализ рынка, конкурентов, потребителей; 6) изучение и анализ профессионально-ориентированного программного и информационного обеспечения на предприятии (в организации, учреждении); 7) в соответствии с индивидуальным заданием – изучение и обобщение информации по конкретной теме, связанной с учебной практикой на предприятии (в организации, учреждении). 8) оформление выводов; 9) подготовка отчета по практике; 10) подготовка к защите отчета по практике
УК-2.3	При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения	Контрольные вопросы 1. Каковы назначение, цели деятельности, структура предприятия (учреждения, организация), в которой проходила практика? 2. Какие знания, умения и навыки были приобретены или развиты в результате прохождения практики? 3. Выделите основные направления и виды деятельности предприятия.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		4. Какие задания были выполнены в ходе прохождения практики? 6. Какие выводы можно сделать по организационно-правовой форме предприятия? 7. Каковы результаты изучения ИТ-инфраструктуры и архитектуры предприятия для управления бизнес-процессами? 8. Каковы результаты изучения и анализа рынка, потребителей, конкурентов? 9. Ваши предложения по повышению эффективности деятельности предприятия (учреждения, организации);
УК-3Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде		
<i>Социальное партнерство</i>		
УК-3.1	Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	<i>Вопросы для подготовки к зачету</i> 1. Сущность и содержание социального партнерства 2. Базовые категории в теории социального партнерства 3. Роль социального консенсуса в социальном партнерстве 4. Социальное партнерство в сфере занятости населения 5. Социальное партнерство в сфере образования 6. Социальное партнерство в третьем секторе 7. Социальное партнерство в сфере медико-социальной работы 8. Опыт социального партнерства за рубежом и в России 9. Деятельность Международной организации труда в сфере социального партнерства 10. Зарубежные модели социального партнерства 11. Социальное партнерство в России 12. Основные формы участия работников в управлении организацией. 13. Роль механизмов социального партнерства в предупреждении 14. трудовых споров. 15. Индивидуальные трудовые споры как виды трудовых конфликтов: 16. пути разрешения. 17. Возможности участия представителей сторон социального 18. партнерства в разрешении индивидуальных трудовых споров. 19. Коллективные трудовые споры и порядок их разрешения в России. 20. Особенности примирительных процедур при разрешении 21. коллективных трудовых споров. Право на забастовку и его ограничения. 22. Групповая сплоченность как консолидация членов команды.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		23. Влияние психологических характеристик индивидов на сплоченность команды. 24. Управление психологическим климатом в команде. 25. Командообразование как фактор эффективной совместной деятельности 26. Теоретические аспекты, этапы, способы командообразования. 27. Характеристика понятия команды, роль личности в ней. 28. Стратегическое мышление руководителя как форма делового проектирования. 29. Процесс формирования руководителем управленческой команды. 30. Психологические основы профессионального лидерства в команде. 31. Социально-психологические средства повышения креативности команды. 32. Социально-психологические методы повышения эффективности совещаний. 33. Социально-психологические методы обеспечения эффективности переговорного процесса. 34. Этапы развития команд
УК-3.2	Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; осуществляет поиск информации по различным типам запросов	Практические задания: 1. Составление шаблонов и схем коллективных переговоров, применяемых в российской практике. 2. Разработка стратегии разрешения трудового спора с участием социальных партнеров (работа группами). 3. Возможные пути совершенствования механизмов участия работников в управлении организацией. Подготовка к дискуссии на семинаре.
УК-3.3	При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения	Практическое задание: 1. Проанализируйте собственные проблемы в общении. Наметьте возможные пути их преодоления. 2. Тест «Командные роли» Р.М. Белбина, методика MYERS-BRIGGS 3. Анализ конфликтных ситуаций (формула конфликта и динамика развития), определение мер профилактики обстоятельств, обуславливающих потребность работника в социальных услугах, мерах социальной помощи. 4. Представить собственное портфолио, которое отражало бы видение Вами социально-партнерских отношений в будущей профессиональной деятельности, научно-исследовательской работе, общественной, культурно-творческой, спортивной и др. сферах (можно выбрать для себя приоритет).
Проектная деятельность		
УК-3.1	Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоин-	Вопросы для самостоятельного изучения 1. Иерархия, соподчиненность, структура частей. Модулирование как прием структурирования 2. План в проектной работе (составить план работы)

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	ства и недостатки	3. Система мер и условных обозначений в проектах. Единообразие. Найти вербальный образный ряд к предложенной теме проекта. (Написать список). 4. Проект в завершенном виде, подача. 5. Наброски и эскизы как записная книжка в проектной деятельности. 6. Частичная детализация, проекции и планы. 7. Найти визуальный ассоциативный ряд к предложенному названию, теме (только список – перечень тех изображений, которые могли ассоциативно и многозначно раскрыть тему). 8. Визуализировать этапы и структуру своего предполагаемого проекта в области
УК-3.2	Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; осуществляет поиск информации по различным типам запросов	Практическое задание 1. Найти наиболее известные действующие сайты, на которых размещается информация о международных и федеральных проектах для студентов. Познакомьтесь с материалами указанных сайтов (по выбору). Подготовьте информационное сообщение об одном из проектов для своих товарищей (если позволяют технические возможности с использованием компьютерной презентации). 2. Предложите несколько вариантов соотношения объектов и предметов проектной деятельности в рамках социально-педагогического, психолого-педагогического, образовательного проектирования. 3. Выберите реально существующий проект, проанализируйте, к какому виду он относится, используя знания, полученные при изучении классификаций проектов. 4. Сформулируйте идею проекта. Выделите проблему, которая должна быть решена с помощью предполагаемого проекта. Определите систему для решения проблемы. Выделите общую цель и критерии системы. Произведите декомпозицию целей системы. Выявите процессы и ресурсы системы. Определите риски проекта. 5. В результате совершения проектных действий необязательно получается проект. Например, предвзята такая традиционная форма организации трудовой активности учащихся и педагогов, как субботник, «возможно разведкой полезных дел». Школьники предлагают внимательно пройти по зданию школы, заглянуть в различные уголки и составить перечень
УК-3.3	При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения	Подготовка и защита проекта Перечень теоретических вопросов для самостоятельного изучения 1. Разработка концепции проекта. 2. Риски в проектном управлении. 3. Смета проекта: методика составления. 4. Современная концепция маркетинга в управлении проектами. 5. Современные методы управления рисками проекта.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		6. Современные программные продукты в области управления проектами. 7. Социально-психологические аспекты эффективного управления проектом. 8. Социально-психологический “портрет” эффективного руководителя проекта. 9. Сравнительная характеристика проектного менеджмента в России и за рубежом. 10. Сравнительная характеристика традиционного и проектного менеджмента. 11. Структуризация проектов. 12. Технологии управления проектной деятельностью. 13. Технология управления изменениями. 14. Управление коммуникациями проекта. 15. Управление персоналом команды проекта. 16. Управление работами по проекту. 17. Управление ресурсами проекта: управление закупками проекта. 18. Управление ресурсами проекта: управление запасами. 19. Управление ресурсами проекта: управление поставками. 20. Участники проектной команды. 21. Фазы жизненного цикла проекта и их краткое содержание. 22. Формирование замысла (идеи) проекта. 23. Формирование и развитие команды проекта (проектной группы). 24. Формирование концепции проекта. 25. Функции и подсистемы управления проектами. 26. Функции управления проектами. 27. Цели, назначение и виды планов в управлении проектами. 28. Экспертиза проектов: сущность, методика и основные показатели.
Управление человеческими ресурсами		
УК-3.1	Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Перечень теоретических вопросов: 1. Закон системы, как основа системы категорий управления персоналом. 2. Закон синергии и его влияние на теорию управления персоналом. 3. Персонал как подсистема в системе управления организацией. 4. Перечислите основные категории системы управления. Охарактеризуйте систему принципов управления В.И. Кнорринга. 5. Понятие принципа в теории управления. Принципы управления персоналом, дайте их краткую ха-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		рактеристику. 6. Фундаментальные принципы управления персоналом (основы теории управления П. Друкера). 7. Перечислите основные категории системы управления. Система методов управления, дайте их краткую характеристику. 8. Основные категории системы управления. Перечислите основные функции управления. Охарактеризуйте функцию планирования персоналом. 9. Перечислите основные категории системы управления. Назовите основные функции управления. Цели, задачи и принципы функции планирования. 10. Основные категории управления. Перечислите основные функции управления. Охарактеризуйте функцию организации. Принципы осуществления функции организации, этапы функции организации.
УК-3.2	Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; осуществляет поиск информации по различным типам запросов	Примерные практические задания для экзамена Ситуация «Выбор стратегии управления персоналом» Описание ситуации Из общей теории стратегического управления известно, что существует несколько типов, или вариантов, стратегий организации. Это, в частности, стратегии: предпринимательства, динамического роста, максимизации прибыли, выживания, ликвидации. Известно также, что стратегия управления персоналом обусловлена общей стратегией организации. Вместе с тем стратегия управления персоналом не может не отражать существенных особенностей реализации данной функции, обусловленных общей, человеческой природой объекта и субъекта управления, и вытекающих отсюда ее составных элементов. Таких, в частности, как кадровая политика, подбор и наем персонала, профессиональная и социально-психологическая адаптация вновь принятых работников, оценка, стимулирование и мотивация, развитие (включающее обучение, профессиональное и карьерное продвижение), социальное обеспечение и защита работников, высвобождение, правовое и информационное обеспечение функционирования системы управления персоналом. Постановка задачи Располагая основными характеристиками стратегии организации, следует сформулировать основные элементы стратегии управления персоналом. Однако обе эти стратегии не являются обособленными, автономными в содержательном плане. Стратегия управления персоналом реализуется службой управления персоналом и линейными руководителями как органичная часть общей стратегии организации. Стратегия организации и стратегия управления персоналом разрабатываются как единое целое, поэтому специалисты службы управления персоналом вовлечены в разработку стратегии организации. Ведь именно персоналу предстоит, во-первых, реализовать ту или иную стратегию организации по всем

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства																	
		ее составляющим, во-вторых, испытать обоснованность и продуктивность избранной стратегии на себе. Используя описания названных стратегий и составных элементов технологии управления персоналом, охарактеризуйте соответствующие стратегии управления персоналом. Методические указания Задача преследует цель закрепления лекционного материала по двум темам: «Цели и функции системы управления персоналом» и «Стратегия управления персоналом». Студентам предлагается таблица, с заполненными двумя левыми столбцами, в которых содержатся название и краткое описание характерных черт стратегий организации, и незаполненным правым столбцом. После ознакомления с содержанием таблицы студентам предлагается заполнить свободные ячейки правого столбца теми характеристиками стратегии управления персоналом, которые, на их взгляд, соответствуют данной стратегии организации. После выполнения задания всеми студентами рекомендуется обсудить полученные результаты в группе. ВЗАИМОСВЯЗЬ СТРАТЕГИЙ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ <table><tr><th>Тип стратегии</th><th>Характерные черты стратегии организации</th><th>Характерные черты стратегии управления человеческими ресурсами</th></tr><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr><tr><td>Стратегия предпринимательства</td><td>Работа преимущественно на основе проектов с высокой степенью финансового риска</td><td></td></tr><tr><td>Стратегия динамического роста</td><td>Степень риска в работе организации сравнительно невысока. Работа строится в основном по отлаженным, стандартным схемам. Критерии оценки результатов деятельности связаны с увеличением объемов и ростом эффективности</td><td></td></tr><tr><td>Стратегия максимизации прибыли</td><td>Суть данной стратегии раскрывается в ее названии. Основные усилия в управлении сосредоточены на поиске резервов сокращения затрат и снижения себестоимости продукции</td><td></td></tr></table>			Тип стратегии	Характерные черты стратегии организации	Характерные черты стратегии управления человеческими ресурсами	1	2	3	Стратегия предпринимательства	Работа преимущественно на основе проектов с высокой степенью финансового риска		Стратегия динамического роста	Степень риска в работе организации сравнительно невысока. Работа строится в основном по отлаженным, стандартным схемам. Критерии оценки результатов деятельности связаны с увеличением объемов и ростом эффективности		Стратегия максимизации прибыли	Суть данной стратегии раскрывается в ее названии. Основные усилия в управлении сосредоточены на поиске резервов сокращения затрат и снижения себестоимости продукции	
Тип стратегии	Характерные черты стратегии организации	Характерные черты стратегии управления человеческими ресурсами																	
1	2	3																	
Стратегия предпринимательства	Работа преимущественно на основе проектов с высокой степенью финансового риска																		
Стратегия динамического роста	Степень риска в работе организации сравнительно невысока. Работа строится в основном по отлаженным, стандартным схемам. Критерии оценки результатов деятельности связаны с увеличением объемов и ростом эффективности																		
Стратегия максимизации прибыли	Суть данной стратегии раскрывается в ее названии. Основные усилия в управлении сосредоточены на поиске резервов сокращения затрат и снижения себестоимости продукции																		

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства		
			Все внимание – росту производительности	
		Стратегия выживания	Главная цель – спасти организацию от банкротства. Всеми мерами сокращаются затраты. Анализируются возможности сокращения убыточных видов бизнеса и проектов. Продается часть активов. Вместе с тем ставится задача поиска возможностей роста	
		Стратегия ликвидации	Продажа большей части активов. Сокращение объемов производства и услуг. Попытки спасти предприятие не предпринимаются	
		Практическое задание 1.2 <i>«Определение соответствия программы работ при высвобождении персонала причинам увольнения»</i> <i>Исходные данные и постановка задачи.</i> Необходимо установить, какие мероприятия из общей программы работ при высвобождении персонала следует применять к сотрудникам организации, имея в виду конкретные причины их увольнения. При этом частным решением может быть вывод о том, что по отношению к тому или иному сотруднику в силу определенной причины увольнения не следует применять программу работ при высвобождении персонала. Решение задачи основывается на содержании программы работ при высвобождении персонала и сопоставлении этой программы с причинами увольнений, имеющих законодательное закрепление. На предварительном этапе участникам решения задачи следует сформулировать состав мероприятий, проводимых администрацией организации при высвобождении персонала. Исходные данные задачи: изложение статей Трудового кодекса РФ, имеющих отношение к увольнению работников из организаций, а также указания на то, по какой статье увольняется тот или иной сотрудник условной организации. Состав и содержание причин увольнения и соответствующих статей приведены ниже. <i>Увольнение по инициативе администрации</i> (ст. 81 ТК РФ) может быть обусловлено такими при-		

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства																		
		чинами, как: • ликвидация предприятия, сокращение численности или штата работников; • несоответствие сотрудника занимаемой должности или выполняемой работе; • неисполнение работником своих служебных обязанностей без уважительных причин; • прогул, в том числе отсутствие на работе более трех часов в течение рабочего дня; • неявка на работу вследствие болезни в течение более четырех месяцев подряд; • восстановление на работе сотрудника, ранее выполнявшего эту работу; • появление на работе в состоянии алкогольного или наркотического опьянения; • совершение по месту работы хищения государственного или общественного имущества; • однократное грубое нарушение руководителем организации или его заместителями своих служебных обязанностей; • совершение работником, обслуживающим денежные или товарные ценности, таких действий, которые дают основание для утраты доверия к нему со стороны администрации; • совершение работником, выполняющим воспитательные функции, аморального поступка. <i>Увольнение по соглашению сторон</i> - прекращение трудового договора (контракта) между администрацией и сотрудником (ст. 78 ТК РФ). <i>Увольнение по инициативе работника</i> - расторжение трудового договора (контракта) по желанию сотрудника (п. 6 ст. 77, ст. 79, 80 ТК РФ). Законодательством предусмотрено право работников расторгнуть трудовой договор, заключенный на неопределенный срок (ст. 80 ТК РФ), а также в ряде случаев право расторжения срочного трудового договора (п. 6 ст. 77, ст. 79 ТК РФ). <i>Увольнение по истечении срока трудового договора (контракта)</i> - прекращение срочного трудового договора (заключенного на определенный срок или на время выполнения определенной работы) (п. 2 ст. 77 ТК РФ). Данные о причинах увольнения нескольких сотрудников организации могут быть представлены в следующей таблице. <table border="1" data-bbox="896 1197 2051 1412"> <thead> <tr> <th>№ п/п</th><th>Сотрудник</th><th>Причина увольнения (статья ТК РФ)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td><td>Г-н А</td><td>п.1 ст. 81</td></tr> <tr> <td>2</td><td>Г-н В</td><td>п. 7 ст. 81</td></tr> <tr> <td>3</td><td>Г-жа С</td><td>п. 2 ст. 77</td></tr> <tr> <td>4</td><td>Г-н Д</td><td>п. 1 ст. 77</td></tr> <tr> <td>5</td><td>Г-жа Е</td><td>ст. 80</td></tr> </tbody> </table>	№ п/п	Сотрудник	Причина увольнения (статья ТК РФ)	1	Г-н А	п.1 ст. 81	2	Г-н В	п. 7 ст. 81	3	Г-жа С	п. 2 ст. 77	4	Г-н Д	п. 1 ст. 77	5	Г-жа Е	ст. 80
№ п/п	Сотрудник	Причина увольнения (статья ТК РФ)																		
1	Г-н А	п.1 ст. 81																		
2	Г-н В	п. 7 ст. 81																		
3	Г-жа С	п. 2 ст. 77																		
4	Г-н Д	п. 1 ст. 77																		
5	Г-жа Е	ст. 80																		
УК-3.3	При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок,	Тест																		

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения	<i>10. Развитие персонала — это...</i> а) процесс подготовки сотрудника к выполнению новых производственных функций, занятию новых должностей, решению новых задач; б) процесс непосредственной передачи новых профессиональных навыков или знаний сотрудникам организации; в) система взаимосвязанных видов деятельности, необходимых, чтобы гарантировать организации эффективную управленческую структуру и менеджеров для достижения организационных целей; г) процесс и результат усвоения систематизированных знаний, умений, навыков и способов поведения, необходимых для подготовки человека к жизни и труду; д) процесс и результат подготовки человека к определенному виду трудовой деятельности, подтвержденный документом об окончании соответствующего учебного заведения. <i>11. Специально сформированная группа работников, по своим качествам соответствующая требованиям, предъявляемым к руководителям определенного ранга, прошедших аттестационный отбор, специальную управленческую подготовку и достигших положительных результатов в производственно-коммерческой деятельности организации:</i> а) резерв руководителей на выдвижение; б) аттестационная комиссия; в) резерв кадров; г) кадровая служба. <i>12. Доверительные обращения руководителя к сотруднику есть проявления внутриорганизационной карьеры:</i> а) горизонтального типа; б) вертикального типа; в) центростремительного типа. <i>13. Правовой акт, регулирующий трудовые, социально-экономические, профессиональные отношения между работодателем и наемными работниками в организации, есть:</i> а) трудовое соглашение; б) трудовой договор; в) коллективный договор; г) трудовой контракт. <i>14. Оценка деятельности подразделений управления персоналом — это системный процесс, направленный на (выберите все правильные ответы):</i> а) соизмерение затрат и результатов, связанных с деятельностью кадровых служб; б) соотношение результатов деятельности кадровых служб с итогами деятельности организации в

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		целом; в) соотношение результатов деятельности кадровых служб с итогами деятельности других подразделений 15. Постулаты теории человеческих отношений гласят (при необходимости указать несколько вариантов ответов): а) труд не приносит удовлетворения индивиду; б) индивиды стремятся к самостоятельности; в) требуется жесткий контроль за работниками; г) труд приносит удовлетворение индивиду; д) индивиды стремятся внести свой вклад в реализацию целей предприятия. е) большинство индивидов ответственно, способно к самостоятельности, к творчеству, к личному самоконтролю; ж) индивиды стремятся быть полезными и значимыми.
Учебная - ознакомительная практика		
УК-3.1	Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Контрольные вопросы 1. Каковы назначение, цели деятельности, структура предприятия (учреждения, организация), в которой проходила практика? 2. Какие знания, умения и навыки были приобретены или развиты в результате прохождения практики? 3. Выделите основные направления и виды деятельности предприятия. 4. Какие задания были выполнены в ходе прохождения практики? 6. Какие выводы можно сделать по организационно-правовой форме предприятия? 7. Каковы результаты изучения ИТ-инфраструктуры и архитектуры предприятия для управления бизнес-процессами? 8. Каковы результаты изучения и анализа рынка, потребителей, конкурентов? 9. Ваши предложения по повышению эффективности деятельности предприятия (учреждения, организации);
УК-3.2	Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; осуществляет поиск информации по различным типам запросов	Задания: 1) изучение организационных и юридических документов предприятия (организации, учреждения), включая организационную структуру управления; 2) знакомство с технологическими процессами на предприятии (в организации, учреждении), выпускаемой продукцией (услугами); 3) изучение ИТ-инфраструктуры предприятия для управления бизнес-процессами; 4) изучение структуры информационных потоков, отражающих номенклатуру и ассортимент произво-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		димой продукции (видов выполняемых работ и оказываемых услуг), ее основных потребителей, финансово-экономических показателей деятельности, положения на рынке и направлений развития предприятия (учреждения, организации); 5) изучение и анализ результатов деятельности предприятия, анализ рынка, конкурентов, потребителей; 6) изучение и анализ профессионально-ориентированного программного и информационного обеспечения на предприятии (в организации, учреждении); 7) в соответствии с индивидуальным заданием – изучение и обобщение информации по конкретной теме, связанной с учебной практикой на предприятии (в организации, учреждении). 8) оформление выводов; 9) подготовка отчета по практике; 10) подготовка к защите отчета по практике
УК-3.3	При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения	Контрольные вопросы 1. Каковы назначение, цели деятельности, структура предприятия (учреждения, организация), в которой проходила практика? 2. Какие знания, умения и навыки были приобретены или развиты в результате прохождения практики? 3. Выделите основные направления и виды деятельности предприятия. 4. Какие задания были выполнены в ходе прохождения практики? 6. Какие выводы можно сделать по организационно-правовой форме предприятия? 7. Каковы результаты изучения ИТ-инфраструктуры и архитектуры предприятия для управления бизнес-процессами? 8. Каковы результаты изучения и анализа рынка, потребителей, конкурентов? 9. Ваши предложения по повышению эффективности деятельности предприятия (учреждения, организации);
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)		
Иностранный язык		
УК-4.1.	Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь и стиль общения к ситуациям взаимодействия	1. Прочитайте диалоги и заполните пробелы, используя предложенные ниже реплики. Английский язык Dialogue 1 Susan: Oh, my god! The final exams are coming, and I still have not chosen the place to enter. Jane: _____ Let's try to determine which profession suits you most of all. C: But how can we do it? D: It's very easy. _____ Then we will analyze and understand what your future profession.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		S: How do you know all this? D: Have you forgotten? I attend psychology courses once a week. We have recently discussed such problem. S: _____ D: Yes, you will be surprised, but you are not alone to have such a problem. S: That calms me a little. Well, come on, let's start. D: _____ working with people, with animals or with documents? S: I'm afraid of animals, and a little shy to communicate with people. I prefer to work with documents. D: Do you like children? S: Oh, yes. I always play with children when guests come to us. I think they like to spend time with me too. D: Well, it became clear to me that you need to choose a profession that relates to children, and documents. For example, an interpreter or a school teacher. S: _____ Now I have something to think about. Your advice really helped me, thank you! Stop to panic. I will ask you questions, and you will honestly answer them. Really? What kind of work do you prefer. Well done! Dialogue 2 1) A: Hi, Jim. Are you still looking for work? B: _____ a) No, thanks a lot, I'm fed up. b) As a matter of fact, I am. c) Yes, I do. d) _____ 2) A: Do you have any career plans yet? B: _____ a) I'm sure, it will be well-paid. b) No, it doesn't appeal to me at all ... Yes ... I'd like to be my own boss one day. Немецкий язык Dialog 1 <i>Monika:</i> Hallo, Karin! <i>Karin:</i> _____, Monika! Wie geht`s? <i>Monika:</i> Danke, gut! Was machst du heute Abend? <i>Karin:</i> Heute habe ich viel zu tun. Tante Sabine kommt zu uns. Eigentlich muss ich mich schon beeilen.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Wiedersehen! Monika: _____! <i>Herzlich Willkommen! Grüß dich! Auf Wiederhören! Leben Sie wohl! Tschüss!</i> Dialog 2 - - Ja, bitte! - - Gehen Sie geradeaus und an der nächsten Kreuzung rechts. Dann die nächste Straße links. - - An der nächsten Kreuzung rechts. Die Bank ist das große moderne Haus auf der rechten Seite. - Ist es weit? - - Danke. Auf Wiedersehen! <i>Können Sie das bitte wiederholen? Wo geht es zur Deutschen Bank? Etwa fünf Minuten zu Fuß. Guten Tag! Entschuldigung! Könnten Sie mir helfen?</i> Французский язык Dialogue 1 Nicolas: Bonjour, Michel! Michel: _____, Nicolas! Comment ça va? Nicolas: Merci, ça va bien! Que fais-tu ce soir? Karin: Aujourd'hui j'ai beaucoup d'affaires. Ma tante Marie vient nous voir. En fait, je dois me dépêcher. Au revoir! Nicolas: _____! <i>Bienvenue! Salut! Portez-vous bien! Au revoir! Bon voyage!</i> Dialogue 2 Votre ami: Allons voir le 3-D film au cinema?

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Vous: a) Avec plaisir! b) Je n'aime pas tous les films. c) Laissez-moi tranquille! d) C'est follet! 2.Выберите реплику, наиболее соответствующую ситуации общения Английский язык 1. Helen: Hi, meet my friend Andrew! Mary: a) Hello, Andrew! Pleased to meet you! b) Very well! c) And what is that? d) I don't want! I'm very busy! 2. Helga: Barbara: Oh, thank you very much, Helga! It's so pleasant! a) Hello! What's the matter with you, Barbara? b) You look wonderful! Your dress is very beautiful! c) You should change your shoes, they don't match this suit. d) It's not a good idea to wear this handbag with this hat. 3. Passer-by 1: Passer-by 2: Go straight down to the traffic lights, then turn left. a) How do you get to your office? b) I'm lost! Help me! c) Does this bus go to the centre? d) Excuse me! Do you know where the nearest metro station is, please? Немецкий язык 1.Kellner: Darf ich Ihnen etwas zum Trinken anbieten? Kaffee? Saft? Sie: a) Tee, bitte! b) Ich hasse Kaffee!

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		c) Da bin ich! d) Was? Ich trinke überhaupt nicht! 2. Lehrer: In diesem Text gibt es einige neue Wörter. Student: _____ a) Was? b) Wann ist dieser Unterricht zu Ende? c) Erklären Sie, bitte, die Bedeutung dieser Wörter! d) Hilfe! Французский язык 1. Garçon: Puis-je vous proposer quelques choses à boire? Du café? Du jus? Vous: _____. a) Une tasse de the, s'il vous plait. b) Je n'aime pas le café! c) Me voila! d) Vous dites? Je ne bois pas! 2. Maître: Dans ce texte il y a quelques nouveaux mots. Etudiant: a) Vous dites? b) Quand la leçon se termine-t-elle? c) Expliquez, les sens de ces mots, s'il vous plait. d) Au secours! 2. Выберите правильный ответ на вопросы лингвострановедческого характера. Английский язык 1. What's the main difference between a college and a university in the USA? a) Colleges are smaller. b) Colleges offer only undergraduate degrees. c) Colleges are smaller and they offer only undergraduate degrees. 2. What's the difference between a state (public university) and a private university? a) State universities are funded by the government. b) State universities are usually larger and admit a wider range of students.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		c) State universities are funded by the government and admit a wider range of students. 3. Who funds private institutions of higher education in the USA? a) a) US government b) b) They are funded from tuition fees, research grants and gifts. Страна, где я живу 1) How many countries does the Russian Federation consist of? a) 2 b) 3 c) 4 2) What is the state system of the Russian Federation? a) a constitutional monarchy b) a parliamentary republic c) the united states 3) What is the symbol of the Russian Federation? a) a rose b) a bald eagle c) an eagle Страны изучаемого языка 1. What is the Scottish national costume for men? a) the kilt b) the tuxedo c) the bearskin 2. What is the most famous sport event in Scotland? a) the Highland games b) the Commonwealth Games c) the Wimbledon Championship 3. What country is called a land of castles and princes? a) England b) Northern Ireland c) Wales Немецкий язык 1) Hochschulbildung in Deutschland ist heutzutage in den ... eingebunden. a) Bologna-Prozess c) Berliner Prozess b) Nürnberger Prozess d) Europäischen Prozess 2) Wer bekommt Stipendien an den Universitäten Deutschlands? a) alle Studenten c) besonders begabte Studenten b) ausländische Studenten d) niemand 3) Die erste Universität Deutschlands wurde in ... gegründet. a) Weimar b) Heidelberg c) Köln d) Hannover Страна, где я живу 1) Deutschland besteht aus ... Bundesländern.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		a) 14 b) 16 c) 12 d) 10 2) Im Norden wird Deutschland durch ... begrenzt. a) die Ostsee b) den Bodensee c) Frankreich d) Polen 3) Der gesetzgebende Organ Deutschlands heißt a) Bundestag b) Regierung c) Der Kurfürst d) Landtag Страны изучаемого языка 1) Die Deutschen feiern Weinachten am a) 21. Dezember b) 24. Dezember c) 31. Dezember d) 7. Januar 2) Das Bild „Selbstbildnis im Pelzrock“ von ... befindet sich in der Alten Pinakothek in München. a) Brecht b) Cranach c) Hundertwasser d) Dürer 3) Für die Germanen war ... ein heiliger Baum. a) die Kirsche b) die Espe c) die Linde d) die Birne Французский язык 1. Les deux premiers cycles sont destinés ... A aux recherches B aux études C aux stages pratiques 2. Le troisième cycle est destiné à la recherche... A à la recherche B aux études C aux vacances 3. Les étudiants se retrouvent toujours à l'université quand ... A ils se sont reposés après les études. B ils ont passé leurs examens. C ils n'ont pas été admis ailleurs Страна, где я живу

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		1) La République fédérale de Russie occupe environ a) une deuxième partie de la surface de la Terre. b) une septième partie de la surface de la Terre. c) une troisième partie de la surface de la Terre. d) une cinquième partie de la surface de la Terre. 2) Ses côtes sont baignées par a) onze mers de trois océans b) douze mers de trois océans c) trois mers de trois océans d) douze mers de deux océans 3) Le plus profond lac du monde est a) le lac Ladoga b) le lac Blanc c) le lac Baikal d) le lac Onega Страны изучаемого языка 1. Ce sont les Champs-Élysées qui vont de la place Charles de Gaulle.... a. au Quartier Latin b. à la place de l'Opéra c. à la place de la Concorde 2. Sur la rive gauche se trouve ... a. les Grands Boulevards b. le Quartier Latin c. la Tour Eiffel 3. Sur la rive droite se trouve a. l'Arc de Triomphe b. Notre-Dame c. le Quartier Latin
УК-4.2.	Ведет деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенно-	1. Расположите части нижепредставленного письма в правильном порядке.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства												
	стей стилистики официальных писем и социокультурных различий	Английский язык 1. January 28th 2. Hope to hear from you soon 3. Flat 14, 8 Jefferson Street Nashville NSH9 001 4. Yours, Alex Duck 5. Dear Melanie 6. I don't like to write long and boring letters so I stop here, but I like to communicate with people about interesting things. I hope we'll be able to become good friends. 7. I've seen your ad and liked it very much. So I decided to write you. My name is Alex. I'm 22. I like travelling very much. My hobby is basketball. Besides, I'm fond of reading. My favourite writer is Charles Dickens. Немецкий язык <table><tr><td>a) Schwarzer Bär, 3</td><td>1.</td></tr><tr><td>b) Katharina Müller</td><td>2.</td></tr><tr><td>c) 30449 Hannover</td><td>3.</td></tr><tr><td>d) Mein Name ist Katharina Müller, ich bin Bewerberin an der HMT Hannover für den Wintersemester 2017, Fach – Pop Gesang. Da ich mich auch an der anderen Hochschule in Mannheim bewerbe, muss ich am 17.06 in Mannheim für die Hauptfachprüfung sein. Am diesen Tag findet aber auch Musiktheorietest an Ihrer Hochschule statt. Ist es möglich, den Musiktheorietest an einen anderen Tag mit einer anderen Gruppe zu schreiben? Ich würde Ihnen für solche Angelegenheit sehr dankbar sein.</td><td>4.</td></tr><tr><td>e) 11.06.2017</td><td>5.</td></tr><tr><td>f) Mit freundlichen Grüßen,</td><td>6.</td></tr></table>	a) Schwarzer Bär, 3	1.	b) Katharina Müller	2.	c) 30449 Hannover	3.	d) Mein Name ist Katharina Müller, ich bin Bewerberin an der HMT Hannover für den Wintersemester 2017, Fach – Pop Gesang. Da ich mich auch an der anderen Hochschule in Mannheim bewerbe, muss ich am 17.06 in Mannheim für die Hauptfachprüfung sein. Am diesen Tag findet aber auch Musiktheorietest an Ihrer Hochschule statt. Ist es möglich, den Musiktheorietest an einen anderen Tag mit einer anderen Gruppe zu schreiben? Ich würde Ihnen für solche Angelegenheit sehr dankbar sein.	4.	e) 11.06.2017	5.	f) Mit freundlichen Grüßen,	6.
a) Schwarzer Bär, 3	1.													
b) Katharina Müller	2.													
c) 30449 Hannover	3.													
d) Mein Name ist Katharina Müller, ich bin Bewerberin an der HMT Hannover für den Wintersemester 2017, Fach – Pop Gesang. Da ich mich auch an der anderen Hochschule in Mannheim bewerbe, muss ich am 17.06 in Mannheim für die Hauptfachprüfung sein. Am diesen Tag findet aber auch Musiktheorietest an Ihrer Hochschule statt. Ist es möglich, den Musiktheorietest an einen anderen Tag mit einer anderen Gruppe zu schreiben? Ich würde Ihnen für solche Angelegenheit sehr dankbar sein.	4.													
e) 11.06.2017	5.													
f) Mit freundlichen Grüßen,	6.													

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства											
		<table><tr><td>(Unterschrift) Katharina Müller.</td><td></td></tr><tr><td>g) Hochschule für Musik und Theater Hannover</td><td>7.</td></tr><tr><td>h) Sehr geehrte Damen und Herren,</td><td>8.</td></tr><tr><td>i) Eignungsprüfung</td><td>9.</td></tr><tr><td>j) Neues Haus, 1 30175, Hannover</td><td>10.</td></tr></table>		(Unterschrift) Katharina Müller.		g) Hochschule für Musik und Theater Hannover	7.	h) Sehr geehrte Damen und Herren,	8.	i) Eignungsprüfung	9.	j) Neues Haus, 1 30175, Hannover	10.
		(Unterschrift) Katharina Müller.											
		g) Hochschule für Musik und Theater Hannover	7.										
		h) Sehr geehrte Damen und Herren,	8.										
		i) Eignungsprüfung	9.										
		j) Neues Haus, 1 30175, Hannover	10.										
		Французский язык											
		Aubert & Cie (1) Code postal 75014 Paris (2) (3) M. Jean Bertrand (4) Etablissement Butot (5) 20, Rue du Rhône											
		A la Société de l'expéditeur B la ville d'où vient la lettre C le nom du destinataire D la rue du destinataire E la Société du destinataire											
		2.Определите, к какому виду письма относится ниже представленный текст:											
		Английский язык											
		a) Memo b) CV c) personal letter d) inquiry letter											
1. January 28 th 2. Hope to hear from you soon 3. Flat 14, 8 Jefferson Street Nashville													

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		NSH9 001 4. Yours, Alex Duck 5. Dear Melanie 6. I don't like to write long and boring letters so I stop here, but I like to communicate with people about interesting things. I hope we'll be able to become good friends. 7. I've seen your ad and liked it very much. So I decided to write you. My name is Alex. I'm 22. I like travelling very much. My hobby is basketball. Besides, I'm fond of reading. My favourite writer is Charles Dickens. Немецкий язык a) die Anfrage b) die Reklamation c) die Bestellung d) die Zustimmung „ ...Sehr geehrte Herr Panov, Danke für Ihren Brief vom 23.Juli, 2009. Laut beiderseitiger Zustimmung senden wir Ihnen noch eine Preisliste für T-Shirts. Wir bestätigen unsere Zustimmung der Ratenzahlung ... „ Французский язык Madame, Monsieur, J'ai l'intention de vendre mon véhicule XXX, type XY, immatriculé (<i>indiquer le numéro d'immatriculation</i>), mis pour la première fois en circulation le 3 juillet 2001 (<i>voir indications de la carte grise</i>). Auriez-vous l'amabilité d'établir un certificat de non-gage et de me l'envoyer dans l'enveloppe ci-jointe (<i>joindre à cet effet une enveloppe timbrée portant votre adresse</i>). A Lettre-demande B Lettre-offre C Lettre-commande D Lettre-reclamation
УК-4.3.	Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный	1.Прочитайте текст и укажите, какой части текста соответствует информация Английский язык a) The time to choose your future profession has come. b) I wanted to become a doctor.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		When you leave school you understand that the time to choose your future profession has come. It's not an easy task to make the right choice of a job. I have known for a long time that leaving school is the beginning of my independent life, the beginning of a far more serious examination of my abilities and character. I have asked myself a lot of times: "What do I want to be when I leave school?" A few years ago it was difficult for me to give a definite answer. As the years passed I changed my mind a lot of times about which science or field of industry to specialize in. It was difficult to make up my mind and choose one of the hundreds of jobs to which I might be better suited. A couple of years ago I wanted to become a doctor. I thought it was a very noble profession. I was good at biology and chemistry in the 8th and 9th forms. I wanted to help people who had problems with health. I knew that a doctor should be noble in work and life, kind and attentive to people, responsible and reasonable, honest and prudent. A doctor, who is selfish, dishonest, can't be good at his profession. I tried to do my best to develop good traits in myself. Немецкий язык a) Die Maus ist mit dem Computer durch ein Kabel verbunden. b) Im Internet sind alle wichtigen Unternehmen, Firmen und Institutionen aus der Industrie, Medien und Dienstleistungen vertreten. Die Zahl der Internet-Nutzer steigt. Den ersten wirklichen Computer baute 1941 der deutsche Bauingenieur Conrad Zuse. In den USA wurde der Computer einige Jahre später (1944) von Howard H. Aiken entwickelt. In den 70er Jahren wurde durch die rasche Entwicklung der Mikroelektronik der Bau von Mikrocomputern möglich. Mehrere Firmen produzieren Computer. Es gibt weltweit eine Vielzahl von Spiel-, Personal-, Klein- und Multimedia-Computern. Zurzeit gibt es auch tragbare Computer, die wie kleine Koffer aussehen. Sichtbare Teile eines Computers werden als Hardware bezeichnet. Software sind seine Programme und das Betriebssystem. Über die Tasten oder die Maus gibt man Signale ein. Die Maus ist mit dem Computer durch ein Kabel verbunden. Wenn man die Maus hin und her bewegt, bewegt sich auch der kleine Pfeil auf dem Bildschirm. Mit einem Computer kann man leichter lernen. Es gibt viele Lernprogramme in Fremdsprachen, Mathe, Physik, die das beweisen. Das Üben mit dem Computer ist nicht so langweilig wie mit einem Lehrbuch, weil der Computer auf richtige Antworten sehr freundlich mit einem Zeichen reagiert. Mit Hilfe eines Computers kann man Texte tippen, verarbeiten, speichern und auch drucken, wenn man einen Drucker hat. Ganz andere Kommunikationsmöglichkeiten bietet das Internet. In der ganzen Welt kann man jetzt mit dem Computer elektronische Briefe und Nachrichten senden, man kann kommunizieren und Informationen austauschen. Im Internet sind alle wichtigen Unternehmen, Firmen und Institutionen aus der Industrie, Medien und

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Dienstleistungen vertreten. Die Zahl der Internet-Nutzer steigt. Французский язык <i>1. La famille trouve vraiment son accomplissement par les enfants.</i> <i>2. La famille française en fournit un exemple.</i> 1. On se fait souvent une idée fausse des Français: on s’imagine le Français comme quelqu’un de léger qui ne respecte pas beaucoup les règles de la vie sociale. En réalité, les Français sont beaucoup plus traditionalistes. La famille française en fournit un exemple. Elle est reconnue comme fondement de la société et devient même l’objet d’une sorte de culte. 2. La loi française reconnaît le mariage civil, mais la majorité des couples célèbrent encore un mariage religieux. La famille trouve vraiment son accomplissement par les enfants. Dès son arrivée l’enfant est l’objet des soins, et le souci principal des parents est de lui donner une bonne éducation. 3. Depuis 1969 la loi sur l’autorité parentale reconnaît les mêmes droits du père et de la mère sur leurs enfants. Pour l’ensemble des Français, le mariage est un engagement à vie. Néanmoins le nombre des divorces a considérablement augmenté en France, comme partout dans le monde. 4. Le problème de la famille moderne c’est l’absence: le père trop occupé et souvent fatigué à son retour, la mère absorbée par ses tâches diverses, les enfants livrés à eux-mêmes. C’est une bonne utilisation des loisirs familiaux - congé payé et deux jours chômés en fin de semaine - qui devraient permettre d’augmenter le temps passé à la maison et de consolider la communauté familiale. 2. Выпишите предложения из текста, передающие его основную идею. Английский язык State System of the Russian Federation The Russian Federation is set up by the constitution of 1993. Under the Constitution Russia is a presidential republic. The federal government consists of three branches: legislative, executive and judicial. Each of them is checked and balanced by the President. The legislative power is vested in the Federal Assembly. It consists of two chambers. The Upper Chamber is the Council of Federation; the Lower Chamber is the State Duma. Each chambers are headed by the Speaker. Legislature may be initiated in either of the two Chambers. But to become a law a bill must be approved by both Chambers and signed by the President. The President may veto the bill. The President is commander-in-chief of the armed forces, he makes treaties, enforces laws, appoints ministers to be approved by the Federal Assembly.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		The executive power belongs to the Government which is headed by the Prime Minister. The first action of the Prime Minister on appointment is to form the Cabinet. The judicial branch is represented by the Constitutional Court, the Supreme Court and the regional courts. The members of the Federal Assembly are elected by popular vote for a four-year period. Today the state symbol of Russia is a three-coloured banner. It has three horizontal stripes: white, blue and red. The white stripe symbolizes the earth, the blue one stands for the sky, and the red one symbolizes liberty. It was the first state symbol that replaced the former symbols in 1991. Since 1993 the hymn of Russia was "The Patriotic Song" by M. Glinka. But in 2000 it was changed. Now we have the hymn, that has the melody of the former USSR hymn, but the verses to it were written a new by S. Michalkov. A new national emblem is a two-headed eagle. It is the most ancient symbol of Russia. It originates from the heraldic emblem of the Ruricovitches. All these symbols are official. They have been approved by the Federal Assembly. Немецкий язык Deutschland Die Bundesrepublik Deutschland liegt in der Mitte Europas. Sie grenzt an zahlreiche Ländern: Dänemark, Polen, die Tschechische Republik, Österreich, die Schweiz, Frankreich, Luxemburg, Belgien, die Niederlande. Die Grenzen der Bundesrepublik Deutschlands sind 3318km lang. Von 1945 bis 1990 bestand Deutschland aus 2 Teilen: der BRD und der DDR. Am 3. Oktober ist der Tag der deutschen Einheit. Die Fläche des vereinten Deutschlands beträgt 356755 km². Die deutschen Landschaften sind vielfältig und reizvoll. Man unterscheidet drei Großlandschaften: die Norddeutsche Tiefebene, das Mittelgebirge und die Alpen. Ein Drittel der Fläche des Landes ist Wald. Im Süden des Landes liegen die Alpen. Deutschland gehört zu der kühlgemäßigten Zone an mit den durchschnittlichen Temperaturen im Januar zwischen + 1,5 Grad C (Tiefeland) und -6 Grad C (Gebirge) und im Juli zwischen +17 Grad Grund + 20 Grad C. Bis auf den Rhein und die Elbe entspringen alle. Hauptflüsse Deutschlands entspringen in den den Mittelgebirgen. Alle großen Flüsse fließen von Süden nach Norden. Ausnahmen sind die grossen Nebenflüsse des Rheins und die Donau. Die längsten Flüsse sind: der Rhein, die Elbe, die Donau, der Main, die Weser, die Saale, die Spree, der Neckar, die Havel, die Mosel. Alle diese Flüsse sind schiffbar. Auf dem Territorium des Landes liegen viele Seen, die sehr malerisch sind. Der größte von ihnen ist der Bodensee. Er ist 250 m tief und liegt in den Alpen. Außer Flüssen und Seen gibt es in Deutschland viele Kanäle. Sie sind für die deutsche Wirtschaft wichtig. Die wichtigsten-Kanälen sind: der Mittellandkanal, Dortmund- Ems- Kanal, Elbeseitenkanal, Nord-Ostseekanal u.a. Heutzutage leben in Deutschland 88 Millionen Menschen. Die Bevölkerungsdichte beträgt ungefähr 219 Menschen pro km². Am dichtesten besiedelt ist das Ruhrgebiet, der Raum Frankfurt, Berlin und in dem Gebiet Mannheim. Die Bevölkerung wächst dank den vielen deutschstämmigen Menschen aus Russland, Polen und Rumänien. Im Land leben und arbeiten über 7 Millionen ausländische Mitbürger. Deutschland ist arm an Bo-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		denschätzen. Größere Vorkommen gibt es nur an Steinsalz, an Kalisalz, an Braunkohle und Steinkohle. Die Kohle reich für das Land nicht aus. Erdöl fordert man vor allem zwischen Weser und Ems, nordsüdlich von Hannover und südlich von Leipzig. An denselben Stellen fordert man auch Erdgas. Deutschland gehört zu den salzreichen Ländern der Erde. Die größten Salzvorkommen liegen im Raum Hannover, Hildesheim. Der Eisenabbau ist rückläufig. Vorwiegend ist er im Gebiet um Salzgitter entwickelt. Французский язык La France est le plus étendu pays d'Europe occidentale, disposant d'une vaste zone maritime. Ses rivages côtiers de 5500 km lui donnent l'ouverture sur 4 espaces maritimes (la mer du Nord, La Manche, l'océan Atlantique et la Méditerranée). La France a la superficie de 551000 km carrés – pres d'un cinquième de la superficie de l'Union européenne – et le relief varié. Les plaines occupant 2/3 de la superficie totale. Les principaux massifs montagneux sont les Alpes (dont le point culminant, le mont Blanc est le plus haut sommet d'Europe occidentale – 4807 mètres), les Pyrénées, le Jura, les Ardennes, le Massif central et les Vosges. Le climat de la France est de trois types: océanique (à l'ouest), méditerranéen (au sud) et continental (au centre et à l'est). Les zones de production agricole et forestière couvrent une superficie de 45 millions d'hectares, soit 82 % du territoire métropolitain. Le massif forestier représente à lui seul 26 % du territoire et constitue le 3ème massif de l'Union européenne après ceux de Suède et de Finlande. La superficie de la forêt française a progressé de 35 % depuis 1945. Afin de sauvegarder et de mettre en valeur le patrimoine naturel de la France, l'Etat a créé 6 parcs nationaux, 122 réserves naturelles. S'y ajoutent 29 parcs naturels régionaux couvrant plus de 7 % du territoire. Le budget de l'Etat consacré à la protection de l'environnement a sensiblement augmenté ces cinq dernières années. La France a 60,9 millions d'habitants (1998), dont 10 millions sont regroupés dans la capitale – l'agglomération de Paris. Les plus grandes villes sont Marseille, Lyon et Lille, agglomérations qui comptent chacune 1,2 millions d'habitants. La République française comprend la métropole (divisée en 22 régions et 96 départements) ainsi que 4 départements d'outre-mer (Guadeloupe, Martinique, Guyane, Réunion). S'y ajoutent 4 territoires d'outre-mer (Polynésie française, Nouvelle-Calédonie, Wallis-et-Futuna, les Terres australes et antarctiques françaises) et les collectivités territoriales à statut particulier (Mayotte et Saint-Pierre-et-Miquelon). 3.Переведите письменно текст на английский язык. Ответьте на вопрос к тексту: Английский язык Do you want to study English to improve your career prospects? Английский для моей будущей карьеры Есть много преимуществ в изучении английского языка, особенно когда речь заходит о вашей карьере. Английский быстро становится универсальным языком, и он используется во всем мире во многих

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		различных отраслях промышленности. Независимо от того, хотите ли вы работать в бизнесе, инженерии или другой увлекательной области, знание английского языка даст вам конкурентное преимущество перед другими кандидатами. Изучение английского языка как второго поможет вам работать в англоязычных странах. Есть много стран по всему миру, которые используют английский язык в качестве одного из своих официальных или принятых языков. Фактически, 54 суверенных государства перечисляют английский язык в качестве официального языка, включая Сингапур, Кению, Индию и другие интересные места. Изучая английский язык, вы будете иметь возможность работать за границей во многих разных странах, что может открыть много интересных возможностей для карьерного роста. Немецкий язык Möchten Sie eine Fremdsprache lernen, um Ihre Karriereaussichten zu verbessern? Иностранный язык для моей будущей карьеры Есть много преимуществ в изучении иностранных языков, например, английского, немецкого языков, особенно когда речь заходит о вашей карьере. Английский, немецкий и другие иностранные языки быстро становятся универсальными языками, и они используются во всем мире, во многих различных отраслях промышленности. Независимо от того, хотите ли вы работать в бизнесе, инженерии или другой увлекательной области, знание иностранного языка даст вам конкурентное преимущество перед другими кандидатами. Изучение английского языка как второго поможет вам работать в англоязычных странах. Изучение немецкого языка как второго поможет вам работать в немецкоязычных странах. Есть много стран по всему миру, которые используют английский язык в качестве одного из своих официальных или принятых языков. Фактически, 54 суверенных государства отмечают английский язык в качестве официального языка, включая Сингапур, Кению, Индию и другие интересные места. Изучая английский, немецкий или другой иностранный язык у вас будет возможность работать за границей во многих разных странах, что может открыть много интересных возможностей для карьерного роста. Французский язык Voudriez-vous apprendre une langue étrangère pour améliorer vos perspectives de carrière? Иностранный язык для моей будущей карьеры Есть много преимуществ в изучении иностранных языков, например, английского, немецкого языков, французского, особенно когда речь заходит о вашей карьере. Английский, немецкий, французский языки быстро становятся универсальными языками, и они используются во всем мире, во многих различных отраслях промышленности. Независимо от того, хотите ли вы работать в бизнесе, инженерии или другой увлекательной области, знание иностранного языка даст вам конкурентное преимущество перед другими кандидатами. Изучение французского языка как второго поможет вам работать в фран-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		коязычных странах. Есть много стран по всему миру, которые используют французский язык в качестве одного из своих официальных или принятых языков. На французском говорят в Швейцарии, Бельгии, Люксембурге, Канаде. Изучая иностранный язык у вас будет возможность работать за границей во многих разных странах, что может открыть много интересных возможностей для карьерного роста.
Деловая коммуникация на русском языке		
УК-4.1.	Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь и стиль общения к ситуациям взаимодействия	Пример комплексного задания по курсу: Отредактируйте фрагмент введения в научной работе «Психофизиологические особенности поведения человека при его участии в производстве работ». В психофизиологической оценке труда важное значение придается тяжести и напряженности труда, его безопасности. Необходимо определиться, что для нас есть тяжесть труда. Конечно же, тяжесть труда понимаем как количество выполняемой работы, а во-вторых, для нас, и также для многих известных ученых есть такое понятие – напряженность. Оно значит степень участия сенсорного аппарата, внимания, долговременной и оперативной памяти и т. п. Если нужны условия, чтобы была самая большая производительность труда, необходимо физиологическое обоснование требований к устройству оборудования, рабочего места, длительности периодов работы и отдыха и всего другого, что имеет роль для работоспособности. Главное, чтобы производительность работы стала лучше, а также ниже усталость людей, это, конечно, ритм труда и рациональный режим труда и отдыха. Определимся в понимании слова ритмичный труд и скажем, что он дает человеку с умом расходовать нервную и мышечную энергию, поддерживать работоспособность. А кроме того, мы знаем, что работоспособность повышается, если работа и отдых сочетаются по очереди. На втором этапе нашего исследования скажем, что если мы хотим, чтобы производительность труда стала лучше, надо помнить о психологическом факторе, чтобы отношения в коллективе были хорошие.
УК-4.2.	Ведет деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных писем и социокультурных различий	Перечень теоретических вопросов: 1. Нормативный аспект деловой коммуникации. 2. Электронное письмо. 3. Деловые письма. Тесты: 1. Жанровая структура деловых писем не включает: а) письмо-согласие б) письмо-напоминание в) сопроводительное письмо

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		г) письмо-выговор 2. Выделите языковые модели, выражающие коммуникативные цели приведенного ниже делового послания. Определите жанровое наполнение письма: «Уважаемый (-ая) [имя получателя]! С удовольствием сообщаем, что в Ваш адрес (дата) отправлен очередной контейнер на общую сумму ..., в том числе железнодорожные расходы. Позвольте обратить Ваше внимание, что по условиям договора данная сумма должна быть оплачена Вами в течение 10 дней с момента получения товара. Будем признательны, если Вы найдете время и сообщите конкретную дату прихода контейнера». а) «сообщение» + «требование» + «доказательство» б) «сообщение» + «напоминание» + «просьба» в) «извещение» + «сообщение» + «благодарность» г) «извещение» + «требование» + «просьба»
УК-4.3.	Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный	Определите коммуникативные функции данных языковых моделей. Закончите фразы деловых писем. 1. На основании договора о намерениях... 2. В ответ на Вашу просьбу... 3. Считаю необходимым еще раз напомнить Вам... 4. Ставим Вас в известность о... 5. Ваше предложение отклонено... 6. Мы можем предложить Вам... 7. Мы будем весьма признательны Вам за участие в... 8. Убедительно просим Вас...
Документирование управленческой деятельности		
УК-4.1.	Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь и стиль общения к ситуациям взаимодействия	Перечень теоретических вопросов к зачету: 1. Что такое документ, с какой целью он может создаваться? 2. Каковы особенности делового общения и публичных выступлений? 3. Каковы основные признаки классификации документов? 4. Что понимается под документационным обеспечением управления? 5. В чем суть стандартизации и унификации документов? Какие разрабатываются стандарты? 6. Чем отличается оформление реквизитов общего бланка от бланка письма? 7. Каковы основные реквизиты, используемые для оформления приказа и распоряжения. 8. Какие формы протоколов можно использовать в управленческой деятельности, в чем их отличие?

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		9. Укажите основные требования к оформлению делового письма. 10. Какие комплексы документации включает в себя кадровая информационно-документационная система? 11. В чем особенности оформления приказов по личному составу? 12. Что понимается под организацией документооборота? 13. Что такое схемы документооборота, зачем они нужны? 14. С какой целью разрабатываются инструкции по делопроизводству, что в них необходимо предусмотреть?
УК-4.2.	Ведет деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных писем и социокультурных различий	Вопросы: 15. Укажите технологическую последовательность этапов работы с входящими документами. 16. Какова последовательность операций при работе с внутренними документами? 17. С какой целью проводится формирование дел, какие при этом необходимо соблюдать требования? 18. Что такое номенклатура дел, с какой целью разрабатываются типовые номенклатуры дел? 19. Какую информацию содержит номенклатура дел? 20. Что понимается под экспертизой ценности документа? 21. Какие критерии используются при оценке документов? 22. Как осуществляется прием-передача дел в архив? 23. Что такое конфиденциальный документ? 24. Какие основные угрозы возникают при работе с конфиденциальными документами? 25. Укажите особенности ведения делопроизводства, обеспечивающего учет и сохранность конфиденциальной информации и документов. 26. Что понимается под защищенным документооборотом, за счет чего может быть обеспечена его защита?
УК-4.3.	Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный	Практические задания: Кроссворд 1. По горизонтали: 1) запись информации на различных носителях по установленным правилам; 2) установление количества и состава документов в единицах учета и фиксация принадлежности каждой единицы учета к определенному комплексу и общему их количеству в учетных документах; 3) учетный документ, содержащий название, сведения о количестве, составе документов фонда и месте его хранения, предназначенный для централизованного учета документов; 4) перечень официальных наименований хранящихся, выбывших и поступающих архивных фондов в порядке возрастания присвоенных им номеров; 5) предусмотренные нормативными документами условия использования архивных и конфиден-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		циальных документов; 6) цифровое и/или буквенно-цифровое обозначение дела в номенклатуре дел организации, наносимое на его обложку; 7) свойства документа, обуславливающие его культурное, научное и т.п. значение; 8) восстановление первоначальных или близких к первоначальным свойств и внешних признаков архивного документа, подвергшегося повреждению или разрушению; 9) средство тиражирования документов; 10) учетный документ, содержащий перечень документов дела с указанием порядковых номеров документов, их индексов, названий, дат, номеров листов; 11) применение информации документов в культурных, научных и т.п. целях, а также для обеспечения законных прав и интересов граждан; 12) справочник, в котором информация о документах расположена в соответствии с выбранной схемой классификации; 13) документ, полностью воспроизводящий информацию подлинного документа и все его внешние признаки или часть их, но не имеющий юридической силы; 14) изменение первоначальных физико-химических свойств документа под воздействием внешних и внутренних факторов; 15) первый или единичный экземпляр официального документа; 16) юридическое или физическое лицо, в деятельности которого образуется документальный фонд; 17) средство хранения документов. По вертикали: 1) движение документов в организации с момента их создания или получения до завершения исполнения или отправления; 18) запись учетных данных о документе по установленной форме, фиксирующая факт его создания, отправления или получения; 19) документ или совокупность документов, относящихся к одному вопросу или участку деятельности и помещенных в отдельную обложку; 20) организация или структурное подразделение, осуществляющее длительное или постоянное хранение окончанных документов с целью их использования; 21) средство кассовой оргтехники; 22) копия части текста документа, оформленная в установленном порядке; 23) средство изготовления изобразительных документов; 24) специально оборудованное помещение для хранения архивных документов; 25) повторный экземпляр подлинника документа, имеющий юридическую силу; 26) физическое или юридическое лицо, создавшее документ; 27) официальный документ, имеющий юридическую силу и содержащий информацию о предмете запроса, с указанием поисковых данных документов; 28) отбор документов на хранение или к уничтожению, а также установление сроков их хранения на основе принятых критериев.
Маркетинговые коммуникации		
УК-4.1.	Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь и стиль общения к ситуациям взаимодействия	Вопросы и задания для семинарских занятий 1. К преимуществам интегрированных маркетинговых коммуникаций можно отнести? Обоснуйте ответ. 2. Что не относится к прямым коммуникациям? Обоснуйте ответ.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		3. Какие факторы могут препятствовать внедрению интегрированных маркетинговых коммуникаций? Обоснуйте ответ. 4. Какие факторы способствуют внедрению интегрированных маркетинговых коммуникаций? Обоснуйте ответ. 5. Какие существуют источники ошибок при получении обратной связи в процессе маркетинговой коммуникации? Обоснуйте ответ. 6. Какие существуют отличия между рекламой и PR? Обоснуйте ответ. 7. Что можно отнести к преимуществам рекламы? Обоснуйте ответ. 8. Что можно отнести к преимуществам PR? Обоснуйте ответ. 9. Что может выступать обратной связью в процессе маркетинговых коммуникаций? Обоснуйте ответ. 10. Что не относится к каналам прямого маркетинга? Обоснуйте ответ. 11. Какие существуют формы продаж в Интернете? Обоснуйте ответ. 12. Какие существуют виды рекламных носителей в Интернете? Обоснуйте ответ. 13. Как отзывы влияют на имидж организации? Отзывы как инструмент продвижения компании в Интернете. Обоснуйте ответ. 14. Какие цели у социальных сетей в лидогенерации. Обоснуйте ответ. 15. Какие существуют способы управления мнением сообществ в социальных сетях. Обоснуйте ответ. 16. Какие существуют способы автоматизации работы с клиентом? Обоснуйте ответ. 17. Какие задачи стоит перед CRM-маркетингом? 18. В чем заключается отличие между понятием «холодный звонок» и «теплый звонок»? Обоснуйте ответ. 19. Какие обязательные элементы должен содержать сценарий телефонного разговора, если вы намерены привлечь внимание клиента? Обоснуйте ответ. 20. Какие основные виды выставок существуют? в чем их различия? Обоснуйте ответ.
УК-4.2.	Ведет деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных писем и социокультурных различий	Темы докладов с презентацией 1. История развития маркетинговых коммуникаций 2. Специфика маркетинговых коммуникаций на российском рынке. 3. Особенности маркетинговых коммуникаций на зарубежных рынках. 4. Условия эффективной маркетинговой коммуникации 5. Методы интегрированных маркетинговых коммуникаций в современном мире 6. Роль рекламы в продвижении товаров и услуг 7. Современные способы рекламы

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		8. Модель двухступенчатой коммуникации П. Лазарсфельда 9. Способы маркетинговых коммуникаций на разных этапах жизненного цикла товаров. 10. Диджитал-коммуникации (цифровые коммуникации) 11. Нейромаркетинговые коммуникации. 12. Social mediamarketing (SMM) 13. Типы маркетинговых исследований для определения проблемы. 14. Виды маркетинговых исследований. 15. Виды информационных систем, используемых для решения маркетинговых задач. 16. Методы сбора информации 17. Способы проведения маркетинговых исследований в интернете.
УК-4.3.	Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный	Творческие задания Задание 1. Самостоятельно (возможно выполнение мини-группой) воспользоваться инструментами ATL- и BTL-коммуникации и применить их для следующих сфер коммерческой деятельности: – Фитнес-клуб; – Итальянский ресторан» – Аквапарк Творческое задание: 1. Сформулируйте идею продвижения товаров / услуг. 2. Какие средства ATL и BTL коммуникаций вы считаете целесообразным использовать. 3. Разработайте программу использования одного из инструментов BTL коммуникаций. Задание 2. Самостоятельно (возможно выполнение мини-группой) выбрать компанию, которая выходит на рынок и разработать для нее персональную имиджевую концепцию. Имиджевая концепция должна включать в себя несколько этапов: 1. прояснение личных приоритетов, формулировка имиджевых целей и имиджевой стратегии; 2. описание имидж-портрета (содержательной характеристики желательного образа); 3. выбор способов, каналов и средств продвижения персонального и профессионального имиджа. 4. личное видение имиджевой символики (название, личные числа, предпочитаемые цвета, запахи, дизайн сайта, личная атрибутика, знаки и др.). 5. разработка мероприятия, которое повысит имидж организации. Задание 3.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Выберите торговую организацию. Зайдите на ее интернет-сайт. Определите максимально возможное количество видов коммуникации, применяемых для продвижения данного сайта. Планирование продвижения сайта: определите цели, сроки и результаты; С помощью программы wordstat.yandex.ru определите наиболее популярные запросы в поисковой системе Яндекс, связанные с тематикой объекта вашего исследования. Составьте 20 ключевых запросов, которые для объекта вашего исследования будут приоритетными при продвижении в поисковой системе Яндекс. Проведите анализ контекстной рекламы, которую использует объект Вашего исследования, выявите недостатки и предложите свои рекомендации. Проведите анализ юзабилити и дизайна сайта: анализ кликабельности, продолжительность пребывания на сайте, удобство просмотра с различных гаджетов. Подготовить презентацию по результатам творческого задания.
Маркетинг в социально-медийном пространстве		
УК-4.1.	Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь и стиль общения к ситуациям взаимодействия	Вопросы для обсуждения на семинарских занятиях 1. Основные тенденции развития медиарынка, направленные на повышение лояльности потребительской аудитории. 2. Целевая аудитория читателей и рекламодателей. 3. Методы исследования целевой аудитории. 4. Портрет потребителя медиапродукции. 5. Изучение потребительских предпочтений и предпочтений. 6. Понятие информационного продукта. 7. Маркетинговые схемы 4Р и 4С. 8. Двойственная природа медиапродукта. 9. Контент изданий как медиапродукт. 10. Аудитория рекламодателей. 11. Читательская аудитория как медиапродукт для рекламодателей. 12. Форматы радиостанций и типы программирования. 13. Аудитория радио и традиции радиослушания. 14. Технологии радиовещания. 15. Ведущие радиокomпании России и зарубежных стран. 16. Рынок рекординга. Интернет и сетевые технологии. 17. Рынок онлайн-СМИ.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		18. «Новые медиа» и интерактивность 19. Ведущие интернет-компании России и зарубежных стран. 20. Маркетинг мобильных медиа. 21. Учет особенностей каналов распространения информации по продвижению медиаизданий. 22. Создание уникального товарного предложения. 23. Позиционирование уникального товарного предложения. 24. Создание информационного бренда. 25. Менеджмент репутации медиапредприятия. 26. Структура медиапредприятия. 27. Органы управления медиапредприятия. 28. Базовые методы медиамаркетинга и анализ рынка. 29. Стратегии развития медиапредприятий
УК-4.2.	Ведет деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных писем и социокультурных различий	Вопросы для самостоятельного изучения 1. Экономические особенности журнальной индустрии 2. Типы журнальных изданий 3. Сегментация аудитории. Понятие «ниши» на рынке СМИ 4. Экономические особенности индустрии онлайн-СМИ 5. Структура рекламного рынка. Виды рекламных агентств 6. Методы измерения аудитории СМИ 7. Основные показатели медиапланирования 8. Организационно-правовые формы медиапредприятий 9. Органы управления медиапредприятием. Собственники и менеджмент 10. Линейно-функциональная, дивизиональная и матричная модели управления 11. Базовые методы медиамаркетинга и анализ рынка. 12. Понятия «СМИ» и «медиа». Соотнесение и разграничение 13. Понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал» 14. Жизненный цикл медиапродукта 15. Понятия «медиасистема», «медиарынок», «медиакомпания», «медиакапитал» 16. Географический рынок СМИ. Национальные, региональные и местные СМИ 17. СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг 18. Сектора рынка СМИ. СМИ пассивного и активного потребления 19. Старые и новые СМИ. Конвергенция и мультимедиа

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		20. СМИ индивидуального и коллективного потребления. Глобализация и глокализация 21. Виды капитала на рынке СМИ. Диверсификация капитала 22. Формы собственности на рынке СМИ 23. Типы концентрации СМИ. Кластеризация 24. Понятия «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель» 25. Дифференцированная олигополия на рынке СМИ. Транспарентность СМИ
УК-4.3.	Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный	Примерные темы презентаций 1. Коммерческие и некоммерческие СМИ. 2. Политические СМИ. 3. Финансовое состояние медиарынка. 4. Кабельные сети. 5. Рынок Интернет-провайдеров. 6. Доля рекламы в СМИ. 7. Ценовая конкуренция. 8. Копирайтинг. 9. Интернет-магазины и Интернет-издания. 10. Технологии продаж и маркетинг. 11. Налоговые льготы для СМИ. 12. Аудит. 13. Налогообложение. 14. Новая редакция закона о СМИ. 15. Синдикация контента. Парадокс разнообразия СМИ 16. Экономические особенности телевизионной индустрии 17. Типы телевизионных каналов 18. Телевизионное программирование 19. Аналоговое и цифровое вещание 20. Экономические особенности индустрии радио 21. Типы радиостанций 22. Программирование радиостанций 23. Экономические особенности газетной индустрии 24. Типы газетных изданий 25. Спираль тиража. Зонтичная конкуренция

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		26. Экономические особенности журнальной индустрии 27. Типы журнальных изданий 28. Сегментация аудитории. Понятие «ниши» на рынке СМИ 29. Экономические особенности индустрии онлайн-СМИ 30. Структура рекламного рынка. Виды рекламных агентств
Адаптивные коммуникационные технологии		
УК-4.1.	Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь и стиль общения к ситуациям взаимодействия	Вопросы для зачета: 1. Особенности информационных технологий для людей с ограниченными возможностями здоровья. 2. Информационные технологии как средство социальной поддержки лиц с ОВЗ. 3. Адаптивные информационные и коммуникационные технологии. 4. Организация индивидуального информационного пространства для лиц с ОВЗ 5. Дистанционное обучение и дистанционное образование 6. Системы поддержки бизнес-процессов. 7. Искусственный интеллект. Примеры классов систем искусственного интеллекта. 8. Понятие интеллектуальных информационных систем. Свойства интеллектуальных информационных систем. 9. Классификация интеллектуальных информационных систем. Системы с интеллектуальным интерфейсом. 10. Виды экспертных систем. 11. Самообучающиеся системы. 12. Адаптивные информационные системы. 13. Понятие знаний, базы знаний. Отличия знаний от данных. Фактуальное и операционное знания. 14. Классификация знаний. Метазнания. 15. Логическая модель представления знаний. 16. Продукционная модель представления знаний. 17. Фреймовая и семантическая модели представления знаний. 18. Структурирование знаний. Понятие и структура поля знаний. 19. Инженерия знаний. Основные стратегии получения знаний. 20. Психологический и лингвистический аспект извлечения знаний. 21. Коммуникативные и текстологические методы извлечения знаний. 22. Технология извлечения знаний из данных (KDD - Knowledge Discovery in Databases).

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		23. Этапы извлечения знаний из данных. 24. Технология Data Mining. Типы закономерностей, выявляемых методами Data Mining. 25. Примеры приложений и основные классы систем Data Mining. 26. Понятие интеллектуального анализа данных. Методы сбора данных. Этапы построения модели анализа данных. 27. Методы анализа многомерных данных. Понятие и виды кластерного анализа данных. 28. Метод главных компонент. 29. Понятие экспертных систем. Участники процесса проектирования экспертных систем. История появления ЭС. 30. Основные виды и классы экспертных систем. 31. Стратегии логического вывода. Прямой и обратный порядок логического вывода. 32. Стратегии поиска цели в экспертных системах. Поиск в ширину и глубину. Эвристические методы поиска. 33. Монотонный и немонотонный логический вывод. Примеры методов вывода нечетких знаний. 34. Искусственные нейронные сети. Примеры моделей нейронных сетей. 35. Разработка модели проекта (на примере Microsoft Project) 36. Управление рисками проекта 37. Теория принятия управленческих решений 38. Виды и классификация управленческих решений 39. Основные концепции принятия решений в теории принятия решений 40. Социальные факторы принятия решений 41. Индивидуальные и групповые методы принятия решений 42. Обзор перспективных направлений развития СППР.
УК-4.2.	Ведет деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных писем и социокультурных различий	Тематика рефератов (докладов): 1. «Информационные ресурсы общества» 2. «Образовательные информационные ресурсы» 3. «Запись информации на компакт-диски различных видов» 4. «Определение объемов различных носителей информации» 5. «Архив информации» 6. «Запись информации на компакт-диски различных видов» 7. «Внешние устройства ПК» 8. «Разновидности клавиатур и мышек»

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		9. «Мультимедийные средства для компьютера» 10. «Многообразие компьютеров» 11. «Интернет-СМИ»
УК-4.3.	Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный	Тематика презентаций: 1. «Телекоммуникации: конференции, интервью, репортаж» 2. «Дистанционное обучение» 3. «Методы и средства создания сайта» 4. «Антивирусные программы» 5. «Инструкция по технике безопасности и санитарным нормам» 6. «Лицензионные и свободно распространяемые программные продукты». 7. «Проводная и беспроводная связь»
		Практические задания Приемы использования тифлотехнических средств реабилитации незрячих и слабовидящих студентов. 1. Приемы использования тифлотехническими средствами реабилитации при работе на компьютере 2. Использование видеоувеличителей 3. Использование программ синтезаторов речи 4. Использование программ невизуального доступа к информации в профессиональной деятельности незрячих и слабовидящих людей. Приемы использования сурдотехнических средств реабилитации студентов с нарушением слуха. 1. Использование индивидуальных слуховых аппаратов и звукоусиливающей аппаратуры в профессиональной деятельности слабослышащих и глухих людей 2. Приемы использования сурдотехнических средств. Специальные возможности ОС для пользователей с нарушением опорнодвигательного аппарата. 1. Современные информационные технологии переработки и преобразования текстовой, табличной, графической и другой информации для людей с ОВЗ и инвалидностью. 2. Использование Адаптированной компьютерной техники, альтернативных устройств ввода-вывода информации, специального программного обеспечения в профессиональной деятельности людей с нарушениями опорно-двигательного аппарата. 3. «Ножная мышь» (Foot Mouse), как следует из названия, предназначена для перемещения ног.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Приемы использования компьютерной техники, оснащенной альтернативными устройствами ввода-вывода информации. 1. Программы «читалки» для чтения вслух с экрана компьютера - ICE Book Reader и CoolReader 2. Клавиатуры с увеличенными клавишами одинаково подходят как людям с двигательными ограничениями, так и слабовидящим. 3. Клавиатуры с углубленными клавишами устроены таким образом, что не дают нажать или задеть нескольких соседних клавиш одновременно. Клавиши у них больше стандартного размера, а между ними сделаны широкие промежутки
Учебная - ознакомительная практика		
УК-4.1.	Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь и стиль общения к ситуациям взаимодействия	Контрольные вопросы 1. Каковы назначение, цели деятельности, структура предприятия (учреждения, организация), в которой проходила практика? 2. Какие знания, умения и навыки были приобретены или развиты в результате прохождения практики? 3. Выделите основные направления и виды деятельности предприятия. 4. Какие задания были выполнены в ходе прохождения практики? 6. Какие выводы можно сделать по организационно-правовой форме предприятия? 7. Каковы результаты изучения ИТ-инфраструктуры и архитектуры предприятия для управления бизнес-процессами? 8. Каковы результаты изучения и анализа рынка, потребителей, конкурентов? 9. Ваши предложения по повышению эффективности деятельности предприятия (учреждения, организации);
УК-4.2.	Ведет деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных писем и социокультурных различий	Задания: 1) изучение организационных и юридических документов предприятия (организации, учреждения), включая организационную структуру управления; 2) знакомство с технологическими процессами на предприятии (в организации, учреждении), выпускаемой продукцией (услугами); 3) изучение ИТ-инфраструктуры предприятия для управления бизнес-процессами; 4) изучение структуры информационных потоков, отражающих номенклатуру и ассортимент производимой продукции (видов выполняемых работ и оказываемых услуг), ее основных потребителей, финансово-экономических показателей деятельности, положения на рынке и направлений развития предприятия (учреждения, организации); 5) изучение и анализ результатов деятельности предприятия, анализ рынка, конкурентов, потребителей; 6) изучение и анализ профессионально-ориентированного программного и информационного обеспече-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		ния на предприятии (в организации, учреждении); 7) в соответствии с индивидуальным заданием – изучение и обобщение информации по конкретной теме, связанной с учебной практикой на предприятии (в организации, учреждении). 8) оформление выводов; 9) подготовка отчета по практике; 10) подготовка к защите отчета по практике
УК-4.3.	Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный	Контрольные вопросы 1. Каковы назначение, цели деятельности, структура предприятия (учреждения, организация), в которой проходила практика? 2. Какие знания, умения и навыки были приобретены или развиты в результате прохождения практики? 3. Выделите основные направления и виды деятельности предприятия. 4. Какие задания были выполнены в ходе прохождения практики? 6. Какие выводы можно сделать по организационно-правовой форме предприятия? 7. Каковы результаты изучения ИТ-инфраструктуры и архитектуры предприятия для управления бизнес-процессами? 8. Каковы результаты изучения и анализа рынка, потребителей, конкурентов? 9. Ваши предложения по повышению эффективности деятельности предприятия (учреждения, организации);
УК-5 – Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах		
История (История России, Всеобщая история)		
УК-5.1.	Анализирует современное состояние общества на основе знания исторической ретроспективы и основ социального анализа	Экзаменационные вопросы: 1. История в системе социально-гуманитарных наук. Основы методологии исторической науки. 2. Государство и общество в Древнем мире 3. Средневековье как стадия всемирного исторического процесса 4. Раннее новое время: переход к индустриальному обществу 5. Мир в XVIII – XIX веках: попытки модернизации и промышленный переворот. 6. Мир в начале XX века. Первая мировая война. 7. Мир между двумя мировыми войнами. Вторая мировая война 8. Послевоенное устройство мира в 1946 – 1991 гг. 9. Мировое сообщество на рубеже XX - XXI веков. 10. Древнерусское государство в IX – XII вв. 11. Русские земли в период раздробленности. Борьба русских земель с иноземными захватчиками.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		12. Образование и становление русского централизованного государства в XIV– первой трети XVI вв. 13. Иван Грозный: реформы и опричнина. 14. Смутное время в России. 15. Россия в XVII в. 16. Русская культура в IX – XVII вв. 17. Преобразования традиционного общества при Петре I. 18. Дворцовые перевороты. Правление Екатерины II. 19. Россия в первой половине XIX в. 20. Россия во второй половине XIX в. 21. Русская культура в XVIII – начале XX вв. 22. Первая российская революция 1905-1907 гг. и ее последствия. 23. Россия в 1917 г. 24. Социалистическая революция и становление советской власти (октябрь 1917 – май 1918 гг.). 25. Гражданская война и интервенция в России. Военный коммунизм. 26. Образование СССР 1922-1941 гг. 27. Внутренняя политика СССР в 1920 – 1930-е гг. 28. СССР в годы Великой Отечественной войны. 29. СССР в 1945-1964 гг.: послевоенное восстановление народного хозяйства и попытки реформирования. 30. СССР в 1965 – 1991 гг. 31. Особенности развития советской культуры. 32. Внутренняя политика Российской Федерации (1991 – 2000-е гг.) Тесты: 1. Куликовская битва: 1. 1237 г.; 2. 1480 г.; 3. 1223 г.; 4. 1380 г. 2. Опричнина: 1. 1565-1572 гг.; 2. 1598-1605 гг.;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		3. 1550-1572 гг.; 4. 1556-1582 гг. 3. Созыв первого Земского собора: 1. 1549 г.; 2. 1497 г.; 3. 1613 г.; 4. 1649 г. 4. Третьиуньская монархия: 1. 1905-1907 гг.; 2. 1894-1917 гг.; 3. 1907-1914 гг.; 4. 1914-1917 гг. 5. Брестский мир: 1. 1917 г.; 2. 1918 г.; 3. 1919 г.; 4. 1920 г. 6. В 1721 г.: 1. отмена крепостного права; 2. провозглашение России империей; 3. присоединением к России Крыма; 4. принятие «Соборного уложения». 7. Год царствования Екатерины II: 1. 1721 г.; 2. 1755 г.; 3. 1785 г.; 4. 1801 г. 8. Замена коллегий министерствами: 1. 1718 г.; 2. 1802 г.; 3. 1874 г.; 4. 1881 г. 9. Полтавское сражение:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		1. 1702 г. 2. 1709 г.; 3. 1711 г.; 4. 1714 г. 10. Реформа управления государственными крестьянами П.Д. Киселева: 1. 1801-1803 гг.; 2. 1837-1841 гг.; 3. 1861-1863 гг.; 4. 1881-1894 гг. 11. Начало «хождения в народ»: 1. 1863 г.; 2. 1873 г.; 3. 1883 г.; 4. 1895 г. 12. В 1700 г.: 1. Северная война; 2. городские восстания; 3. русско-турецкая война; 4. церковный раскол. 13. Декрет о земле: 1. 1917 г.; 2. 1918 г.; 3. 1921 г.; 4. 1924 г. 14. Полное прекращение выкупных платежей крестьянами: 1. 1803 г.; 2. 1861 г.; 3. 1894 г.; 4. 1907 г. 15. Переход к нэпу: 1. 1919 г.; 2. 1921 г.; 3. 1924 г.; 4. 1927 г.

<i>Код индикатора</i>	<i>Индикатор достижения компетенции</i>	<i>Оценочные средства</i>
		16. Период 1700-1721 гг.: 1. Двадцатилетняя война; 2. Северная война; 3. Отечественная война; 4. русско-турецкая война. 17. Крестьянская война под предводительством Е.И. Пугачева: 1. 1606-1607 гг.; 2. 1670-1671 гг.; 3. 1707-1708 гг.; 4. 1773-1775 гг. 18. Москва – столица РСФСР: 1. 1917 г.; 2. 1918 г.; 3. 1920 г.; 4. 1922 г. 19. 1922 г. – год образования: 1. РСФСР; 2. СССР; 3. УССР; 4. БССР. 20. Восстание в Кронштадте: 1. 1918 г.; 2. 1920 г.; 3. 1921 г.; 4. 1922 г. 21. Испытание первой атомной бомбы в СССР: 1. 1945 г.; 2. 1949 г.; 3. 1952 г.; 4. 1954 г. 22. Избрание Н.С. Хрущева Первым секретарем ЦК КПСС: 1. 1953 г.; 2. 1956 г.; 3. 1964 г.;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		4. 1972 г. 23. Принятие первой Конституции РСФСР: 1. 1917 г.; 2. 1918 г.; 3. 1924 г.; 4. 1936 г. 24. Первый секретарь (Генеральный секретарь) ЦК партии в 1964-1982 гг.: 1. Ю.В. Андропов; 2. И.В. Сталин; 3. Н.С. Хрущев; 4. Л.И. Брежнев. 25. Принятие христианства на Руси: 1. 962 г.; 2. 988 г.; 3. 989 г.; 4. 991 г. 26. Введение в России нового летоисчисления: 1. 1700 г.; 2. 1721 г.; 3. 1725 г.; 4. 1800 г. 27. Принятие Указа о «вольных хлебопашцах»: 1. 1803 г.; 2. 1861 г.; 3. 1883 г.; 4. 1894 г. 28. Созыв Учредительного собрания: 1. 1917 г.; 2. 1918 г.; 3. 1919 г.; 4. 1921 г. 29. Съезд князей в Любече: 1. 1097 г.; 2. 1136 г.;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		3. 1147 г.; 4. 1199 г. 30. Ливонская война: 1. 1558-1583 гг.; 2. 1565-1572 гг.; 3. 1609-1612 гг.; 4. 1700-1721 гг.
УК-5.2.	Интерпретирует проблемы современности с позиций этики и философских знаний	<u>Подготовка сообщений по плану семинара. К примеру, Иван Грозный: Реформы и опричнина.</u> Создание проектов в сервисах открытых социальных сетей (instagram, facebook, telegram) о личности Ивана IV. Студенты представляют себя в роли монарха и конструируют с помощью указанных социальных сетей деятельность Ивана IV. При этом в самом аккаунте «монарха» будет заложена не только его реальная деятельность, но и заведомые ошибки, которые остальные студенты должны отыскивать во время изучения созданного аккаунта. Те, кто будет готов к семинару по указанной теме, с легкостью найдут спрятанные ошибки. Таким образом, почти незаметно для самих себя студенты изучат историю России в 16 веке. <u>Подготовить таймлайн по любой теме, к примеру по теме «Русские земли в период раздробленности. Борьба русских земель с иноземными захватчиками»</u> с помощью программы Timeline JS Практические задания: Запишите цифры согласно хронологической последовательности событий: 1. издание Манифеста «О даровании вольности и свободы всему российскому дворянству»; 2. проведение губной реформы; 3. строительство белокаменного Московского Кремля; 4. царствование Бориса Федоровича Годунова. Ответ: _____ 2. Распределите события по периодам согласно хронологической последовательности: в группу А – события, связанные с правлением Павла I; в группу Б – события, связанные с правлением Александра I: 1. ограничение свободы книгопечатания; 2. издание Манифеста «О трехдневной барщине»; 3. образование в Санкт-Петербурге тайного общества «Союз спасения»; 4. принятие университетского устава, предоставившего автономию университетам;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства					
		5. упразднение дворянских собраний в губерниях. 6. начало создания военных поселений.					
		Группа А			Группа Б		
		3. Установите соответствие между датами и событиями: 1. 1989; А) объявление СССР войны Японии; 2. 1945; Б) издание Указа об отмене телесных наказаний; 3. 1857; В) начало ликвидации военных поселений; 4. 1863. Г) проведение I съезда народных депутатов СССР; Д) принятие СССР в Лигу Наций. Ответ: _____ 4. Запишите цифры согласно хронологической последовательности событий: 1. принятие Конституции «развитого социализма»; 2. издание Постановлений ЦК ВКП(б), ЦИК и СНК СССР о борьбе с кулаками; 3. издание Постановления ЦК ВКП(б) «О преодолении культа личности и его последствий»; 4. издание Декрета об установлении 8-часового рабочего дня; 5. проведение XIX Всесоюзной партконференции. Ответ: _____ 5. Распределите события по периодам согласно хронологической последовательности: в группу А – события, связанные с правлением Ивана IV; в группу Б – события, связанные с правлением Петра I: 1. основание Петербурга; 2. проведение опричнины; 3. издание Указа о престолонаследии; 4. учреждение Синода; 5. разгром Ливонского ордена; 6. образование «Избранной рады».					
		Группа А			Группа Б		
		6. Установите соответствие между датами и событиями:					

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства												
		1. 1912 г. А) издание Манифеста о веротерпимости и свободе вероисповедания; 2. 1905 г. Б) проведение Второго съезда РСДРП; 3. 1903 г. В) Ленский расстрел; 4. 1907 г. Г) аграрная реформа П.А. Столыпина; Д) отмена подушной подати. Ответ: _____ 7. Ранее других произошло: 1. начало возведения Берлинской стены; 2. Карибский кризис; 3. запуск первой в мире атомной электростанции; 4. проведение XXVI съезда КПСС. 8. Укажите ответ с правильным соотношением события и года: 1. 1841 – издание «Городового положения»; 2. 1919 – издание Декрета о ликвидации неграмотности; 3. 1918 – создание ВЧК; 4. 1917 – проведение V Всероссийского съезда Советов; 5. 1870 – запрещение продажи крестьян в розницу. 9. Распределите события по периодам согласно хронологической последовательности: в группу А – события, связанные с правлением Ивана III; в группу Б – события, связанные с правлением Ивана IV: 1. путешествие Афанасия Никитина в Индию; 2. проведение Стоглавого собора; 3. создание приказной системы; 4. созыв первого Земского собора; 5. «Стояние на реке Угре»; 6. присоединение к Москве юго-западных русских земель. <table><tr><th colspan="3">Группа А</th><th colspan="3">Группа Б</th></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table> 10. Соотнесите события и годы: 1. 1917; А) создание Временного правительства;	Группа А			Группа Б								
Группа А			Группа Б											

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства																	
		2. Владимир Мономах Б) 977; 3. Святослав I В) 1113; 4. Ярополк I Д) 912. Ответ: _____ 16. Запишите цифры согласно хронологической последовательности событий: 1. учреждение Непременного совета; 2. сражение под Аустерлицем; 3. заключение Тильзитского мира; 4. преобразование «Союза спасения» в «Союз благоденствия». 5. замена Конституции Царства Польского «Органическим статутом». Ответ: _____ 17. Распределите события по периодам согласно хронологической последовательности: в группу А – события, связанные с правлением Павла I; в группу Б – события, связанные с правлением Екатерины II: 1. издание Указа о запрещении ввоза всех иностранных книг; 2. издание Жалованной грамоты дворянству; 3. запрет продавать крестьян без земли с аукционов; 4. восстание Е.И. Пугачева; 5. секуляризация церковных и монастырских земель; 6. запрет отсутствия на службе дворян, приписанных к гвардейским полкам. <table><tr><th colspan="3">Группа А</th><th colspan="3">Группа Б</th></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table> 18. Соотнесите событие и год: 1. издание Указа Президента РСФСР о приостановлении деятельности КПСС на территории России; А) 1990; 2. проведение выборов в Совет Федерации и Государственную Думу первого созыва; Б) 1996; 3. избрание М.С. Горбачева Президентом СССР; В) 1989; 4. принятие России в члены Совета Европы; Г) 1991; 						Группа А			Группа Б								
Группа А			Группа Б																

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Ответ: _____ 19. Организация, созданная ранее других: 1. «Союз борьбы за освобождение рабочего класса»; 2. «Северный союз русских рабочих»; 3. «Земля и воля»; 4. «Освобождение труда». 20. Запишите цифры согласно хронологической последовательности событий: 1. «Ледовое побоище» на Чудском озере; 2. строительство белокаменного Московского Кремля; 3. княжение Василия I Дмитриевича; 4. княжение Андрея Юрьевича (Боголюбского); 5. съезд князей в Любече. Ответ: _____
УК-5.3.	Демонстрирует понимание общего и особенного в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных культур	В течение семестра студентам предлагается поучаствовать в нескольких проектах. 1. Кейс. Создание исторических мемов. Студент сам выбирает период из курса истории и представляет созданные им самим мемы в соответствии с той темой курса, к которой этот мем был подготовлен. На образовательном портале студенты всей группы имеют возможность также увидеть полностью коллекцию мемов и проголосовать за более понравившийся. Главное условие – это должна быть оригинальная авторская работа. Время выполнения – в течение семестра. 2. Изучение истории семьи с помощью интервью родителей, бабушек и дедушек. Задание рассчитано на 6 недель и должно быть представлено к концу семестра в рамках семинаров по второй половине 20 века, а также должно быть выложено на образовательном портале, где студенты могут также принять участие во взаимооценивании друг друга. Историю семьи студент может представить с помощью: https://www.canva.com/, https://www.mindmeister.com/, https://omeka.org/, https://timeline.knightlab.com/ и др. Вопросы для самопроверки: 1. В какие годы правила династия Рюриковичей? 2. Кто из князей, и в какие годы правил в Киеве в X в.? Расскажите об их деятельности. 3. Какие главные события происходили на Руси в IX-начале XII вв.? 4. Какими событиями отмечено правление князя Владимира I? 5. Когда и какие правовые акты были приняты в IX-XII вв.? 6. Какие достижения культуры Древней Руси можете назвать? 7. Кто из князей, и в какие годы правил в Киеве в XI в.? Расскажите о их деятельности.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		8. Чем прославился князь Ярослав (Мудрый)? 9. Какие важные события происходили в период правления Владимира (Мономаха)? 10. Каковы основные этапы борьбы русских земель с монгольским завоеванием? 11. Каковы особенности правления Ивана (Калиты)? 12. Какими важными событиями отмечен период завершения объединения русских земель вокруг Москвы в конце XV-начале XVI вв.? 13. Чем знаменателен период правления Ивана IV? 14. Какие события происходили в Смутное время? 15. Каковы были взаимоотношения России с Речью Посполитой в XVII в.? 16. Какими событиями отмечено царствование Михаила Федоровича и Алексея Михайловича Романовых? 17. Чем были вызваны народные выступления в XVII в.? 18. В чем состояла особенность русско-шведских отношений в XVII-XVIII вв.? 19. Когда и какие основные реформы были проведены Петром I? 20. Какие даты войн России с другими странами в XVIII в. можно назвать? 21. Какие международные договоры заключила Россия в XVIII в.? 22. Какие российские правители пришли к власти путем дворцового переворота в XVIII в.? Расскажите о их деятельности. 23. Какие реформы провела Екатерина II? 24. Каковы достижения российской культуры и науки в XVII-XVIII вв.? 25. Каково содержание мирных договоров России с Османской империей в XVII-XIX вв.? 26. Когда и какие реформы проводили Александр I и Александр II? 27. Какие меры были осуществлены по отмене крепостного права? 28. Какие общественно-политические организации появились в России во второй половине XIX в.? 29. Какие международные договоры были заключены Россией в XIX в.? Расскажите об их содержании. 30. Какие основные события происходили в период царствования Александра III? 31. Какие политические партии, и в какие годы образовались в России в конце XIX-начале XX вв.? 32. Какие важные военные операции были проведены в ходе Первой мировой войны? 33. Каковы временные рамки деятельности Государственных Дум Российской империи и их состав по партийной принадлежности? 34. Как развивались события в стране в 1905-1907 гг.? 35. Какие основные события происходили во время Февральской революции 1917 г.? 36. В течение какого периода действовало каждое из Временных правительств в 1917 г.? 37. Какие правовые акты были приняты в первые годы советской власти?

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		38. Какие внешнеполитические акции характерны для советского государства в 1920-1930-е гг.? 39. Какие события, связанные с репрессиями 1930-1950-х гг., можете назвать? 40. Какие изменения в экономике СССР произошли в годы первых пятилеток? 41. Когда и какие наиболее значимые битвы происходили в годы Великой Отечественной войны? 42. Какие знаменательные даты времени хрущевской «оттепели» можно назвать? 43. Какие Постановления руководства СССР второй половины 1960-х – первой половины 1980-х гг. посвящались экономическим проблемам? 44. Когда были приняты Конституции СССР? 45. Какова роль СССР в послевоенном развитии мира? 46. Каковы основные вехи развития российской культуры в XX вв.? 47. Какие изменения происходили в стране в ходе перестройки? 46. Какие основные события произошли в России в 1990-е гг.? 48. Как изменялись предпочтения избирателей в ходе президентских и думских выборов в 1990-е – 2000-е гг.? 49. Какие научные достижения XX в. прославили Россию? 50. Кто из россиян являлся лауреатом Нобелевской премии? 51. Какие важные события в стране произошли в начале 2000-х гг.?
Философия		
УК-5.1.	Анализирует современное состояние общества на основе знания исторической ретроспективы и основ социального анализа	Примерный перечень вопросов для индивидуальных (письменных) заданий: 1. В чем сущность социальных связей и отношений? 2. В чем отличие законов природы от законов общества? 3. В чем состоят источники саморазвития общества? 4. Проанализируйте динамику развития представлений об обществе и его структурных элементах в западной философии в XIX – XX вв. 5. В чем суть противоречия между личностью и обществом говорил Н. Михайловский: «Пусть общество прогрессирует, но поймите, что личность при этом регрессирует, что если иметь в виду только эту сторону дела, то общество есть первый, ближайший и злейший враг человека, против которого он должен быть постоянно на страже. Общество самим процессом своего развития стремиться раздробить личность, оставить её какое-нибудь одно специальное отправление». 6. В чем заключается диалектическая культура мышления и как она соотносится с социальными действиями? 7. Что такое свобода человека? Какие есть точки зрения по этому вопросу? 8. Когда и при каких условиях она превращается в свою противоположность. Подтвердите примерами.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		9. Что необходимо, чтобы осуществить подлинную свободу, избежать ее превращения в несвободу или «бегство от свободы». 10. Выскажите свое отношение к суждению: «Цель оправдывает средства». Приведите примеры, когда эта идея была реализована в истории, жизни.
УК-5.2.	Интерпретирует проблемы современности с позиций этики и философских знаний	Перечень теоретических вопросов к экзамену: 1. Философские концепции человека. Особенности взаимодействия человека с миром. Мировоззрение. 2. Разумность человека. Космоцентризм античной философии. 3. Религиозное мировоззрение. Особенности средневековой философии. Конечность существования человека и проблема бессмертия души. 4. Материализм и идеализм в философии как способы объяснения мира. Механистическая картина мира. 5. Возникновение диалектической проблемы развития из метафизического понимания мира. Основные законы диалектики. 6. Проблема пространства и времени в философии. Отличие от научного подхода. Специфика философии Нового времени. 7. Человек как производящее существо. Марксизм и материалистическое понимание истории. 8. Свобода как альтернатива природной детерминации. Иррациональная философия как способ объяснения мира. 9. Экзистенциализм как направление современной философии. Проблема экзистенции и бытия человека. 10. Проблема бытия в философии. 11. Проблема субстанции в философии. Философские картины материального единства мира. 12. Познание как путь движения к истине и основа ориентации в мире. Проблема истины. 13. Природа сознания. Идеальное как форма информационного отражения. 14. Проблема биосоциальной природы человека. Проблема социального в философии. Общество. 15. Экологические риски глобализованного мира. Социальные риски коммуникационного общества. 16. Философская концепция культуры. Культура и цивилизация.
УК-5.3.	Демонстрирует понимание общего и особенного в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных культур	Примерный перечень тем письменных индивидуальных заданий (эссе): 1. Отношение к бытию современного человека. 2. Роль эпистемологии в жизни современного человека. 3. Вопросы этики в деятельности современного человека. 4. Роль философии в современном обществе. 5. Софистика в современном мире.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		6. Идеализм Платона в современном мировоззрении. 7. Телеология Аристотеля в современной теории развития. 8. Принципы стоицизма в жизни современного человека. 9. Принципы эпикуреизма в жизни современного человека. 10. Принципы скептицизма в жизни современного человека. 11. Вера и разум в мировоззрении современного человека. 12. Принцип «бритвы Оккама» в современной философии и науке. 13. Гедонизм как основа современного мировоззрения. 14. Конфуцианство и индивидуализм. 15. Философия буддизма и общество потребления. 16. Рационализм и здравый смысл в поведении современного человека. 17. Идеи прагматизма и утилитаризма в современном обществе. 18. Влияние русской философии на развитие российского менталитета. 19. Влияние идей экзистенциализма на развитие современного человека. 20. Рациональная и иррациональная составляющие поведения современного человека. 21. Интуиция и здравый смысл в условиях постмодерна. 22. Свобода и ответственность личности. 23. Проблема человека в современном обществе. 24. Проблема определения смысла жизни. 25. Смысл существования человека. 26. Этические проблемы развития науки и техники. 27. Проблема самоактуализации человека в обществе потребления. 28. Социальные проблемы развития науки и техники. 29. Проблема развития и использования технологий. 30. Социальное и биологическое время жизни человека. 31. Концепция успеха в современном обществе. 32. Культура и цивилизация. 33. Доверие и сотрудничество в современном обществе. 34. Мифологичность мировоззрения современного человека. 35. Роль порядка и хаоса в жизни современного человека. 36. Онтология современного человека. 37. Эпистемология современного человека. 38. Этика современного человека. 39. Аксиология современного общества.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		40. Проблема феномена инновации
Культурология		
УК-5.1.	Анализирует современное состояние общества на основе знания исторической ретроспективы и основ социального анализа	Устный опрос: 1. В чем состоит проблема определения культуры? Рассмотрите историю понятия «культура» и особенности его употребления в различные исторические периоды. 2. Почему только человек является творцом культуры? Назовите основные функции культуры. 3. Рассмотрите основные понятия культурологии: культура, цивилизация, менталитет, культурная картина мира. 7. Охарактеризуйте проблемы генезиса культуры в свете существующих теорий. 8. Назовите особенности первобытной культуры в контексте проблемы культурогенеза. В чем заключается синкретизм первобытной культуры? 9. Каково значение стабильности и нестабильности в культуре? Рассмотрите понятия «статика» и «динамика» культуры. Охарактеризуйте традиционную культуру. 10. Каковы основы и специфические черты традиционной индо-буддийской культуры? 11. Каковы особенности традиционной культуры древнего и средневекового Китая? 12. Каковы причины культурных изменений и механизмы культурной динамики? 13. Каковы подходы к определению внутреннего строения культуры? Охарактеризуйте материальную и духовную культуру. 14. Рассмотрите особенности развития материальной и духовной культуры на примере культуры Древнего Египта. 15. В чем заключается многомерность современной культуры? Каковы основные характеристики субкультуры, контркультуры, маргинальной культуры? 16. Каковы виды современной культуры, их соотношение и взаимосвязь? Охарактеризуйте массовую, элитарную, этническую, народную и национальную культуру; назовите сферы культуры. 17. Рассмотрите причины многомерности современной культуры – глобализацию и урбанизацию. 18. Охарактеризуйте феномены культуры: технику, науку, искусство и религию. 19. Что называют «языком культуры»? Какова классификация языков культуры? 20. Рассмотрите основные типы знаков и знаковых систем. Каковы символы культуры и культурные коды? 21. В чем заключаются проблемы межкультурной коммуникации? Охарактеризуйте процессы интеграции, ассимиляции или аккультурации. 30. Рассмотрите русскую культуру XVII – первой трети XVIII века в контексте диалога с европейской

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		культурой. 31. Каковы исторические представления о культуре? Охарактеризуйте доклассический период развития культурологии (Античность и Средневековье). 32. Каковы исторические представления о культуре? В чем особенности развития представлений о культуре в эпоху Возрождения и Новое время? 33. Охарактеризуйте неклассический этап становления культурологического знания (вторая половина XIX – начало XX вв.): философия жизни о культуре, эволюционизм, диффузионизм, натуралистическая и социологическая школы, функционализм. 34. Рассмотрите постнеклассический период развития науки о культуре (вторая половина XX в.): этнопсихологическая школа, структурализм, культурный релятивизм и неозволюционизм в культурной антропологии, пассионарная теория культуры Л.Н. Гумилева. 35. Охарактеризуйте особенности развития русской культуры в XVIII- XIX веках: влияние идей западноевропейского Просвещения и «золотой век» русской культуры. 36. Каковы результаты и значение «Серебряного века» русской культуры? 37. Рассмотрите модернизм и постмодернизм как явления культуры. 38. Определите взаимосвязь развития культуры и возникновения глобальных проблем современности. В чем заключаются основы деятельности Римского клуба? Охарактеризуйте понятия: антиглобализация и антиглобалисты. 39. Объясните смысл понятий: «индивид», «индивидуальность», «личность». Рассмотрите инкультурацию и социализацию как процессы формирования личности. 40. Охарактеризуйте культурные нормы и ценности. Тестирование: Вариант 1 1. Материальные и нематериальные преобразования человеком окружающей действительности – это... А) Творчество Б) Эксперимент В) Культура Г) Трудовая деятельность 2. Автором труда «Агрикультура» является... А) Марк Порций Катон Б) Августин Блаженный В) Марк Туллий Цицерон

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Г) Джамбаттиста Вико 3. В какую эпоху произошел возврат к античному пониманию слова «культура»? А) в Средние века Б) в эпоху Возрождения В) в Новое время Г) в XX веке 4. Продукт культурной деятельности человека, любой искусственно созданный объект – это... А) Изобретение Б) Артефакт В) Культура Г) Миф 5. Самым длительным этапом каменного века человеческой истории был... А) палеолит Б) энеолит В) мезолит Г) неолит 6. «Доисторической Сикстинской капеллой» называют пещеру... А) Ласко Б) Шульган-Таш В) Альтамиру Г) Фон де Гом 7. Основной функцией мифа была ... А) этиологическая (объяснительная) функция Б) коммуникативная функция В) адаптивная функция Г) назидательная функция 8. Кого из перечисленных исследователей называют «отцом культурологии»? А) Лесли Уайта Б) Эдуарда Тайлора В) Вильгельма Оствальда Г) Иммануила Канта 9. Какой из разделов не входит в состав культурологического знания? А) прикладная культурология Б) история культуры

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		В) культурная политика Г) культурная антропология 10. Автором орудийно-трудовой концепции происхождения культуры является А) Л. Мамфорд Б) А. Тойнби В) Ф. Энгельс Г) Э. Кассирер 11. Состояние длительной неизменности культуры, при котором резко ограничиваются или за- прещаются нововведения – это ... А) культурный застой Б) культурный кризис В) культурная динамика Г) культурная стабильность 12. Какие ситуации могут приводить к возникновению конфликтов? А) культурная нестабильность Б) различия в культуре В) культурный застой Г) эволюция культуры 13. Какая из перечисленных религий не является мировой? А) буддизм Б) индуизм В) христианство Г) ислам 14. Богом разрушителем вселенной в индуистском пантеоне является... А) Вишну Б) Кама В) Шива Г) Ганеша 15. Какой символ бога индуистов Вишну символизирует любовь к людям? А) чакра Б) палица В) цветок лотоса Г) боевая раковина 16. Мокша для индуистов – это...

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		А) закон нравственности Б) обретение удачи и здоровья В) полное освобождение души от череды перевоплощений Г) обретение богатства 17. Как называется священная книга буддистов? А) «Канон дао и дэ» Б) «Типитака» В) «Веды» Г) «Упанишады» 18. С каким животным в Индии связаны «пять веществ», считающихся священными? А) с коровой Б) с крысой В) со змеей Г) со слоном 19. В 1950 году американский социолог Дэвид Рисмен ввел понятие ... А) субкультура Б) контркультура В) доминирующая культура Г) массовая культура 20. Пограничные культуры, возникающие на грани культурно-исторических эпох, мировоззрений, языков, этнических культур и субкультур имеют название ... А) контркультуры Б) маргинальные культуры В) этнические культуры Г) доминирующие культуры Практические задания: 1. Прочитайте фрагмент из работы Р. Итса и сформулируйте свое отношение к его точке зрения. Ответьте на вопросы. <i>Жизнь наших далеких предков протекала в экстремальных условиях, богатых множеством случайных совпадений, которые воспринимались первобытным сознанием как следствие проявления невидимых и всесильных «чар». Они порождают видимость большой вероятности связи происшедших с человеком несчастий с действиями над его фетишами или реальностью проклятий, заклинаний, колдовств...</i>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		ва. Если еще добавить сюда сам факт психологического ожидания беды: что-то случилось с твоей чурингой, с твоим фетишем и т. п., то количество совпадений или случайных связей несвязанных причин и следствий увеличится. – Почему на первых этапах развития человеческого общества появляется вера в абсолютную связь фетиша с судьбой человека? – Подкреплялась ли эта связь общественным сознанием первобытной эпохи? – Почему подобные ситуации часто находили свое подтверждение в окружающем реальном мире? – Приведите известные вам примеры: а) магического обряда; б) тотемных представлений; в) анимистических представлений. 2. Опишите какой-либо известный вам опыт межкультурного взаимодействия. Были ли в вашей жизни проблемы с пониманием поведения представителей другой культуры? Можете ли вы их объяснить? Обратите внимание при объяснении, что поведение человека следует рассматривать в рамках его культуры, а не своей, т. е. следует проявлять больше эмпатии, чем симпатии. Симпатия подразумевает, что человек мысленно ставит себя на место другого, следует «золотому правилу нравственности»: «поступай с людьми так, как хотел бы, чтобы поступали с тобой». Но при симпатии используются свои собственные способы интерпретации поведения других людей. При общении же с носителями других культур следует применять эмпатический подход, т. е. представить себя на месте другого человека, принять его мировоззрение, понять его чувства, желания, поступки, исходить из рамок его культуры. Сущность эмпатического подхода отражает «платиновое правило»: «поступай с другими так, как они поступали бы сами с собой». 3. Определите, в какой историко-культурный период были сделаны следующие высказывания (если возможно, назовите автора): – «Как плодородное поле без возделывания не даст урожая, так и душа. Возделывание души – это и есть философия: она выпалывает в душе пороки, приготавливает души к приятию посева и вверяет ей – сеет, так сказать, только те семена, которые, вызрев, приносят обильнейший урожай»; – «Человек – это слабое, беспомощное, достойное жалости и участия существо. Но в своей слабости он обнаруживает огромную силу. Уповая на Веру, он может сказать «да» хаотическому и страшному миру»; – «Человек, забывший об интересах общества, и правитель, забывший об интересах граждан, – не римляне, а варвары»; – «Культура не воспитание меры, гармонии и порядка, а преодоление ограниченности, как куль-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		тивирование неисчерпаемости, бездонности личности, как ее постоянное духовное совершенствование»; – «Все эти сказанные художества весьма и весьма различны друг от друга; так что если кто исполняет хорошо одно из них и хочет взяться за другие, то почти никому они не удаются так, как то, которое он исполняет хорошо; тогда как я изо всех моих сил старался одинаково орудовать во всех этих художествах; и в своем месте я покажу, что я добился того, о чем я говорю»; – «И тогда через хаос, через абсурдность, через чудовищность жизни, как солнце через тучи, глянет око Божье. Бога, который имеет личность, и личность, отображенную в каждой человеческой личности»; – «Поступай так, чтобы ты всегда относился к человечеству и в своем лице, и в лице всякого другого так же, как к цели, и никогда не относился бы к нему только как к средству»; – «Начала цивилизации одного культурно-исторического типа не передаются народам другого типа. Каждый тип вырабатывает ее для себя при большем или меньшем влиянии чуждых, ему предшествовавших или современных цивилизаций»; – «Мне хотелось бы словом «гуманность» охватить все, что я до сих пор говорил о человеке, о воспитании его благородства, разума, свободы, высоких помыслов и стремлений, сил и здоровья, господства над силами Земли»; – «Все хорошо, что исходит из рук Творца всех вещей. В руках человека все вырождается»; – «Воспитание человеческого рода – это процесс и генетический, и органический; процесс генетический – благодаря передаче, традиции, процесс органический – благодаря усвоению и применению переданного. Мы можем, как угодно, назвать этот генезис человека во втором смысле, мы можем назвать его культурой, т. е. возделыванием почвы, а можем вспомнить образ света и назвать его просвещением, тогда цепь культуры и просвещения протянется до самой земли. Различие между народами просвещенными и непросвещенными – не качественное, а только количественное»; – «...Что такое человек во Вселенной? Небытие в сравнении с бесконечностью, все сущее в сравнении с небытием, среднее между всем и ничем. Он не в силах даже приблизиться к пониманию этих крайностей – конца мироздания и его начала, неприступных, скрытых от людского взора непроницаемой тайной, и равно не может постичь небытие, из которого возник, и бесконечность, в которой растворяется»; – «Причина всех бедствий и несчастий людей, – состоит в невежестве. Преодолеть свое печальное положение, выйти из него люди могут только через просвещение, а рост его неодолим. В умах идет скрытая и непрерывная революция и... с течением времени само невежество себя дискредитирует»;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		– «Все, что вне меня, – отныне чуждо мне. У меня нет в этом мире ни близких, ни мне подобных, ни братьев. Я на земле, как на чужой планете, куда свалился с той, на которой жил прежде. Если я и различаю, что вокруг себя, – то лишь скорбные и раздирающие сердце предметы, и на все, что касается и окружает меня, не могу кинуть взгляда без того, чтобы не найти там какого-нибудь повода к презрительному негодованию и удручающей боли»; – «Ход развития культурно-исторических типов всего ближе уподобляется тем многолетним одноплодным растениям, у которых период роста бывает неопределенно продолжителен, но период цветения и плодоношения – относительно короток и истощает раз и навсегда их жизненную силу»; – «Всякая культура (даже материальная) есть культура духа; всякая культура имеет духовную основу – она есть продукт творческой работы духа над природными условиями». 4. Приведите примеры процессов ассимиляции и диверсификации. 5. Каково влияние субкультур на развитие культуры? Приведите примеры изменения норм поведения в связи с доступностью и тиражированием различных субкультур. 6. Определите, кому принадлежат следующие высказывания: – «... Каждой великой культуре присущ тайный язык мирочувствования, вполне понятный лишь тому, чья душа вполне принадлежит этой культуре»; – «Начала цивилизации одного культурно-исторического типа не передаются народам другого типа. Каждый тип вырабатывает ее для себя при большем или меньшем влиянии чуждых, ему предшествовавших или современных цивилизаций»; – «Таким образом, Дьявол обречен на проигрыш не потому, что он сотворен Богом, а потому, что он просчитался. Он играл руками Божьими, испытывая злобную удовлетворенность от вмешательства божественных рук. Зная, что Господь не отвергнет или не сможет отвергнуть предложенного пари. Дьявол не ведает, что Бог молча и терпеливо ждет, что предложение будет сделано. Получив возможность уничтожить одного из избранников Бога, Дьявол в своем ликовании не замечает, что он тем самым дает Богу возможность совершить акт нового творения. И таким образом божественная цель достигается с помощью Дьявола, но без его ведома»; – «У каждой культуры своя собственная цивилизация»; – «Цивилизация есть неизбежная судьба культуры. Будущий Запад не есть безграничное движение вперед и вверх, по линии наших идеалов... Современность есть фаза цивилизации, а не культуры. В

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		связи с этим отпадает ряд жизненных содержаний как невозможных... Как только цель достигнута и... вся полнота внутренних возможностей завершена и осуществлена вовне, культура внезапно коченеет, она отмирает, ее кровь свертывается, силы надламываются — она становится цивилизацией. И она, огромное засохшее дерево в первобытном лесу, еще многие столетия может топорщить свои гнилые сучья»; — «Неминуемость – и закономерное наступление, чередование этих стадий – делает периоды развития всех культур абсолютно тождественными, длительность фаз и срок существования самой культуры – отмеренными, нерушимыми»; — «Ход развития культурно-исторических типов всего ближе уподобляется тем многолетним одноплодным растениям, у которых период роста бывает неопределенно продолжителен, но период цветения и плодоношения – относительно короток и истощает раз и навсегда их жизненную силу»; — «Ни овладение чужой новейшей технологией, ни ревностное сохранение традиционного образа жизни не может быть полным и окончательным Ответом на Вызов чуждой цивилизации». 7. Предшественник Н.Я. Данилевского немецкий профессор Г. Рюккерт впервые высказал мысль о замкнутых на себя исторических образованиях в работе «Учебник по мировой истории в органическом изложении» (1857). Вдумайтесь в название его работы и сформулируйте, исследования в области какой сферы науки повлияли на позиции обоих мыслителей. 8. Сопоставьте точки зрения О. Шпенглера и Н.Я. Данилевского по вопросу о стадиях развития культуры и их судьбах. Сформулируйте, что общего в их концепциях культуры, что различно. 9. Прочитайте цитату и сформулируйте, какую роль в современной культуре отводит О. Шпенглер крестьянству: «Крестьянство, связанное корнями своими с самой почвой, живущее вне стен больших городов, которые отныне – скептические, практические, искусственные – одни являются представителями цивилизации, это крестьянство теперь уже не идет в счет. «Народом» теперь считается городское население, неорганическая масса, нечто текучее. Крестьянин отнюдь не демократ – ведь это понятие также есть часть механического городского существования – следовательно, крестьянином пренебрегают, осмеивают, презирают и ненавидят его. После исчезновения старых сословий, дворянства и духовенства он является единственным органическим человеком, единственным сохранившимся пережитком культуры». 10. Установите, кому из теоретиков культуры принадлежат данные высказывания.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		1. Человек создан, чтобы усвоить дух гуманности и религии. Мне хотелось бы вместить в одно слово – «человечность» – все сказанное о благородном складе человеческого существа, ведь, чтобы говорить о своем предназначении нет слова более благородного, чем «человек», в коем запечатлен образ Творца. Великий закон справедливости стал путеводною нитью для человека: и как не хотите того, чтобы сделали вам люди, так не делайте того и им; и как хотите, чтобы с вами поступали люди, так и вы поступайте с ними. Закон справедливости и правды превращает людей в верных помощников и братьев друг другу, а когда он утвердится совершенно, то и врагов обратит в друзей. Религия – вот высшая гуманность человека. Это упражнение сердца, поклонение Богу, подражание самому высшему и прекрасному, запечатление его в образе человеческом, а вместе с тем наидеятельнейшая доброта и человеколюбие. 2. Совокупность производственных отношений составляет экономическую структуру общества, реальный базис, на котором возвышается юридическая и экономическая надстройка и которому соответствуют определенные формы общественного сознания. Способ производства материальной жизни обуславливает социальный, политический и духовный процессы жизни вообще. 3. Ход развития культурно-исторических типов всего ближе уподобляется тем многолетним одноплодным растениям, у которых период роста бывает неопределенно продолжителен, но период цветения и плодоношения – относительно короток и истощает раз и навсегда их жизненную силу. 4. Культура как совокупность выражения души в жертвах и трудах, как тело ее, смертное, преходящее; культура как историческое зрелище, как образ в общей картине мировой истории; культура как совокупность великих символов жизни, чувствования и понимания: таков язык, которым только и может поведать душа, как она страждет. 5. Общие разряды культурной деятельности таковы: 1) деятельность религиозная, объемлющая собою отношения человека к Богу; 2) деятельность культурная, в тесном значении этого слова, объемлющая отношения человека к внешнему миру, во-первых, теоретическое – научное, во-вторых, эстетическое – художественное; 3) деятельность политическая, объемлющая отношения людей между собою; 4) деятельность общественно-экономическая, объемлющая отношения людей применительно к условиям пользования предметами внешнего мира, добывания и обработки их. 6. Рассмотрим истоки двадцати одной цивилизации, обращая внимание на вызовы, которые делала сре-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		да, и на ответы на них. Не будем постулировать никакого единства и не будем пытаться обнаружить какой бы то ни было всеобщий закон, наша задача – исследовать феномены Вызова и Ответа применительно к частным случаям. 7. Мы достаточно определенно установили истину, согласно которой благоприятные условия враждебны цивилизации, и показали, что чем благоприятнее окружение, тем слабее стимул для зарождения цивилизации. Допустимо, что стимул, побуждающий к строительству цивилизации, возрастает по мере того, как условия проживания становятся все более трудными. Для удобства разделим интересующие нас исторические примеры на две группы. К первой группе отнесем те случаи, когда цивилизация зарождалась под воздействием природной среды, ко второй – те цивилизации, где большее влияние оказывало человеческое окружение. Ключ к заданию И.-Г. Гердер (1744-1803) – немецкий философ эпохи Просвещения, интересовался вопросами философии истории и эстетики. Состоял пастором в Риге и Веймаре. Был другом Гете и одним из теоретиков художественного движения «Буря и натиск», ратовал за национальную самобытность искусства. Автор сочинения «Идеи к философии истории человечества», в котором история трактуется как осуществление идеалов гуманности. Ж.-А.-Н. (де) Кондорсе (1743-1794) – французский философ эпохи Просвещения, математик, социолог, политический деятель. Сотрудничал в «Энциклопедии» Д. Дидро и Д'Аламбера. В годы Великой французской революции был избран в Законодательное собрание, затем стал членом Конвента. Как философ Кондорсе является создателем концепции исторического прогресса, в основе которого, по его мнению, лежат достижения человеческого разума в области науки, техники и социальной жизни. Свои идеи Кондорсе изложил в работе «Эскиз исторической картины прогресса человеческого разума» (1794). К. Маркс (1818-1883) и Ф. Энгельс (1820-1895) – немецкие мыслители и общественные деятели. Организаторы и идейные вдохновители первого «Союза коммунистов», авторы «Манифеста Коммунистической партии». Общественно-политическая деятельность К. Маркса и Ф. Энгельса в своей основе имела социально-экономическую доктрину, наиболее полно изложенную ими в «Капитале» (1867-1894). Теоретики марксизма разработали принципы материалистического понимания истории: по их мнению, побудительные мотивы исторического развития определяются материальными условиями общественного производства. Производственные отношения представляют собой тот «базис», по отношению к которому все прочие аспекты культуры выступают в качестве идеологизированной «надстройки». Соответственно, исторический процесс рассматривается как закономерная смена общественно-исторических формаций, в результате которой должен утвердиться коммунизм. Н.Я. Данилевский (1822-1885) – российский публицист и социолог, разделял взгляды славянофи-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		лов. В сочинении «Россия и Европа» (1869) выдвинул идею обособленных «культурно-исторических типов» (локальных цивилизаций), каждый из которых должен, подобно живому организму, пройти через периоды становления, расцвета и угасания. Своеобразие культурно-исторических типов Данилевский видел в характерном для каждого из них сочетании доминирующих видов деятельности. Особые надежды возлагал на «славянский» культурно-исторический тип, поскольку считал его «четырёхосновным». О. Шпенглер (1880-1936) – немецкий математик, историк и философ. Развил учение о культуре как множестве замкнутых «организмов», проходящих определенный жизненный цикл и выражающих «душу» разных народов. Ключ к пониманию своеобразия культуры – «первосимвол», хранящийся в ее «душе» и воплощаемый во всех значимых культурных формах. Когда творческий потенциал культуры иссякает, она в преддверии своей гибели перерождается в «цивилизацию», в которой господствует голый технизм, лишенный духовного содержания. Главное произведение О. Шпенглера – «Закат Европы» (1918-1922). А.Дж. Тойнби (1889-1975) – английский историк и социолог, дипломат и общественный деятель. В культурологическом исследовании «Постижение истории» (1934-1961) обобщил факты из прошлого более чем двадцати разнообразных культур и выдвинул теорию круговорота сменяющих друг друга локальных цивилизаций, каждая из которых проходит аналогичные стадии роста, развития, надлома и разложения. Развитию цивилизаций, по мнению Тойнби, способствуют неблагоприятные обстоятельства, природные или исторические. Именно они становятся стимулом для активизации потенциала «творческой элиты», которая затем увлекает за собой «инертное большинство» – так в ответ на внешний вызов рождается новый тип культуры. 8. О ком из деятелей культуры могут быть написаны эти строки? «Он – живое представление эпохи Возрождения о совершенной и гармоничной личности. Как писал о нем известный биограф: «Он был до такой степени исключителен и всеобъемлющ, что, по справедливости, можно было назвать его чудом природы, которая не только изобильно одарила его телесною красотою, но и сделала его обладателем многих редкостных способностей». Во всех своих начинаниях он был исследователем, первооткрывателем, выразителем гуманистических идей. В большей степени он был поглощен научными интересами, скульптурных и живописных работ оставил немного. Но те произведения, которые дошли до наших дней, являются символами эпохи Возрождения».
УК-5.2.	Интерпретирует проблемы современности с позиций этики и философских знаний	Устный опрос: - Каковы исторические представления о культуре? Охарактеризуйте доклассический период развития культурологии (Античность и Средневековье). - Каковы исторические представления о культуре? В чем особенности развития представлений о куль-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		туре в эпоху Возрождения и Новое время? 3. Охарактеризуйте неклассический этап становления культурологического знания (вторая половина XIX – начало XX вв.): философия жизни о культуре, эволюционизм, диффузионизм, натуралистическая и социологическая школы, функционализм. 4. Рассмотрите постнеклассический период развития науки о культуре (вторая половина XX в.): этнопсихологическая школа, структурализм, культурный релятивизм и неоэволюционизм в культурной антропологии, пассионарная теория культуры Л.Н. Гумилева. 5. Охарактеризуйте особенности развития русской культуры в XVIII- XIX веках: влияние идей западно-европейского Просвещения и «золотой век» русской культуры. 6. Каковы результаты и значение «Серебряного века» русской культуры? 7. Рассмотрите модернизм и постмодернизм как явления культуры. 8. Определите взаимосвязь развития культуры и возникновения глобальных проблем современности. В чем заключаются основы деятельности Римского клуба? Охарактеризуйте понятия: анти глобализация и антиглобалисты. 9. Объясните смысл понятий: «индивид», «индивидуальность», «личность». Рассмотрите инкультурацию и социализацию как процессы формирования личности. Тестирование: 1. Культура, которая ориентирована на ценности технологического развития, динамичный образ жизни, совершенствование культуры и общества может быть отнесена к ... типу культур А) восточному Б) средневековому В) западному Г) традиционному 2. Концепция локальных «культурно-исторических типов» принадлежит ... А) Н. Я. Данилевскому Б) О. Шпенглеру В) А. Тойнби Г) К. Ясперсу 3. В чем, по мнению О. Шпенглера, культура схожа с живым организмом? А) она пребывает в движении Б) она наделена разумом В) у нее есть душа Г) у нее есть потребности

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		4. Время становления мировой культуры для К. Ясперса – это ... А) дополнительное время Б) осевое время В) срединное время Г) будущее время 5. Иоганн Якоб Бахофен выделяет типы культуры в зависимости от преобладания ... А) деятельного или пассивного начала Б) женского или мужского начала В) духовного или материального начала Г) преобразующего или созерцательного начала 6. Учение о диониссийском и аполлоновском типе культуры сформулировал ... А) Лео Фробениус Б) Фридрих Ницше В) Альфред Кребер Г) Николай Яковлевич Данилевский 7. В каком труде Марк Туллий Цицерон говорит о культуре как о «возделывании души»? А) «О природе вещей» Б) «Агрикультура» В) «Тускуланские беседы» Г) «О мыслимой красоте» 8. Категорический императив – понятие, которое ввел в научный обиход ... А) Георг Вильгельм Фридрих Гегель Б) Иммануил Кант В) Фридрих Вильгельм Йозеф фон Шеллинг Г) Фридрих Шиллер 9. Создателем русского литературного языка по праву считается ... А) М. В. Ломоносов Б) А. С. Пушкин В) Л. Н. Толстой Г) Ф. М. Достоевский 10. Вяч. Иванов, А. Белый, А. Блок – представители такого направления модернизма в России как ... А) акмеизм Б) модерн

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		В) футуризм Г) символизм 11. «Воля к жизни» – ключевое понятие философии культуры ... А) Ф. Ницше Б) О. Шпенглера В) И. Канта Г) Г. Спенсера 12. Свою концепцию культуры Зигмунд Фрейд основывает на ... А) представлениях о личном бессознательном Б) представлениях о коллективном бессознательном В) представлениях об экстатических состояниях человека Г) представлениях о древнем фетишизме 13. Понятие «сверхчеловек» сформировалось в рамках концепции культуры, предложенной ... А) И. Кантом Б) Ф. Ницше В) Г. Спенсером Г) Г. Ф. Гегелем 14. Американские ученые Франц Боас, Альфред Луис Кребер доказывают, что культура - это ... А) совокупность моделей поведения Б) традиции и обычаи В) социальная система Г) противоположность цивилизации 15. Л.Н. Гумилев назвал пассионарностью... А) пассивную созерцательность Б) повышенное стремление к действию (активность) В) рождение культуры Г) развитие культуры Практические задания: 1. Проанализируйте существующие определения культуры с точки зрения их отношения к человеку. Является ли культура системой, позволяющей человеку приспособиться к жизни, или она враждебна для человека, разрушает его, подавляет его свободу? Предложите собственное понимание культуры. 2. Выдающийся философ XX в. Л. Витгенштейн заявлял: «Пределы моего мира – пределы моего

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		языка». Поразмышляйте вслух на эту тему. 3. Прочитайте любую понравившуюся вам статью, затрагивающую проблемы семиотики, дайте ей оценку, выразив свое согласие или несогласие и обосновав его. Например, можно взять работы Ю.М. Лотмана, посвященные семиотике русского быта и литературы XVIII и XIX вв. 4. Попробуйте разобрать какое-нибудь литературное или кинематографическое произведение с точки зрения семиотики. Согласны ли вы с объяснением Ю.М. Лотмана отношений между Татьяной, Онегиным и Ленским в романе Пушкина «Евгений Онегин»? Эти персонажи не понимали друг друга потому, что они использовали разные культурные знаковые системы. Онегин был ориентирован на английский байронический романтизм с его культом разочарованности в жизни и трагизмом, Ленский – на немецкий романтизм с его восторженностью и ученостью, Татьяна, с одной стороны, на английский сентиментализм с его чувствительностью, порядочностью и «хорошими концами», а с другой – на русскую народную культуру (поэтому она из всех трех оказалась наиболее гибкой). 5. Обсудите следующие темы: – Какую роль в современном мире играет процесс аккультурации? – Какой тип общественного устройства делает человека более счастливым? – Каково соотношение массовой и элитарной культуры в современном обществе? Сформулируйте свое мнение по вопросу о том, является ли массовая культура явлением положительным или негативным. – Согласны ли вы с тем, что кризис идентичности, идущий в обществах, переживающих системную деформацию, порождает национализм и экстремизм? – Верно ли убеждение некоторых культурологов в том, что религия является основанием любой культуры? – Можно согласиться (не согласиться) с мнением Л. Мамфорда, что в современном обществе гуманизм и социальная справедливость принесены в жертву техническому прогрессу; прогресс стал божеством, наука и техника – религией, ученые – сословием новых жрецов. – Как вы относитесь к выражению: «Хочешь овладеть миром – придумай ему религию»? – Современный человек должен быть похож на человека эпохи Возрождения – сложная личность, творец себя и культуры. – Я считаю (не считаю), что возможно достижение коммунизма на Земле. – «Золотое правило нравственности» – от Канта и до наших дней. – Я разделяю (не разделяю) мнение О. Шпенглера о том, что если культура – это «живое тело души», то цивилизация – ее мумия. – Как я понимаю афоризм А. Тойнби: «Самое оживленное движение часто наблюдается в тупиках ис-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		тории». – Правы ли были О. Шпенглер и Н.Я. Данилевский, пророча гибель западной культуры? – Можно ли заимствовать чужое без ущерба собственному культурному наследию и стоит ли оставаться на позициях традиционализма, рискуя тем самым оказаться в изоляции? – Человеческими поступками в большей мере движут его сознательные стремления, а не подсознательные влечения (или наоборот). – Взгляд на развитие русского народа с точки зрения теории пассионарности Л.Н. Гумилева. – Современная культура теряет (или увеличивает) игровой элемент в жизни человека. – Роль психоанализа в современной культуре. – Нет и не может быть единой общечеловеческой цивилизации. – Совершенную типологию культуры создать невозможно. – Определяющим для поведения человека является тип его ментальности. 6. Выскажите свое мнение по поводу того, насколько востребованы идеи Ф. Ницше или К. Маркса в современном мире. 7. Согласны ли вы с мнением З. Фрейда о целях человеческих стремлений, о невозможности достижения счастья? Напишите рассуждение на данную тему. 8. Назовите несколько произведений современной литературы или кинофильмов, в которых используется психоаналитическая теория Фрейда; проанализируйте одно из них, с точки зрения теории психоанализа. 9. С. Л. Франк в известной работе «Смысл жизни» пишет, что этот «проклятый вопрос» «о смысле жизни» волнует и мучает в глубине души каждого человека. Человек может на время, даже на очень долгое время, совсем забыть о нем, погрузиться с головой в будничные интересы сегодняшнего дня, в материальные заботы о сохранении жизни, о богатстве, довольстве и земных успехах.... но жизнь уже так устроена, что совсем и навсегда отмахнуться от него не может и самый тупой, заплывший жиром или духовно спящий человек ... Этот вопрос - не теоретический, не предмет праздной умственной игры; этот вопрос есть вопрос о смысле самой жизни, он даже страшен – и, собственно, говоря еще гораздо более страшнее, чем при тяжелой нужде вопрос о куске хлеба для утоления голода...». – – Что же такое «смысл жизни»? Какие мнения есть по этому вопросу среди философов, теологов, ученых? –

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Зачем человеку нужно прояснить его для себя? Почему С. Л. Франк называет его практическим вопросом, вопросом всей жизни? — В чем Вы видите смысл своей жизни. Ответ аргументируйте. 10. Высшей подлинной сущностью человека является свобода. Человек всегда стремится к свободе. «Без свободы нет человека», - говорил, Ф.М. Достоевский. В то же время он отмечал, что свобода может привести к эгоизму, неблагоприятности и даже безобразию. Тогда она превращается в несвободу. Современный немецкий философ, социолог и психолог Э. Фромм («Бегство от свободы») пишет, что процесс развития человеческой свободы носит диалектический характер. С одной стороны, это «процесс развития человека, овладения природой, возрастания роли разума, укрепления человеческой солидарности. Но, с другой, это – усиление индивидуализации, которая означает усиление изоляции, неуверенности... Вместе с этим растет и чувство бессилия, ничтожности отдельного человека». «Люди утрачивают первичные связи, давшие им осуществление уверенности. Такой разрыв превращает свободу в невыносимое бремя: она становится источником сомнений, влечет за собой жизнь, лишенную цели и смысла. И тогда возникает сильная тенденция избавиться от такой свободы, уйти в подчинение или найти иной способ связаться с людьми и миром, чтобы спастись от неуверенности даже ценой свободы».
УК-5.3.	Демонстрирует понимание общего и особенного в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных культур	Вопросы для проведения устного опроса (обсуждение наиболее значимых проблем современности) 1. Какие факторы свидетельствуют о кризисе художественной и эстетической культуры современного российского общества? 2. Какие задачи призваны решить проекты по стабилизации и развитию художественной культуры населения? 3. Каковы технологии восстановления интереса к народной культуре со стороны населения и, в частности, подрастающего поколения? 4. Что, на Ваш взгляд, способствует развитию преемственных связей между поколениями? 5. Что, на Ваш взгляд, стимулирует развитие творческих способностей детей и юношества? 6. Какие мероприятия способны разнообразить жизнь города и привлечь к участию молодежь? 7. Какие культурные объединения должны постоянно поддерживать интерес к творческому самовыражению среди населения, и какова их роль в развитии и охране художественной культуры определенного края?

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		9. Какие явления свидетельствуют о возможной деградации исторической памяти российского общества? 10. Какие задачи необходимо решать по восстановлению и развитию исторической культуры? 11. Какие проекты могут быть применены в работе с подрастающим поколением в деле развития и охраны его исторической культуры? 13. Какие культурологические знания могут быть использованы в процессе укрепления и охраны семейных отношений? 14. Для чего, с точки зрения культурологической науки, необходимы знания об истории города, края, страны?
Международный маркетинг		
УК-5.1.	Анализирует современное состояние общества на основе знания исторической ретроспективы и основ социального анализа	1. Перечень теоретических вопросов к зачету 1. Общая характеристика международной маркетинговой деятельности. 2. Причины и тенденции развития международных рынков. 3. Определение, цель, структура международного маркетинга 4. Специфические требования международного маркетинга. 5. Выручка и прибыль фирмы при работе на национальных и мировых рынках - при уровне международной цены выше или ниже 6. национальной цены. 7. Среда международного маркетинга: экономическая, политико-правовая, культурная. 8. Особенности, возможности и ограничения системы международного производства и торговли. 9. Цели и технология международных маркетинговых исследований. 10. Анализ общехозяйственной конъюнктуры и конъюнктуры товарного рынка. Показатели конъюнктуры и факторы. 11. Прогноз конъюнктуры. Модель развития рынка. Прогноз развития рынка товаров промышленного назначения, товаров индивидуального потребления. 12. Критерии выбора внешних рынков. Сегментация внешних рынков. 13. Оценка привлекательности рынка с помощью матрицы "деловая активность фирмы / привлекательность рынка". 14. Выбор способа проведения комплексного исследования рынка. 15. Стратегические цели экспортера и импортера. Влияние внешнеэкономической политики государства на стратегию фирмы. 16. Формы вывоза капитала. Международное инвестирование.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		17. Формы международного развития по Ж.-Ж. Ламбену. 18. Способы выхода на международный рынок. Производство в стране. 19. Способы выхода на международный рынок. Производство за рубежом. 20. Понятие мировой цены, мировой базисной цены. Особенности мировых цен. 21. Основные виды мировых цен и их особенности. 22. Стратегии ценообразования в международном маркетинге. 23. Методика расчета цены сделки. 24. Экспортная товарная политика. Требования, предъявляемые к экспортному товару. 25. Характеристики, учитываемые при экспортировании товара. 26. Экспортный ассортимент: планирование и управление. Процесс формирования экспортного ассортимента. 27. Адаптация товара к зарубежным рынкам. Причины необходимости адаптации товара. 28. Стратегии стимулирования товара и его адаптирование к зарубежному рынку. 29. Коммуникации в международном маркетинге. Понятие, роль и значение коммуникаций в современном бизнесе. 30. Процесс коммуникаций. 31. Этапы разработки эффективных коммуникаций. 32. Формы коммуникаций в международном маркетинге: реклама, public relations, стимулирование сбыта, личная продажа, участие в ярмарках и выставках. 33. Решения в отношении международной рекламы. 34. Решения по поводу стандартизации или адаптации рекламы. 35. Понятие и виды промышленной собственности. 36. Система патентного права. Программа юридической защиты экспортируемого объекта, "патентный зонтик". 37. Обеспечение патентной чистоты экспортируемого товара
УК-5.2.	Интерпретирует проблемы современности с позиций этики и философских знаний	Темы докладов 1. Эволюция становления международного маркетинга. 2. Развитие международного маркетинга на современном этапе. 3. Особенности использования международного маркетинга (на примере отдельных стран, отраслей, компаний). 4. Место и роль рекламы в международном бизнесе. 5. Особенности использования средств распространения рекламы в различных странах мира.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		6. Франчайзинг как форма партнерства с зарубежными партнерами. 7. Стратегии международного сбыта. 8. Состояние рынка рекламных услуг в России и за рубежом. 9. Использование технологии брэндинга в международной коммуникационной политике. 10. Нетрадиционные каналы распространения рекламы. 11. Особенности подхода к рекламе в разных странах. 12. Место и роль мероприятий прямого маркетинга в международном маркетинге. 13. Этапы развития организации международного маркетинга на фирме. 14. Принципы построения международных маркетинговых служб и основные правила организации международного маркетинга. 15. Основные виды контроля международной маркетинговой деятельностью. 16. Оценка эффективности международной маркетинговой деятельностью. 17. Механизм разработки стратегии международного маркетинга. 18. Разработка маркетинговой стратегии для выхода на внешний рынок (на примере конкретного рынка). 19. Основные решения, принимаемые фирмой, планирующей заняться международным маркетингом. 20. Влияние электронной коммерции на развитие каналов распределения. 21. Виды посреднической деятельности на внешних рынках. 22. Обоснование целесообразности выхода на внешний рынок. 23. Методы выхода на внешний рынок. 24. Комплекс международного маркетинга. 25. Основные подходы к комплексу международного маркетинга
УК-5.3.	Демонстрирует понимание общего и особенного в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных культур	Тест 1 1. Основным отличием международного маркетинга от внутреннего являются: а. Возможность изучения внешней среды; б. Проблема сохранения доли рынка; в. Необходимость более тщательного соблюдения концепции маркетинга; г. Проведение сегментации. 2. Целью как внутреннего, так и международного маркетинга являются: а. Улучшение результатов деятельности фирмы; б. Увеличение прибыли; в. Удовлетворение потребностей потребителя;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		г. Создание долгосрочных конкурентных преимуществ путем удовлетворения потребностей потребителей. 3. Для целей исследования и влияния факторов международная среда делится на: а. Макро и микросреду; б. Национальную, региональную, глобальную среду; в. Национальную, многонациональную, региональную, глобальную среду; г. Региональную бизнес-среду, динамическую бизнес-среду. 4. Наиболее угрожающей для ведения бизнеса называют: а. Статическую среду; б. Динамическую среду; в. Турбулентную среду; г. Глобальная среда. 5. Факторы международного макросреды являются: а. Неконтролируемым и со стороны фирмы; б. Преимущественно неконтролируемыми; в. Контролируемыми; г. Регулируемыми. 6. Факторы международной микросреды являются: а. Преимущественно контролируемые со стороны фирмы; б. Преимущественно неконтролируемыми; в. Полностью контролируемые; г. Полностью неконтролируемыми. 7. Целью исследования политико-правовой среды являются: а. Определение политического риска и разработка стратегии его снижения; б. Определение целесообразности выхода на зарубежный рынок; в. Мониторинг изменения состояния среды; г. Анализ конкурентов. 8. К факторам политико-правовой среды относятся: а. Пенсионное законодательство; б. Финансовая политика; в. Национальная безопасность; г. Язык. 9. Глобальная компания: а. Применяет стратегию глобального маркетинга;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		б. Производят продукцию на национальной территории и продают на мировом рынке; в. Оба ответа верны; г. Нет верного ответа. 10. Мировой товарный рынок, которому подчиняется ограниченное влияние рыночных факторов и характерна относительная устойчивость рыночных цен, базирующихся на национальных ценах и не подверженный кратковременным колебаниям спроса и предложения а. Открытый сектор; б. Закрытый сектор; с. Льготный сектор; д. Свободный сектор
Учебная - ознакомительная практика		
УК-5.1.	Анализирует современное состояние общества на основе знания исторической ретроспективы и основ социального анализа	Контрольные вопросы 1. Каковы назначение, цели деятельности, структура предприятия (учреждения, организация), в которой проходила практика? 2. Какие знания, умения и навыки были приобретены или развиты в результате прохождения практики? 3. Выделите основные направления и виды деятельности предприятия. 4. Какие задания были выполнены в ходе прохождения практики? 6. Какие выводы можно сделать по организационно-правовой форме предприятия? 7. Каковы результаты изучения ИТ-инфраструктуры и архитектуры предприятия для управления бизнес-процессами? 8. Каковы результаты изучения и анализа рынка, потребителей, конкурентов? 9. Ваши предложения по повышению эффективности деятельности предприятия (учреждения, организации);
УК-5.2.	Интерпретирует проблемы современности с позиций этики и философских знаний	Задания: 1) изучение организационных и юридических документов предприятия (организации, учреждения), включая организационную структуру управления; 2) знакомство с технологическими процессами на предприятии (в организации, учреждении), выпускаемой продукцией (услугами); 3) изучение ИТ-инфраструктуры предприятия для управления бизнес-процессами; 4) изучение структуры информационных потоков, отражающих номенклатуру и ассортимент производимой продукции (видов выполняемых работ и оказываемых услуг), ее основных потребителей, финансово-экономических показателей деятельности, положения на рынке и направлений развития предприятия (учреждения, организации);

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		5) изучение и анализ результатов деятельности предприятия, анализ рынка, конкурентов, потребителей; 6) изучение и анализ профессионально-ориентированного программного и информационного обеспечения на предприятии (в организации, учреждении); 7) в соответствии с индивидуальным заданием – изучение и обобщение информации по конкретной теме, связанной с учебной практикой на предприятии (в организации, учреждении). 8) оформление выводов; 9) подготовка отчета по практике; 10) подготовка к защите отчета по практике
УК-5.3.	Демонстрирует понимание общего и особенного в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных культур	Контрольные вопросы 1. Каковы назначение, цели деятельности, структура предприятия (учреждения, организация), в которой проходила практика? 2. Какие знания, умения и навыки были приобретены или развиты в результате прохождения практики? 3. Выделите основные направления и виды деятельности предприятия. 4. Какие задания были выполнены в ходе прохождения практики? 6. Какие выводы можно сделать по организационно-правовой форме предприятия? 7. Каковы результаты изучения ИТ-инфраструктуры и архитектуры предприятия для управления бизнес-процессами? 8. Каковы результаты изучения и анализа рынка, потребителей, конкурентов? 9. Ваши предложения по повышению эффективности деятельности предприятия (учреждения, организации);
УК-6 – Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни		
Личностно-профессиональное саморазвитие		
УК-6.1	Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей	Перечень теоретических вопросов к зачету: Тест: Выберите правильный ответ 1. Постоянное откладывание дел на потом, нежелание выполнять определенные обязанности – это: а) перфекционизм; б) абьюзерство; в) прокрастинация; г) тайм-менеджмент. 2. Умение по собственной инициативе ставить цели и находить пути их решения характеризует человека как: а) решительного;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		б) целеустремленного; в) настойчивого; г) самостоятельного. Тематика сообщений и докладов 1. Матрица Эйзенхауэра (принцип Эйзенхауэра или Метод Эйзенхауэра) 2. Принцип Парето (закон Парето или принцип 20/80) 3. Хронометраж 4. Список задач или to do list. 5. Постановка целей по схеме SMART. Практическое задание Подберите блок диагностических методик, способных отследить личностно-профессиональное саморазвитие работника направления, по которому Вы обучаетесь. Обоснуйте.
УК-6.2	Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста	Перечень теоретических вопросов к зачету: Тест: Выберите правильный ответ 1. Подлинная (достигнутая) идентичность является показателем психической ... человека, его способности самостоятельно решать проблемы, которые ставит перед ним жизнь, и самому нести ответственность за принятые решения. а) зрелости; б) инфантильности; в) кризисности; г) молодости. 2. Человека как индивида характеризует: а) индивидуальный стиль деятельности; б) мотивационная направленность; в) моральные качества; г) средний рост. Тематика сообщений и докладов 1. Понятие профессионально-личностное саморазвитие в трудах отечественных и зарубежных исследователей. 2. Особенности профессионального самосознания у представителей разных профессий. 3. Стадии профессионального развития. 4. Самоактуализация как высший уровень саморазвития личности.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		5. Стадии профессионального развития Д. Сьюпера. 6. Адаптационная модель саморазвития. 7. Причины профессиональной деформации. 8. Профилактика профессиональной деформации. 9. Кризис профессионального саморазвития: причины, пути развития. 10. Креативная личность: понятие, признаки, приемы развития профессиональной креативности. 11. Стресс: его причины и профилактика. Практическое задание Какие решения можете принять Вы, как директор предприятия того направления, по которому Вы обучаетесь, по мотивации личностно-ориентированного саморазвития работников. Обоснуйте.
УК-6.3	Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста	Перечень теоретических вопросов к зачету Тест: Выберите правильный ответ 1. Оценка личностью себя, своих возможностей, личностных качеств и места в системе межличностных отношений называется: а) самопрезентацией; б) сомовосприятием; в) самоощущением; г) самооценкой. 2. К качествам, определяющим ... , относятся гибкость, профессиональная мобильность, умение «презентовать себя»; владение методами решения большого класса профессиональных задач, способность справляться с различными профессиональными проблемами, уверенность в себе, ответственность, ориентация на успех, готовность постоянно обогащать свой опыт. а) опыт специалиста; б) профессиональную деформацию специалиста в) конкурентоспособность специалиста; г) другое. Тематика задания На основании составленного психологического автопортрета составьте траекторию собственного профессионального роста в соответствии с требованиями рынка труда. Практическое задание Продиагностируйте себя минимум по семи диагностическим методикам и составьте психологический автопортрет по следующему плану: 1. Название теста.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		2. Результат теста. 3. Распишите как этот результат проявляется именно у вас; 4. Пропишите рекомендации себе для личностно-ориентированного саморазвития.
УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности		
Физическая культура и спорт		
УК-7.1	Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности	Теоретические вопросы к зачету 1. Назвать причины возникновения физической культуры и спорта. 2. Перечислить средства физической культуры. 3. Дать характеристику уровням сформированности физической культуры личности. 4. Связь физического воспитания с другими видами воспитания. 5. Назвать методические принципы физического воспитания. 6. Перечислить методы физического воспитания. 7. Особенности организации самостоятельных занятий по физической культуре. 8. Название и задачи профессионально-прикладной физической подготовки. 9. Цель и задачи производственной физической культуры. 10. Формы производственной физической культуры. 11. Основные требования к составлению комплексов производственной физической культуры с учетом профессии. 12. Физические качества и их роль в профессиональной подготовке студентов. 13. Определение силы и способы ее воспитания. 14. Определение гибкости и способы ее воспитания. 15. Определение выносливости и способы ее воспитания. 16. Определение координационных способностей и способы их воспитания. 17. Определение быстроты и способы ее воспитания. 18. Определение спорта и его роль в профессиональной подготовке студентов. 19. Комплекс ГТО и его роль в физическом воспитании человека. 20. Дать характеристику современным оздоровительным технологиям
УК-7.2	Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности	Практические задания: 1. Определить с помощью критериев свой уровень сформированности физической культуры личности; <i>Критериями, по которым можно судить о сформированности физической культуры личности, выступают объективные и субъективные показатели.</i> <i>Опираясь на них, можно выявить существенные свойства и меру проявления физической культуры в</i>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		деятельности. К ним относятся: 1.степень сформированности потребности в физической культуре и способы ее удовлетворения; 2.интенсивность участия в физкультурно-спортивной деятельности (затрачиваемое время, регулярность); 3.характер сложности и творческий уровень этой деятельности; 4.выраженность эмоционально-волевых и нравственных проявлений личности в физкультурно-спортивной деятельности (самостоятельность, настойчивость, целеустремленность, самообладание, коллективизм, патриотизм, трудолюбие, ответственность, дисциплинированность); 5.степень удовлетворенности и отношение к выполняемой деятельности; 6.проявление самодеятельности, самоорганизации, самообразования, самовоспитания и самосовершенствования в физической культуре; 7.уровень физического совершенства и отношение к нему; 8.владение средствами, методами, умениями и навыками, необходимыми для физического совершенствования; 9.системность, глубина и гибкость усвоения научно-практических знаний по физической культуре для творческого использования в практике физкультурно-спортивной деятельности; 10.широта диапазона и регулярность использования знаний, умений, навыков и опыта физкультурно-спортивной деятельности в организации здорового стиля жизни, в учебной и профессиональной деятельности. 2. Составить комплекс производственной гимнастики с учетом профессиональной деятельности и характера труда, включив упражнения для профилактики профессиональных заболеваний. При составлении необходимо придерживаться методики. Методика производственной гимнастики включает два компонента: методику составления комплексов производственной гимнастики и методику их проведения в режиме рабочего дня. Методики составления и проведения комплексов в различных видах производственной гимнастики имеют существенные отличия. Если место вводной гимнастики определено четко — до начала работы, то время проведения других видов производственной гимнастики во многом зависит от динамики работоспособности человека в течение трудового дня. Типовая схема вводной гимнастики разработана ведущим специалистом производственной гимнастики Нифонтовой включает: 1. упражнения организующего характера; 2. упражнения для мышц туловища, рук и ног; 3. упражнения общего воздействия; 4. упражнения для мышц туловища, рук, ног с маховыми элементами;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		5—8. специальные упражнения. Для людей, занятых тяжелым физическим трудом, в комплекс вводной гимнастики рекомендуется включать простые по координации движения динамического характера. Они позволяют последовательно вовлекать в активную деятельность различные группы мышц. Общая нагрузка при выполнении упражнений постепенно увеличивается к последней четверти комплекса. Лицам, занятым трудом средней тяжести, подойдут динамические с широкой амплитудой упражнения для группы мышц, которые во время работы не задействованы. Максимум нагрузки должен приходиться на середину комплекса. Для тех, чей труд связан с длительным напряжением внимания, зрения, но не отличается большими физическими усилиями, вводная гимнастика насыщается комбинированными динамическими упражнениями, в которых заняты различные группы мышц. Максимальная физическая нагрузка приходится на первую треть комплекса. Если предстоит интенсивная умственная работа, то чтобы сократить период вработывания, рекомендуется произвольное напряжение мышц конечностей умеренной или средней интенсивности в течение 5—10 с. Если нужно быстро настроиться и включиться в работу, дополнительное напряжение скелетных мышц в специальных упражнениях должно быть выше. Условия труда, рабочая поза могут неблагоприятно влиять на организм. В этих случаях рекомендуется включать упражнения, имеющие профилактическую направленность. К примеру, работа, выполняемая с постоянным наклоном туловища вперед, может привести к повышенному искривлению позвоночника в грудной части, поэтому комплекс упражнений должен быть направлен на то, чтобы улучшать осанку и препятствовать появлению «круглой» спины. Для вводной гимнастики часто используют упражнения с возрастающим темпом движений — от медленного до умеренного, от умеренного до повышенного. При этом рекомендуется развивать темп, превышающий средний темп работы. Но чтобы выполнение комплекса вводной гимнастики не вызвало чувства усталости, необходимо соблюдать определенные правила: 2. во время упражнений занимающиеся испытывают чувство посильной и приятной мышечной работы; 3. важно создавать легкое тонизирующее состояние основных работающих мышечных групп; 4. вводную гимнастику следует заканчивать двумя упражнениями, одно из которых снимет излишнее возбуждение, а другое — поможет настроиться на предстоящую работу. 5. после выполнения всего комплекса у занимающихся не должно появляться желание отдохнуть. 3. Подобрать упражнения, направленные на развитие физических качеств, необходимых в профессиональной деятельности.
УК-7.3	Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жиз-	Комплексные задания:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	ненных ситуациях и в профессиональной деятельности	1. Составить и выполнить комплекс производственной гимнастики с учетом профессиональной деятельности и характера труда, включив упражнения для профилактики профессиональных заболеваний; <i>Производственная гимнастика</i> — это комплексы специальных упражнений, применяемых в режиме рабочего дня, чтобы повысить общую и профессиональную работоспособность, а также с целью профилактики и восстановления. Видами (формами) производственной гимнастики являются: вводная гимнастика, физкультурная пауза, физкультурная минутка, микропауза активного отдыха. При построении комплексов упражнения необходимо учитывать: 1. рабочую позу (стоя или сидя), положение туловища (согнутое или прямое, свободное или напряженное); 2. рабочие движения (быстрые или медленные, амплитуда движения, их симметричность или асимметричность, однообразие или разнообразие, степень напряженности движений); 3. характер трудовой деятельности (нагрузка на органы чувств, психическая и нервно-мышечная нагрузка, сложность и интенсивность мыслительных процессов, эмоциональная нагрузка, необходимая точность и повторяемость движений, монотонность труда); 4. степень и характер усталости по субъективным показателям (рассеянное внимание, головная боль, ощущение болей в мышцах, раздражительность); 5. возможные отклонения в здоровье, требующие индивидуального подхода при составлении комплексов производственной гимнастики; 6. санитарно-гигиеническое состояние места занятий (обычно комплексы проводятся на рабочих местах). <i>Пример составления комплекса гимнастики для лиц, занятых малоподвижным трудом:</i> 1. Упр. 1. Исходное положение - основная стойка. Ходьба на месте 25—30 с. 2. Упр. 2. И. п. - о. с. 1 - дугой внутрь, правую руку вверх (+). 2 - то же левой, встать на носки, потянуться вверх руками (+). 3-4 — и. п. (-). Повторить 2—3 раза. 3. Упр. 3. И. п. - руки на поясе, 1 - прыжок, ноги скрестно. 2 - прыжок, ноги врозь. Скрестное положение ног менять поочередно. 15—20 с. Ходьба на месте 15—20 с 4. Упр. 4. И. п. - о. с. 1 - встречный мах руками: левая вверх, правая назад, 2 - изменить положение рук. Окончание движения рук закончить небольшим рывком. Повторить 6-8 раз. Упр. 5. И. п. - стойка ноги врозь, кисти сплетены. 1-4 - руки вверх, круг туловищем вправо. То же в другую сторону. Повторить 6-8 раз в каждую сторону. 5. Упр. 6. И. п. 1 - с небольшим поворотом туловища направо, мах левой согнутой ногой назад, правой рукой коснуться голеностопного сустава, левой рукой произвольное движение, способствующее

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства																			
		удержанию равновесия. -2 - то же в другую сторону. Повторить 8-10 раз. 6.Упр. 7. И. п. - о. с. 8-10 небольших махов вперед и назад расслабленной ногой с «мазком» лоском по полу. В конце каждого маха приподняться на носке. Руки произвольно в стороны для удержания равновесия. То же, стоя на другой ноге. По окончании упражнения выполнить 2-3 парных дыхания. 7.Упр. 8. И. п. - о. с. 1 - руки в стороны, правую ногу вперед на носок. 2 — слегка приседая на левой ноге, правую с несильным пристукиванием на пятку. Руки повернуть ладонями кверху. 3 - с пристукиванием ступней правую ногу поставить рядом с левой и приподнять левую, руки на пояс. «И» - пристукнуть левой ступней, приподнять правую ступню. 4 — пристукнуть правой ступней. 2.Выполнить упражнения, направленные на развитие профессионально важного физического качества, комплекса контрольных упражнений; 3. Выполнить комплекс утренней гигиенической гимнастики. Заполнить таблицу самоконтроля: измерить ЧСС до и после выполнения комплекса и оценить самочувствие Таблица самоконтроля <table><tr><th rowspan="2">Наименование показателя</th><th colspan="3">Дата</th></tr><tr><th></th><th></th><th></th></tr><tr><td>ЧСС (до выполнения)</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>ЧСС (после)</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Самочувствие</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	Наименование показателя	Дата						ЧСС (до выполнения)				ЧСС (после)				Самочувствие			
Наименование показателя	Дата																				
ЧСС (до выполнения)																					
ЧСС (после)																					
Самочувствие																					
Элективные курсы по физической культуре и спорту																					
УК-7.1	Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности	Примерные тестовые вопросы: 1. Показателем хорошего самочувствия является? а. указание учителя б. желание заниматься спортом в. анкетирование г. учебная успеваемость 2. С возрастом максимальные показатели частоты сердечных сокращений: а. растут б. не меняются в. снижаются г. изменяются по временам года 3. Кто в футбольной команде может играть руками?																			

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		а. бек б. форвард в. хавбек 4. Лыжные гонки – это: а. бег на лыжах по дистанции б. спуск с горы на лыжах в. бег на лыжах со стрельбой г. катание на лыжах за буксиром 5. Как определять пульс? а. пальцами на артерии у лучезапястного сустава б. глядя на себя в зеркало в. положив руку на солнечное сплетение г. сжав пальцы в замок 6. Оздоровительная тренировка позволяет добиться: а. Максимального расслабления б. Улучшение физических качеств в. Рекордных на мировом уровне спортивных результатов г. Сокращения рабочего дня 7. С какого расстояния пробивается пенальти в футболе? а. От 3-х до 5-ти метров б. 7 метров в. 11 метров г. от 15-ти до 20-ти метров 8. В какие спортивные игры играют с мячом? а. бильярд б. большой теннис в. бадминтон г. керлинг 9. Гиревой спорт – это вид спорта, направленный на развитие следующих качеств: а. скоростные качества б. силовые способности в. координационные способности

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		г. гибкость 10. Какие действия игрока разрешены правилами баскетбола? Какие действия игрока разрешены правилами баскетбола? а. бег с мячом в руках б. передачи и броски мяча в. столкновения, удары, захваты, толчки, подножки разговоры с судьей во время игры 11. Каковы отличительные черты соревновательной деятельности? а. наличие телевизионной трансляции б. выявление сильнейшего предварительное информирование о соревнованиях в газетах красивая форма на спортсменах
УК-7.2	Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности	Примерный перечень практических заданий: 1. Составьте комплекс упражнений для верхнего плечевого пояса. 2. Составьте комплекс упражнений для мышц туловища. 3. Измерьте ЧСС в начале и после тренировочного занятия, проанализируйте полученные данные. 4. Составьте комплекс упражнений для специальной медицинской группы. 5. Составьте и обоснуйте индивидуальный комплекс физических упражнений и доступных средств физической культуры (с указанием примерной дозировки).
УК-7.3	Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности	Задания из профессиональной области: Нормативы VI ступени ВФСК ГТО для мужчин

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства																																																																																																																																
		МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс «Готов к труду и обороне» ДИРЕКЦИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ Нормативы испытаний (тестов) Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО) VI СТУПЕНЬ (возрастная группа от 18 до 29 лет)* МУЖЧИНЫ <table><tr><th rowspan="3">№ п/п</th><th rowspan="3">Испытания (тесты)</th><th colspan="6">Нормативы</th></tr><tr><th colspan="3">от 18 до 24 лет</th><th colspan="3">от 25 до 29 лет</th></tr><tr><th></th><th></th><th></th><th></th><th></th><th></th></tr><tr><td colspan="8">Обязательные испытания (тесты)</td></tr><tr><td></td><td>Бег на 30 м (с)</td><td>4,8</td><td>4,6</td><td>4,3</td><td>5,4</td><td>5,0</td><td>4,6</td></tr><tr><td rowspan="2">1.</td><td>или бег на 60 м (с)</td><td>9,0</td><td>8,6</td><td>7,9</td><td>9,5</td><td>9,1</td><td>8,2</td></tr><tr><td>или бег на 100 м (с)</td><td>14,4</td><td>14,1</td><td>13,1</td><td>15,1</td><td>14,8</td><td>13,8</td></tr><tr><td>2.</td><td>Бег на 3000 м (мин, с)</td><td>14.30</td><td>13.40</td><td>12.00</td><td>15.00</td><td>14.40</td><td>12.50</td></tr><tr><td rowspan="3">3.</td><td>Подтягивание из виса на высокой перекладине (количество раз)</td><td>10</td><td>12</td><td>15</td><td>7</td><td>9</td><td>13</td></tr><tr><td>или сгибание и разгибание рук в упоре лежа на полу (количество раз)</td><td>28</td><td>32</td><td>44</td><td>22</td><td>25</td><td>39</td></tr><tr><td>или рывок гири 16 кг (количество раз)</td><td>21</td><td>25</td><td>43</td><td>19</td><td>23</td><td>40</td></tr><tr><td>4.</td><td>Наклон вперед из положения стоя на гимнастической скамье (от уровня скамьи – см)</td><td>+6</td><td>+8</td><td>+13</td><td>+5</td><td>+7</td><td>+12</td></tr><tr><td colspan="8">Испытания (тесты) по выбору</td></tr><tr><td>5.</td><td>Челночный бег 3х10 м (с)</td><td>8,0</td><td>7,7</td><td>7,1</td><td>8,2</td><td>7,9</td><td>7,4</td></tr><tr><td rowspan="2">6.</td><td>Прыжок в длину с разбега (см)</td><td>370</td><td>380</td><td>430</td><td>–</td><td>–</td><td>–</td></tr><tr><td>или прыжок в длину с места толчком двумя ногами (см)</td><td>210</td><td>225</td><td>240</td><td>205</td><td>220</td><td>235</td></tr><tr><td>7.</td><td>Метание спортивного снаряда весом 700 г (м)</td><td>33</td><td>35</td><td>37</td><td>33</td><td>35</td><td>37</td></tr></table> Нормативы VI ступени ВФСК ГТО для женщин	№ п/п	Испытания (тесты)	Нормативы						от 18 до 24 лет			от 25 до 29 лет									Обязательные испытания (тесты)									Бег на 30 м (с)	4,8	4,6	4,3	5,4	5,0	4,6	1.	или бег на 60 м (с)	9,0	8,6	7,9	9,5	9,1	8,2	или бег на 100 м (с)	14,4	14,1	13,1	15,1	14,8	13,8	2.	Бег на 3000 м (мин, с)	14.30	13.40	12.00	15.00	14.40	12.50	3.	Подтягивание из виса на высокой перекладине (количество раз)	10	12	15	7	9	13	или сгибание и разгибание рук в упоре лежа на полу (количество раз)	28	32	44	22	25	39	или рывок гири 16 кг (количество раз)	21	25	43	19	23	40	4.	Наклон вперед из положения стоя на гимнастической скамье (от уровня скамьи – см)	+6	+8	+13	+5	+7	+12	Испытания (тесты) по выбору								5.	Челночный бег 3х10 м (с)	8,0	7,7	7,1	8,2	7,9	7,4	6.	Прыжок в длину с разбега (см)	370	380	430	–	–	–	или прыжок в длину с места толчком двумя ногами (см)	210	225	240	205	220	235	7.	Метание спортивного снаряда весом 700 г (м)	33	35	37	33	35	37
№ п/п	Испытания (тесты)	Нормативы																																																																																																																																
		от 18 до 24 лет			от 25 до 29 лет																																																																																																																													
																																																																																																																																		
Обязательные испытания (тесты)																																																																																																																																		
	Бег на 30 м (с)	4,8	4,6	4,3	5,4	5,0	4,6																																																																																																																											
1.	или бег на 60 м (с)	9,0	8,6	7,9	9,5	9,1	8,2																																																																																																																											
	или бег на 100 м (с)	14,4	14,1	13,1	15,1	14,8	13,8																																																																																																																											
2.	Бег на 3000 м (мин, с)	14.30	13.40	12.00	15.00	14.40	12.50																																																																																																																											
3.	Подтягивание из виса на высокой перекладине (количество раз)	10	12	15	7	9	13																																																																																																																											
	или сгибание и разгибание рук в упоре лежа на полу (количество раз)	28	32	44	22	25	39																																																																																																																											
	или рывок гири 16 кг (количество раз)	21	25	43	19	23	40																																																																																																																											
4.	Наклон вперед из положения стоя на гимнастической скамье (от уровня скамьи – см)	+6	+8	+13	+5	+7	+12																																																																																																																											
Испытания (тесты) по выбору																																																																																																																																		
5.	Челночный бег 3х10 м (с)	8,0	7,7	7,1	8,2	7,9	7,4																																																																																																																											
6.	Прыжок в длину с разбега (см)	370	380	430	–	–	–																																																																																																																											
	или прыжок в длину с места толчком двумя ногами (см)	210	225	240	205	220	235																																																																																																																											
7.	Метание спортивного снаряда весом 700 г (м)	33	35	37	33	35	37																																																																																																																											

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства																																																																																																																																																																
		МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс «Готов к труду и обороне» ДИРЕКЦИЯ спортивных и специальных ПРОЕКТОВ Нормативы испытаний (тестов) Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО) VI. СТУПЕНЬ (возрастная группа от 18 до 29 лет)* ЖЕНЩИНЫ <table><tr><th rowspan="3">№ п/п</th><th rowspan="3">Испытания (тесты)</th><th colspan="6">Нормативы</th></tr><tr><th colspan="3">от 18 до 24 лет</th><th colspan="3">от 25 до 29 лет</th></tr><tr><th></th><th></th><th></th><th></th><th></th><th></th></tr><tr><td colspan="8">Обязательные испытания (тесты)</td></tr><tr><td></td><td>Бег на 30 м (с)</td><td>5,9</td><td>5,7</td><td>5,1</td><td>6,4</td><td>6,1</td><td>5,4</td></tr><tr><td rowspan="2">1.</td><td>или бег на 60 м (с)</td><td>10,9</td><td>10,5</td><td>9,6</td><td>11,2</td><td>10,7</td><td>9,9</td></tr><tr><td>или бег на 100 м (с)</td><td>17,8</td><td>17,4</td><td>16,4</td><td>18,8</td><td>18,2</td><td>17,0</td></tr><tr><td>2.</td><td>Бег на 2000 м (мин,с)</td><td>13.10</td><td>12.30</td><td>10.50</td><td>14.00</td><td>13.10</td><td>11.35</td></tr><tr><td rowspan="2">3.</td><td>Подтягивание из виса лёжа на низкой перекладине 90 см (количество раз)</td><td>10</td><td>12</td><td>18</td><td>9</td><td>11</td><td>17</td></tr><tr><td>или сгибание и разгибание рук в упоре лёжа на полу (количество раз)</td><td>10</td><td>12</td><td>17</td><td>9</td><td>11</td><td>16</td></tr><tr><td>4.</td><td>Наклон вперёд из положения стоя на гимнастической скамье (от уровня скамьи – см)</td><td>+8</td><td>+11</td><td>+16</td><td>+7</td><td>+9</td><td>+14</td></tr><tr><td colspan="8">Испытания (тесты) по выбору</td></tr><tr><td>5.</td><td>Челночный бег 3x10 м (с)</td><td>9,0</td><td>8,8</td><td>8,2</td><td>9,3</td><td>9,0</td><td>8,7</td></tr><tr><td rowspan="2">6.</td><td>Прыжок в длину с разбега (см)</td><td>270</td><td>290</td><td>320</td><td>–</td><td>–</td><td>–</td></tr><tr><td>или прыжок в длину с места толчком двумя ногами (см)</td><td>170</td><td>180</td><td>195</td><td>165</td><td>175</td><td>190</td></tr><tr><td>7.</td><td>Поднимание туловища из положения лёжа на спине (количество раз за 1 мин)</td><td>32</td><td>35</td><td>43</td><td>24</td><td>29</td><td>37</td></tr></table> Тесты промежуточного контроля физической подготовленности студентов 1-4 курсов специального медицинского отделения (юноши) <table><tr><th rowspan="2">№п/п</th><th rowspan="2">Контрольные упражнения</th><th colspan="5">Оценка</th></tr><tr><th>5</th><th>4</th><th>3</th><th>2</th><th>1</th></tr><tr><td>1.</td><td>Бег 30 м (сек)</td><td>5,5</td><td>5,9</td><td>6,3</td><td>6,7</td><td>7,1</td></tr><tr><td>2.</td><td>12-минутный бег (м)</td><td>2100</td><td>1950</td><td>1800</td><td>1500</td><td>1200</td></tr><tr><td rowspan="2">3.</td><td>Прыжки в длину с места (см) или приседание на 2-х ногах для студентов с опущением внутренних органов (кол-во раз)</td><td>230</td><td>220</td><td>210</td><td>200</td><td>190</td></tr><tr><td></td><td>70</td><td>60</td><td>50</td><td>40</td><td>30</td></tr></table>	№ п/п	Испытания (тесты)	Нормативы						от 18 до 24 лет			от 25 до 29 лет									Обязательные испытания (тесты)									Бег на 30 м (с)	5,9	5,7	5,1	6,4	6,1	5,4	1.	или бег на 60 м (с)	10,9	10,5	9,6	11,2	10,7	9,9	или бег на 100 м (с)	17,8	17,4	16,4	18,8	18,2	17,0	2.	Бег на 2000 м (мин,с)	13.10	12.30	10.50	14.00	13.10	11.35	3.	Подтягивание из виса лёжа на низкой перекладине 90 см (количество раз)	10	12	18	9	11	17	или сгибание и разгибание рук в упоре лёжа на полу (количество раз)	10	12	17	9	11	16	4.	Наклон вперёд из положения стоя на гимнастической скамье (от уровня скамьи – см)	+8	+11	+16	+7	+9	+14	Испытания (тесты) по выбору								5.	Челночный бег 3x10 м (с)	9,0	8,8	8,2	9,3	9,0	8,7	6.	Прыжок в длину с разбега (см)	270	290	320	–	–	–	или прыжок в длину с места толчком двумя ногами (см)	170	180	195	165	175	190	7.	Поднимание туловища из положения лёжа на спине (количество раз за 1 мин)	32	35	43	24	29	37	№п/п	Контрольные упражнения	Оценка					5	4	3	2	1	1.	Бег 30 м (сек)	5,5	5,9	6,3	6,7	7,1	2.	12-минутный бег (м)	2100	1950	1800	1500	1200	3.	Прыжки в длину с места (см) или приседание на 2-х ногах для студентов с опущением внутренних органов (кол-во раз)	230	220	210	200	190		70	60	50	40	30
№ п/п	Испытания (тесты)	Нормативы																																																																																																																																																																
		от 18 до 24 лет			от 25 до 29 лет																																																																																																																																																													
																																																																																																																																																																		
Обязательные испытания (тесты)																																																																																																																																																																		
	Бег на 30 м (с)	5,9	5,7	5,1	6,4	6,1	5,4																																																																																																																																																											
1.	или бег на 60 м (с)	10,9	10,5	9,6	11,2	10,7	9,9																																																																																																																																																											
	или бег на 100 м (с)	17,8	17,4	16,4	18,8	18,2	17,0																																																																																																																																																											
2.	Бег на 2000 м (мин,с)	13.10	12.30	10.50	14.00	13.10	11.35																																																																																																																																																											
3.	Подтягивание из виса лёжа на низкой перекладине 90 см (количество раз)	10	12	18	9	11	17																																																																																																																																																											
	или сгибание и разгибание рук в упоре лёжа на полу (количество раз)	10	12	17	9	11	16																																																																																																																																																											
4.	Наклон вперёд из положения стоя на гимнастической скамье (от уровня скамьи – см)	+8	+11	+16	+7	+9	+14																																																																																																																																																											
Испытания (тесты) по выбору																																																																																																																																																																		
5.	Челночный бег 3x10 м (с)	9,0	8,8	8,2	9,3	9,0	8,7																																																																																																																																																											
6.	Прыжок в длину с разбега (см)	270	290	320	–	–	–																																																																																																																																																											
	или прыжок в длину с места толчком двумя ногами (см)	170	180	195	165	175	190																																																																																																																																																											
7.	Поднимание туловища из положения лёжа на спине (количество раз за 1 мин)	32	35	43	24	29	37																																																																																																																																																											
№п/п	Контрольные упражнения	Оценка																																																																																																																																																																
		5	4	3	2	1																																																																																																																																																												
1.	Бег 30 м (сек)	5,5	5,9	6,3	6,7	7,1																																																																																																																																																												
2.	12-минутный бег (м)	2100	1950	1800	1500	1200																																																																																																																																																												
3.	Прыжки в длину с места (см) или приседание на 2-х ногах для студентов с опущением внутренних органов (кол-во раз)	230	220	210	200	190																																																																																																																																																												
		70	60	50	40	30																																																																																																																																																												

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства						
		4.	Подтягивание в висе (кол-во раз)	8	6	4	2	1
		5.	Поднимание туловища из положения лежа на спине, ноги согнуты в коленях, руки за головой(кол-во раз)	40	30	20	10	5
		6.	Наклон вперед, стоя на гимнастической скамейке, ноги прямые на ширине ступни. Пальцы рук ниже или выше уровня скамейки (см)	5	0	+5	+10	+15
	Примечание: для студентов с черепно-мозговой травмой или миопией свыше – 8D упр. 5 исключается, прыжок в длину с места заменяется приседанием. Для студентов с пороком сердца упр. 1 исключается, а упр. 2 выполняется в объеме 70% от принятых норм. Тесты промежуточного контроля физической подготовленности студентов 1-4 курсов специального медицинского отделения (девушки)							
	№п/п	Контрольные упражнения	Оценка					
			5	4	3	2	1	
	1.	Бег 30 м (сек)	6,4	7,0	7,4	7,8	8,3	
	2.	12-минутный бег (м)	1200	1050	900	600	300	
	3.	Прыжки в длину с места (см) или	160	150	140	130	120	

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства						
			приседание на 2-х ногах для студентов с опущением внутренних органов (кол-во раз)	50	40	30	20	10
		4.	Сгибание и разгибание рук в положении лежа на животе (кол-во раз)	50	40	30	20	10
		5.	Поднимание туловища из положения лежа на спине, ноги согнуты в коленях, руки за головой (кол-во раз)	30	20	15	10	5
		6.	Наклон вперед, стоя на гимнастической скамейке, ноги прямые на ширине ступни. Пальцы рук ниже или выше уровня скамейки (см)	10	5	0	+5	+10
		Примечание: для студентов с черепно-мозговой травмой или миопией свыше – 8D упр. 5 исключается, прыжок в длину с места заменяется приседанием. Для студентов с пороком сердца упр. 1 исключается, а упр. 2 выполняется в объеме 70% от принятых норм. Примерная тематика рефератов: 1. Диагноз и краткая характеристика заболевания студента. 2. Влияние заболевания на личную работоспособность и самочувствие. 3. Медицинские противопоказания при занятиях физическими упражнениями и применение других средств физической культуры при данном заболевании (диагнозе). 4. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке специалиста. 5. Физическая культура и спорт как социальные феномены общества. 6. Основы здорового образа жизни.						

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		7. Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания. 8. Основы оздоровительной физической культуры. 9. Общие положения, организация и судейство соревнований. 10. Допинг и антидопинговый контроль. 11. Массаж, как средство реабилитации. 12. Лечебная физическая культура: средства и методы. 13. Подвижная игра, как средство и метод физического развития. 14. Тестирование уровня физического развития студентов. 15. Современные проблемы физической культуры и спорта. 16. Комплекс ГТО: история и современность.
Адаптивные курсы по физической культуре и спорту		
УК-7.1	Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности	Примерные тестовые вопросы: 1. Показателем хорошего самочувствия является? д. указание учителя е. желание заниматься спортом ж. анкетирование з. учебная успеваемость 2. С возрастом максимальные показатели частоты сердечных сокращений: д. растут е. не меняются ж. снижаются з. изменяются по временам года 3. Кто в футбольной команде может играть руками? г. бек д. форвард е. голкипер ж. хавбек 4. Лыжные гонки – это: д. бег на лыжах по дистанции е. спуск с горы на лыжах ж. бег на лыжах со стрельбой з. катание на лыжах за буксиром

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		5. Как определять пульс? д. пальцами на артерии у лучезапястного сустава е. глядя на себя в зеркало ж. положив руку на солнечное сплетение з. сжав пальцы в замок 6. Оздоровительная тренировка позволяет добиться: д. Максимального расслабления е. Улучшение физических качеств ж. Рекордных на мировом уровне спортивных результатов з. Сокращения рабочего дня 7. С какого расстояния пробивается пенальти в футболе? д. От 3-х до 5-ти метров е. 7 метров ж. 11 метров з. от 15-ти до 20-ти метров 8. В какие спортивные игры играют с мячом? д. бильярд е. большой теннис ж. бадминтон з. керлинг 9. Гиревой спорт – это вид спорта, направленный на развитие следующих качеств: д. скоростные качества е. силовые способности ж. координационные способности з. гибкость 10. Какие действия игрока разрешены правилами баскетбола? г. бег с мячом в руках д. передачи и броски мяча е. столкновения, удары, захваты, толчки, подножки разговоры с судьей во время игры 11. Каковы отличительные черты соревновательной деятельности? в. наличие телевизионной трансляции г. выявление сильнейшего предварительное информирование о соревнованиях в газетах

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства																																																																				
		д. красивая форма на спортсменах																																																																				
УК-7.2	Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности	Примерный перечень практических заданий: 1. Составьте комплекс упражнений для плечевого пояса. 2. Составьте комплекс упражнений для мышц туловища. 3. Измерьте ЧСС в начале и после тренировочного занятия, проанализируйте полученные данные. 4. Составьте комплекс упражнений для специальной медицинской группы. 5. Составьте и обоснуйте индивидуальный комплекс физических упражнений и доступных средств физической культуры (с указанием примерной дозировки). 6. Выполнение нормативов общефизической подготовленности для соответствующей группы. 7.Заполнение дневника самоконтроля:																																																																				
УК-7.3	Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности	Задания для текущего и итогового контроля: Тесты текущего и итогового контроля физической подготовленности студентов 1-4 (юноши) для лиц с нарушениями слуха <table><tr><th rowspan="2">п/п</th><th rowspan="2">Контрольные упражнения</th><th rowspan="2">Месяц</th><th colspan="5">Оценка</th></tr><tr><th>5</th><th>4</th><th>3</th><th>2</th><th>1</th></tr><tr><td>1.</td><td>Ходьба (м)</td><td>дек, май</td><td>2100</td><td>1950</td><td>1800</td><td>1500</td><td>1200</td></tr><tr><td>2.</td><td>Приседание на 2-х ногах (кол-во раз)</td><td>окт, март</td><td>70</td><td>60</td><td>50</td><td>40</td><td>30</td></tr><tr><td>3.</td><td>Подтягивание на низкой перекладине (Юноши)</td><td>дек, май</td><td>8</td><td>6</td><td>4</td><td>2</td><td>1</td></tr><tr><td>4.</td><td>Наклон вперед, стоя на гимнастической скамейке, ноги прямые на ширине ступни. Пальцы рук ниже или выше уровня скамейки (см)</td><td>окт, март</td><td>5</td><td>0</td><td>+5</td><td>+10</td><td>+15</td></tr><tr><td>5.</td><td>Поднимание туловища из положения лежа на спине, ноги согнуты в коленях, руки за головой (кол-во раз)</td><td>Нояб, апр.</td><td>20</td><td>15</td><td>10</td><td>5</td><td>1</td></tr></table> Тесты текущего и итогового контроля физической подготовленности студентов 1-4 (Девушки) для лиц с нарушениями слуха <table><tr><th>п/п</th><th>Контрольные упражнения</th><th>Месяц</th><th colspan="5">Оценка</th></tr></table>								п/п	Контрольные упражнения	Месяц	Оценка					5	4	3	2	1	1.	Ходьба (м)	дек, май	2100	1950	1800	1500	1200	2.	Приседание на 2-х ногах (кол-во раз)	окт, март	70	60	50	40	30	3.	Подтягивание на низкой перекладине (Юноши)	дек, май	8	6	4	2	1	4.	Наклон вперед, стоя на гимнастической скамейке, ноги прямые на ширине ступни. Пальцы рук ниже или выше уровня скамейки (см)	окт, март	5	0	+5	+10	+15	5.	Поднимание туловища из положения лежа на спине, ноги согнуты в коленях, руки за головой (кол-во раз)	Нояб, апр.	20	15	10	5	1	п/п	Контрольные упражнения	Месяц	Оценка				
п/п	Контрольные упражнения	Месяц	Оценка																																																																			
			5	4	3	2	1																																																															
1.	Ходьба (м)	дек, май	2100	1950	1800	1500	1200																																																															
2.	Приседание на 2-х ногах (кол-во раз)	окт, март	70	60	50	40	30																																																															
3.	Подтягивание на низкой перекладине (Юноши)	дек, май	8	6	4	2	1																																																															
4.	Наклон вперед, стоя на гимнастической скамейке, ноги прямые на ширине ступни. Пальцы рук ниже или выше уровня скамейки (см)	окт, март	5	0	+5	+10	+15																																																															
5.	Поднимание туловища из положения лежа на спине, ноги согнуты в коленях, руки за головой (кол-во раз)	Нояб, апр.	20	15	10	5	1																																																															
п/п	Контрольные упражнения	Месяц	Оценка																																																																			

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства							
					5	4	3	2	1
		1.	Ходьба (м)	дек, май	2100	1950	1800	1500	1200
		2.	Приседание на 2-х ногах (кол-во раз)	окт, март	70	60	50	40	30
		3.	Подтягивание на низкой перекладине (Девушки)	дек, май	6	4	3	2	1
		4.	Наклон вперед, стоя на гимнастической скамейке, ноги прямые на ширине ступни. Пальцы рук ниже или выше уровня скамейки (см)	окт, март	10	5	0	+5	+10
		5.	Поднимание туловища из положения лежа на спине, ноги согнуты в коленях, руки за головой (кол-во раз)	нояб, апр.	15	10	5	3	1
		Тесты текущего и итогового контроля физической подготовленности студентов 1-4 (юноши) для лиц с нарушениями зрения							
		п/п	Контрольные упражнения	Месяц	Оценка				
					5	4	3	2	1
		1.	Ходьба (м)	дек, май	2100	1950	1800	1500	1200
		2.	Приседание на 2-х ногах (кол-во раз)	окт, март	70	60	50	40	30
		3.	Подтягивание на низкой перекладине (Юноши)	дек, май	8	6	4	2	1
		Тесты текущего и итогового контроля физической подготовленности студентов 1-4 (девушки) для лиц с нарушениями зрения							
		п/п	Контрольные упражнения	Месяц	Оценка				
					5	4	3	2	1
		1.	Ходьба (м)	дек, май	1200	1050	900	600	300
		2.	Приседание на 2-х ногах (кол-во раз)	окт, март					
					50	40	30	20	10
		3.	Подтягивание на низкой перекладине (Девушки)	дек, май	6	4	3	2	1

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства							
		Тесты текущего и итогового контроля физической подготовленности студентов 1-4 курсов для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (ДЦП) при повреждениях нижних конечностей							
		п/п	Контрольные упражнения	Месяц	Оценка				
					5	4	3	2	1
		1.	Подтягивание на низкой перекладине (Девушки)	дек, май	6	4	3	2	1
		2.	Подтягивание на низкой перекладине (Юноши)	дек, май	8	6	4	2	1
		Тесты текущего и итогового контроля физической подготовленности студентов 1-4 курсов для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (ДЦП) при повреждениях верхних конечностей							
		п/п	Контрольные упражнения	Месяц	Оценка				
					5	4	3	2	1
		1.	Приседание на 2-х ногах (кол-во раз) (Юноши)	окт, март	40	30	20	10	5
		2.	Приседание на 2-х ногах (кол-во раз) (Девушки)	окт, март	30	20	15	10	5
		Примерная тематика рефератов: 17. Диагноз и краткая характеристика заболевания студента. 18. Влияние заболевания на личную работоспособность и самочувствие. 19. Медицинские противопоказания при занятиях физическими упражнениями и применение других средств физической культуры при данном заболевании (диагнозе). 20. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке специалиста. 21. Физическая культура и спорт как социальные феномены общества. 22. Основы здорового образа жизни. 23. Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания. 24. Основы оздоровительной физической культуры. 25. Общие положения, организация и судейство соревнований. 26. Допинг и антидопинговый контроль. 27. Массаж, как средство реабилитации. 28. Лечебная физическая культура: средства и методы. 29. Подвижная игра, как средство и метод физического развития.							

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		30. Тестирование уровня физического развития студентов. 31. Современные проблемы физической культуры и спорта. 32. Комплекс ГТО: история и современность.
УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов		
Безопасность жизнедеятельности		
УК-8.1	Анализирует и идентифицирует факторы опасного и вредного влияния элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений)	Перечень теоретических вопросов к экзамену: 1. Название, цель, задачи изучения дисциплины. Теоретическая база БЖД. 2. Принципы обеспечения безопасности. Методы и средства обеспечения безопасности. 3. Характеристика нервной системы человека. Зрительный анализатор. Осязание, температурная чувствительность. Обоняние, восприятие вкуса, мышечное чувство. Болевая чувствительность, слуховой анализатор и вибрационная чувствительность. 4. Формы трудовой деятельности. 5. Микроклимат. Действие параметров микроклимата на человека. Нормирование параметров микроклимата. Нормирование теплового облучения. Способы нормализации микроклимата производственных помещений. Защита от теплового облучения. 6. Промышленная вибрация. Количественные характеристики вибрации. Действие вибрации на организм человека. Защита от вибрации 7. Производственное освещение. Характеристики освещения. Виды производственного освещения. Нормирование производственного освещения. Устройство и обслуживание систем искусственного освещения. 8. Риск как количественная оценка опасности. Основные положения теории риска. Концепция приемлемого риска. 9. Характеристика ионизирующих излучений. Биологическое действие ионизирующих излучений. Защита от ионизирующих излучений. 10. Электромагнитные поля промышленной частоты. Постоянные магнитные поля. Электромагнитные поля радиочастот. Защита от электромагнитных полей. 11. Воздействие негативных (вредных и опасных) факторов на организм человека. Классификация. Причины и следствия. 12. Перечислите характеристики опасностей природного происхождения 13. Перечислите характеристики опасностей техногенного происхождения 14. Перечислите характеристики опасностей социального происхождения

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Примерные практические задания: Задание № 1 Пусть, число работающих в химической промышленности составляет 300 тыс. чел. Ежегодно на предприятиях химической промышленности в результате несчастных случаев погибает в среднем 150 чел. Определите величину индивидуального риска. Превышает ли расчетное значение величину приемлемого риска для развитых стран. Задание № 2 Индивидуальный риск 3* относится к транспорту: а) автомобильному б) водному в) железнодорожному г) воздушному
УК-8.2	Выявляет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций	Перечень теоретических вопросов к экзамену: 1. Эргономические основы БЖД. Профессиональная пригодность человека. Причины ошибок и нарушений человека в процессе труда. 2. Производственная среда и условия труда. Тяжесть и напряженность труда 3. Молниезащита промышленных объектов. 4. Статическое электричество. Средства защиты от статического электричества. 5. Обучение работающих по безопасности труда. Надзор и контроль за соблюдением законодательства о труде. Ответственность за нарушения законодательства о труде. 6. Основные причины поражения человека электрическим током. Действие тока на человека. Факторы, определяющие действие электрического тока на организм человека. Защитное заземление. Зануление. Защитное отключение. Организационные мероприятия, обеспечивающие безопасную работу в электроустановках. 7. Порядок расследования и учета несчастных случаев на производстве. Анализ травматизма. Примерные практические задания: Задание № 1 Определите КЕО (%) если освещенность в данной точке помещения составляет 200лк, наружная освещенность - 10000лк. Задание № 2 На сколько классов подразделяются условия труда?

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		А.3 Б.4 В.2 Г.1 <i>Задание № 3</i> Итоговый класс (подкласс) условий труда на рабочем месте устанавливают А. по наиболее высокому классу (подклассу) вредности и (или) опасности одного из имеющихся на рабочем месте вредных и (или) опасных факторов Б. по самому низкому классу (подклассу) вредности и (или) опасности одного из имеющихся на рабочем месте вредных и (или) опасных факторов. В. по процентному соотношению Г. по обеспеченности СИЗ <i>Задание № 4</i> Определите суммарный уровень звукового давления в помещении, в котором установлены четыре работающих источника со следующими уровнями звукового давления: 1 источник – 67дБ 2 источник – 78дБ 3 источник – 65дБ 4 источник – 65дБ. <i>Задание № 5</i> Определите скорость движения воздуха на рабочем месте, используя термоанемометр (или чашечный анемометр), и установите соответствие фактического значения требуемым нормам. <i>Задание № 6</i> На предприятии произошел пожар, обнаружен пострадавший. Он предъявляет жалобы на наличие раны в области правой руки, на сильную боль в области раны. Общее состояние удовлетворительное, на передней части поверхности руки отмечается рана размером 4 х 3 см. Какие средства индивидуальной медицинской защиты необходимо применить при оказании медицинской помощи пострадавшему? <i>Задание № 7</i> В организме человека радиоактивный плутоний и лантан концентрируются в: а) в скелете б) в печени в) в мышцах г) в легких <i>Задание № 8</i>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства																					
		Соотнесите вид излучения с коэффициентом относительной биологической эффективности: 1. Рентгеновское и у-излучение 2. Нейтроны с энергией меньше 20кЭв 3. Протоны с энергией меньше 10 мэВ 4. Тяжелые ядра отдачи а) 1 б) 3 в) 10 г) 20 Комплексные задания: Задание № 1 В учреждении, где вы работаете, имеются легкие защитные костюмы Л-1, противогазы гражданские ГП-5 и пакеты индивидуальные перевязочные на каждого из сотрудников. По системе оповещения РСЧС получена информация о радиационном заражении территории и скорой эвакуации. Определите порядок ваших действий. Задание № 2 По каждому фактору установить класс условий труда на рабочем месте по представленным данным: <table><tr><td>Химическое вещество и его фактическая концентрация, мг/м³</td><td>Кислота серная 2,4</td></tr><tr><td>Энергозатраты, Вт</td><td>270</td></tr><tr><td>Температура воздуха, °С</td><td>18</td></tr><tr><td>Относительная влажность, %</td><td>40</td></tr><tr><td>Скорость движения воздуха, м/с</td><td>0,3</td></tr><tr><td>Шум (эквивалентный уровень звука), дБА</td><td>75</td></tr><tr><td>Вибрация локальная, эквивалентный скорректированный уровень виброускорения, дБ</td><td>-</td></tr><tr><td>Вибрация общая, эквивалентный скорректированный уровень виброускорения, дБ, ось Z</td><td>90</td></tr><tr><td>Освещенность, лк / разряд и подразряд зрительной работы (искусственное освещение)</td><td><u>100</u> V6</td></tr><tr><td>Электрические поля промышленной частоты 50 Гц Время, ч / Напряжен-</td><td>8/5</td></tr></table>		Химическое вещество и его фактическая концентрация, мг/м ³	Кислота серная 2,4	Энергозатраты, Вт	270	Температура воздуха, °С	18	Относительная влажность, %	40	Скорость движения воздуха, м/с	0,3	Шум (эквивалентный уровень звука), дБА	75	Вибрация локальная, эквивалентный скорректированный уровень виброускорения, дБ	-	Вибрация общая, эквивалентный скорректированный уровень виброускорения, дБ, ось Z	90	Освещенность, лк / разряд и подразряд зрительной работы (искусственное освещение)	<u>100</u> V6	Электрические поля промышленной частоты 50 Гц Время, ч / Напряжен-	8/5
Химическое вещество и его фактическая концентрация, мг/м ³	Кислота серная 2,4																						
Энергозатраты, Вт	270																						
Температура воздуха, °С	18																						
Относительная влажность, %	40																						
Скорость движения воздуха, м/с	0,3																						
Шум (эквивалентный уровень звука), дБА	75																						
Вибрация локальная, эквивалентный скорректированный уровень виброускорения, дБ	-																						
Вибрация общая, эквивалентный скорректированный уровень виброускорения, дБ, ось Z	90																						
Освещенность, лк / разряд и подразряд зрительной работы (искусственное освещение)	<u>100</u> V6																						
Электрические поля промышленной частоты 50 Гц Время, ч / Напряжен-	8/5																						

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства	
		ность, кВ/м	
		Масса поднимаемого и перемещаемого груза вручную, кг (Подъем и перемещение тяжести постоянно в течение рабочего дня (смены) (мужчина) (более 2 раз в час)	7
		Напряженность трудового процесса (Число производственных объектов одновременного наблюдения, ед)	6
		Установить общую оценку условий труда с учетом комплексного воздействия вредных и (или) опасных факторов, тяжести и напряженности труда.	
УК-8.3	Разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; оказывает первую помощь, описывает способы участия в восстановительных мероприятиях	Перечень теоретических вопросов к экзамену: 1. Чрезвычайная ситуация. Классификации ЧС. Ликвидация последствий ЧС. Управление ЧС. 2. Огнетушащие вещества. Установки пожаротушения. Организация пожарной охраны на предприятии. 3. Безопасность жизнедеятельности как наука. Понятия «опасность» и «безопасность», их роль и значение в жизнедеятельности человека и общества. 4. Критерии и классификация чрезвычайных ситуаций. 5. Классификация чрезвычайных ситуаций природного характера, причины и следствия 6. Литосферные чрезвычайные ситуации. Причины их возникновения, следствия, меры безопасности 7. Гидросферные чрезвычайные ситуации. Причины их возникновения, следствия, меры безопасности 8. Атмосферные чрезвычайные ситуации. Причины их возникновения, следствия, меры безопасности 9. Природные пожары. Опасности и порядок действий при угрозе, причины их возникновения, следствия, меры безопасности. 10. Биологические чрезвычайные ситуации. Понятие эпидемии и пандемий. 11. Военные чрезвычайные ситуации. 12. Классификация чрезвычайных ситуаций техногенного характера. Правила поведения при угрозе или их возникновении. 13. Аварии с выбросом (угрозой выброса) радиоактивных веществ. Правила поведения и действия населения при радиационных авариях и радиоактивном загрязнении местности. 14. Аварии с выбросом (угрозой выброса) химически опасных веществ и их характеристика. Поражающие факторы. Правила поведения и действия населения. 15. Транспорт и его опасности. Транспортные аварии и катастрофы. 16. Пожары и взрывы. Пожарная безопасность. 17. Чрезвычайные ситуации социального характера. 18. Чрезвычайные ситуации криминального характера и защита от них. Общественная опасность экстремизма и терроризма. Безопасность поведения в толпе и при массовой панике Психологические аспекты чрезвычайной си-	

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		туации. 19. Гражданская оборона, основные понятия, её задачи. Организация гражданской обороны в образовательных учреждениях. 20. Первая доврачебная помощь при поражениях в чрезвычайных ситуациях мирного времени. 21. Что такое чрезвычайная ситуация? 22. Классификация ЧС 23. Опасные факторы различных ЧС 24. Что такое первая доврачебная помощь? 25. Основные приемы первой доврачебной помощи при различных случаях 26. Какова государственная политика в области подготовки и защиты населения в условиях ЧС? Примерные практические задания: Задание № 1 Из предложенного перечня ответов выбрать правильные. Комплекс сердечно-легочной реанимации включает в себя: 1) измерение артериального давления; 2) наложение на раны стерильных повязок; 3) наложение шин на поврежденные конечности; 4) непрямой массаж сердца; 5) искусственную вентиляцию легких. Задание № 2 Напишите эссе на тему «Террористические акты - преступления против человечности». При написании используйте примеры террористических актов, которые произошли в России и за рубежом. Задание № 3 Устройство, предназначенное для перевозки людей и (или) грузов – это ... Задание № 4 Необходимые действия населения при экологической катастрофе ... а) отстаивание питьевой воды б) для снижения возможностей отравления следует дышать носом в) проверка газоснабжения, водопровода, канализации г) проветривать квартиру в городах следует только днём

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		д) нельзя применять продукты, имевшие контакт с водой е) осторожное обращение с растворителями, ядохимикатами, моющими и чистящими средствами Комплексные задания: Задание № 1 В 30 км от вашего постоянного места жительства произошла авария на химически опасном объекте. Возникла угроза заражения людей и местности АХОВ (хлором). Определите порядок действий. Задание № 2 По системе оповещения РСЧС был получен сигнал об опасности обширного подтопления территории в районе вашего проживания. Из сообщения понятно, что ваш дом попадет в зону подтопления. Определите порядок действий в сложившейся ситуации. Задание № 3 Авария на хладокомбинате города, в котором вы проживаете, привела к утечке аммиака. Управление по делам ГО ЧС города передало сообщение об эвакуации населения, проживающего вблизи хладокомбината. Определите порядок ваших действий и применение современных средств защиты. Задание № 4 В результате аварии на очистном сооружении в городской водопровод попало значительное количество хлора. Возникла угроза массового поражения населения. Определите порядок ваших действий и применение современных средств защиты. Задание № 5 Из-за взрыва бытового газа обрушилась часть соседнего жилого дома, погибли жильцы, многие были ранены, несколько человек оказались заблокированы в магазине подвального помещения. Ваш дом находится в зоне риска. Определите порядок ваших действий. Задание 6 Произошел крупный пожар, который был вызван неосторожным применением пиротехники. По заключению следствия жертвы пожара погибли преимущественно из-за отравления угарным газом и продуктами горения, ожогов и давки. К какому виду ответственности должно быть привлечено руководство за нарушение правил пожарной безопасности? Укажите последовательность осуществления пер-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		вой медицинской помощи при отравлении угарным газом. Как называется неконтролируемый процесс горения, причиняющий материальный ущерб, вред жизни и здоровью людей, интересам общества и государства? Задание 7 В результате схода лавины погибли четверо туристов. Двум участникам группы удалось спастись. Их попытки самостоятельно откопать пострадавших оказались безуспешными. По данным МЧС, ориентировочно в горном массиве сошло 2,1 тыс. м³ снега: ширина лавины составила 7 метров, глубина – 3 метра и длина – 100 метров. Как называется удушье, обусловленное кислородным голоданием и избытком углекислоты в крови и тканях? Укажите последовательность осуществления первой медицинской помощи при сильном обморожении конечностей. Если скорость лавины составляет 200 км/ч, а дальность ее выброса – 1 км, то время (в секундах), за которое лавина сойдет с горного массива, составит ...? Задание 8 В районе аэропорта потерпел катастрофу пассажирский самолет. 44 человека погибло, 1 – пострадал. Официальное расследование катастрофы провел Межгосударственный авиационный комитет (МАК). Непосредственной причиной катастрофы названа ошибка пилотирования. Как называется уменьшение давления в салоне самолета? Укажите последовательность действий человека в случае возникновения аварийной ситуации в самолете. Если в 2011 году в России в авиакатастрофах погибло 120 человек, что составляет 24 % от общего количества всех погибших, то во всем мире за этот год в результате авиакатастроф погибло человек.
УК-9 Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах		
Безопасность жизнедеятельности		
УК-9.1	Обладает знаниями о нозологиях, связанных с ограниченными возможностями здоровья	Перечень теоретических вопросов к экзамену: 1. Понятие «инвалидность» 2. Что такое «нозологическая группа инвалидов»? 3. Характеристики групп, выделяемых врачебно-трудовой экспертной комиссией у взрослых 4. Ограничения функциональности инвалидов по категориям, связанным с отклонениями деятельности той или иной системы 5. Особенности различных видов патологий (нарушение зрения, патологии слуха, нарушение интеллекта, изменения со стороны опорно-двигательного аппарата, нарушение речи)
УК-9.2	Учитывает специфику нозологий при взаимодействии с лицами с ОВЗ в соци-	Перечень теоретических вопросов к экзамену: 1. Нормативно-правовые основы системы обеспечения доступности для инвалидов объектов социаль-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	альной и профессиональной сферах	ной, инженерной, транспортной инфраструктур, объектов сферы обслуживания и других организаций - Структурно-функциональные зоны и элементы объекта, основные требования к обеспечению их доступности - Основные виды стойких нарушений функций, понятие о барьерах окружающей среды и способах их преодоления - Технические средства обеспечения доступности, порядок их эксплуатации, включая требования безопасности - Основные правила и способы информирования инвалидов, в том числе граждан, имеющих нарушения слуха, зрения, умственного развития - Порядок взаимодействия сотрудников организации социального обслуживания при предоставлении услуг инвалиду - Понятие «независимая жизнь» - Правила этикета при общении с людьми с ОВЗ
УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности		
Экономика		
УК-10.1	Понимает экономические законы, категории и принципы, возможности их использования в различных областях жизнедеятельности	Перечень теоретических вопросов к экзамену: - Предмет и метод экономики. Микро- и макроэкономика. Позитивная и нормативная экономика. Функции экономики. - Факторы производства. Кривая производственных возможностей. Альтернативные издержки. - Типы экономических систем. Национальные модели организации хозяйства. Формы собственности. - Рынок, его функции, условия возникновения. Классификация рынков. - Спрос, закон спроса. Неценовые факторы спроса. - Эластичность спроса: по цене, по доходу, перекрестная эластичность. - Предложение, закон предложения. Неценовые факторы предложения. Эластичность предложения. - Рыночное равновесие. Нарушение рыночного равновесия. Равновесная цена. - Полезность. Эффект убывания предельной полезности. - Бюджетная линия, кривая безразличия. Карта безразличия. Равновесие потребителя. - Понятие предприятия. Организационно-правовые формы предприятий. - Внешние и внутренние издержки производства. Экономическая и бухгалтерская прибыль. - Постоянные, переменные, общие, предельные издержки. Закон убывающей отдачи. Эффект мас-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		штаба производства. 14. Конкуренция и ее виды. Рынок совершенной конкуренции. 15. Конкуренция и ее виды. Монополия, ее характерные черты. Максимизация прибыли монополиста. Естественные монополии. Антимонopolная политика государства. 16. Конкуренция и ее виды. Монополистическая конкуренция, олигополия, их характерные черты. 17. Рынок земельных ресурсов. Спрос на землю и предложение земли. Предельный продукт земли. Равновесие на рынке земельных ресурсов. Земельная рента как равновесная цена. 18. Рынок труда. Спрос на труд и предложение труда. Предельный продукт труда. Равновесие на рынке труда. 19. Рынок капитала. Спрос на капитал и предложение капитала. Основной и оборотный капитал. Амортизация. 20. Макроэкономические показатели: ВВП, ВВП, ЧНП, НД, ЛД. Методы подсчета ВВП. Реальный и номинальный ВВП. Дефлятор 21. Совокупный спрос и факторы, влияющие на него. Совокупное предложение, его виды и факторы, оказывающие влияние. 22. Макроэкономические равновесие: классический подход 23. Макроэкономические равновесие: кейнсианский подход. 24. Экономические циклы: причины, фазы, регулирование. 25. Инфляция: сущность, причины возникновения, виды. 26. Социально-экономические последствия инфляции. Антиинфляционная политика государства. 27. Занятость населения. Безработица: причины, виды. 28. Последствия безработицы, регулирование. Закон Оукена. Кривая Филлипса. 29. Государственный бюджет: понятие, функции, структура, состояние. 30. Бюджетный дефицит. Способы финансирования бюджетного дефицита. Государственный долг. 31. Налоговая система, принципы налогообложения. Функции налогов. Кривая Лаффера. 32. Виды налогов. 33. Фискальная политика государства: дискреционная и недискреционная. Эффективность фискальной политики. 34. Возникновение, сущность и функции денег. Спрос и предложение денег. Денежные агрегаты. 35. Банковская система. Центральный банк и коммерческие банки. Операции банков. Денежный мультипликатор. 36. Кредитно-денежная политика государства: цели, инструменты. Денежная экспансия и кредитная

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		рестрикция. 37. Государственное регулирование экономики: необходимость, инструменты и методы. Практические задания 1. Марья Ивановна – домработница. Она тратит по 15 мин. на стирку рубашки и по 45 мин. – на мытье окна. Нарисуйте линию производственных возможностей Марьи Ивановны в рамках 9-ти часового рабочего дня. Как изменится график, если в результате совершенствования технологии на мытье окна Марья Ивановна станет тратить 20 мин.? 2. В экономике производится 200 тыс. т молока и 300 тыс. т пшеницы. Альтернативные издержки производства молока = 5. Найти максимально возможный выпуск пшеницы после увеличения выпуска молока на 10%. 3. Функция спроса на благо $Q_d = 15 - P$, функция предложения $Q_s = -9 + 3P$. Определите равновесие на рынке данного блага. Что произойдет с равновесием, если объем спроса уменьшится на 1 единицу при любом уровне цен? 4. Зависимость спроса и предложения выражена формулами $Q_d = 94 - 7P$, $Q_s = 15P - 38$. Найти равновесную цену и равновесный объем продаж. Чему равен дефицит или избыток товара при цене 4 рубля за единицу товара? 5. В результате роста цены с 4 до 7 долл., объем спроса на товар X упал с 1000 до 800 штук. Определите коэффициент эластичности спроса по цене. 6. Цена на товар А выросла со 100 до 200 ден. ед. Спрос на этот товар упал с 3000 до 1000 штук. Спрос на товар В вырос с 500 до 1000. Определите коэффициенты эластичности товара А и В. О каких коэффициентах идет речь? 7. Коэффициент перекрестной эластичности $E_{x/y} = (-2)$. Цена товара Y равна 100 у. е. Определите спрос на товар X, если цена товара Y увеличится на 10 %, а первоначальный спрос на товар X равен 80 т. 8. Владелец небольшого магазина ежегодно платит 3 тыс. у. е. аренды, 20 тыс. у. е. заработной платы, 100 тыс. у. е. за сырье, 10 тыс. у. е. за электроэнергию. Стоимость установленного оборудования составляет 200 тыс. у. е., срок его службы 10 лет. Если бы эти средства он положил в банк, то ежегодно получал бы 16 тыс. у. е. дохода. Определите бухгалтерские и экономические издержки. 9. Известно, что при $L = 30$ достигается максимум среднего продукта труда, и такое количество ресурса позволяет фирме произвести 120 единиц продукции. Каким будет предельный продукт труда, если занято 29 единиц труда? 10. Фирма платит 200 тыс. руб. в месяц за аренду оборудования и 100 тыс. руб. заработной платы.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства																										
		При этом она использует такое количество труда и капитала, что их предельные продукты соответственно равны 0,5 и 1. Использует ли фирма оптимальное сочетание факторов производства с точки зрения максимизации прибыли? 11. Функция общих издержек фирмы имеет вид $TC=30Q - Q^2$. Эта фирма реализует продукцию на рынке совершенной конкуренции по цене 90 руб. Подсчитайте, какую она получает прибыль? 12. Определите, какой объем лучше выпускать предприятию, продающему товар по цене, равной 15 у. е., и имеющему следующие затраты на производство и реализацию продукции (см. таблицу). Определите максимальную прибыль. <table><tr><td>Q</td><td>0</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td></tr><tr><td>ТС</td><td>50</td><td>65</td><td>75</td><td>84</td><td>92</td><td>102</td><td>114</td><td>129</td><td>148</td><td>172</td><td>202</td><td>252</td></tr></table> 13. Спрос на продукцию конкурентной отрасли $Q_d = 50 - P$, а предложение $Q_s = 2P - 1$. Если у одной фирмы отрасли восходящий участок кривой предельных издержек $MC = 3Q + 5$, то при каких цене и объеме производства фирма будет максимизировать прибыль? 14. Фирма по производству автомобилей приобрела прокат у сталелитейной фирмы на сумму 1500 тыс. долл., покрышки у шинного завода на сумму 600 тыс. долл., комплектующие у различных фирм на сумму 1200 тыс. долл., выплатила заработную плату своим рабочим в размере 1000 тыс. долл., потратила 300 тыс. долл., на замену изношенного оборудования и продала изготовленные 200 автомобилей по 30 тыс. долл. каждый, при этом прибыль фирмы составила 400 тыс. долл. Определить величину добавленной стоимости автомобильной фирмы. 15. Если в экономике страны располагаемый личный доход составляет 550 млрд. долл., чистые инвестиции – 70 млрд. долл., государственные закупки товаров и услуг – 93 млрд. долл., косвенные налоги – 22 млрд. долл., личные сбережения – 13 млрд. долл., амортизация – 48 млрд. долл., экспорт – 27 млрд. долл., импорт – 15 млрд. долл. Определить ВВП. 16. В результате роста совокупных расходов номинальный ВВП страны в 2009 г. стал равен 5250 млрд. долл., и темп изменения ВВП по сравнению с 2008 г. составил 5%. Известно, что в 2008 г. номинальный ВВП был равен 4600 млрд. долл., а дефлятор ВВП – 1,15. Определите фазу цикла и темп инфляции 2009 г. 17. Потенциальный ВВП составляет 500 млрд. долл., фактический ВВП – 455 млрд. долл., а фактический уровень безработицы – 10%. Когда фактический ВВП сократился на 20%, уровень безработицы вырос на 9,1%. Определите величину коэффициента Оукена и естественный уровень безработицы. 18. Функция сбережений имеет вид $S = -50 + 0.1Y$, автономные инвестиции $I = 25$. Каким будет рав-	Q	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	ТС	50	65	75	84	92	102	114	129	148	172	202	252
Q	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11																
ТС	50	65	75	84	92	102	114	129	148	172	202	252																

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		новесный уровень национального производства и дохода Y? а) На основе этой функции составьте функцию потребления. б) Поясните взаимосвязь двух методов определения равновесия логически, аналитически и графически Кейс 1 В государстве Арденция уровень инфляции за последние три года составил соответственно: 100 %, 130 % и по итогам текущего года – 150 %. Реальный уровень объема производства за рассматриваемый период снизился в пять раз и стабилизировался в этой точке. Величина государственного долга на начало последнего в рассматриваемом периоде года равна 200 агров, номинальная ставка процента по которому равна 35 %. Состояние бюджета характеризуется также тем, что номинальные государственные расходы без платежей по обслуживанию долга выросли на 100% и по итогам последнего года составили 50 агров, номинальные налоговые поступления снизились и составили за последний год 80 агров. Задание: Номинальная величина сальдо государственного бюджета данной страны в текущем году равна _____ агров. Задание: Экономическая ситуация, сложившаяся в Арденции, называется ... ✓ стагфляцией ✓ стагнацией ✓ спадом ✓ естественной инфляцией Задание: В измерении итогов экономической деятельности за тот или иной период времени существуют номинальные и реальные стоимостные величины. К последним относятся ... Укажите один вариант ответа ✓ уровень безработицы, темп инфляции, значение коэффициенты Оукена ✓ общая величина доходов государственного бюджета, величина процентов, идущих на обслуживание внешнего долга, изменение заработной платы наемных работников без учета изменения уровня цен ✓ доходы государственного бюджета от таможенных пошлин, уплачиваемые по внешнему долгу проценты, выплаты материнского капитала в будущем, на период трех лет ✓ общие расходы государственного бюджета, поступления от уплаты косвенных налогов, изменение

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		пенсий и социальных пособий относительно прошлых периодов с учетом индекса инфляции Кейс 2 Спрос и предложение на сигареты описываются уравнениями: $P_d = 50 - Q_d \text{ и } P_s = 10 + Q_s,$ где P_d – цена спроса, P_s – цена предложения, Q_d – объем спроса, Q_s – объем предложения. Государство, имея возможность регулирования рыночного ценообразования, решило использовать косвенный метод регулирования – ввести налог в размере 2 ден. единицы с каждой единицы проданного товара. Задание: Подобное вмешательство государства в процесс рыночного ценообразования преследует цель ... Укажите один вариант ответа ✓ увеличения производства и потребления сигарет ✓ снижения производства и потребления сигарет ✓ поддержать потребителей сигарет ✓ поддержать производителей сигарет Задание: Подобное вмешательство государства в рыночное ценообразование приведет к сдвигу кривой _____ и _____ равновесного объема продаж. Выберите не менее двух вариантов ✓ сокращению ✓ предложения вправо вниз ✓ увеличению ✓ предложения влево вверх Задание: В результате государственного вмешательства в процесс рыночного ценообразования путем введения налога бюджет будет пополнен на сумму ____ ден. единиц.
УК-10.2	Использует экономические знания для принятия обоснованных экономических	Перечень теоретических вопросов к экзамену: 1. Предмет и метод экономики. Микро- и макроэкономика. Позитивная и нормативная экономика.

<i>Код индикатора</i>	<i>Индикатор достижения компетенции</i>	<i>Оценочные средства</i>
	решений в различных областях жизнедеятельности	Функции экономики. 2. Факторы производства. Кривая производственных возможностей. Альтернативные издержки. 3. Типы экономических систем. Национальные модели организации хозяйства. Формы собственности. 4. Рынок, его функции, условия возникновения. Классификация рынков. 5. Спрос, закон спроса. Неценовые факторы спроса. 6. Эластичность спроса: по цене, по доходу, перекрестная эластичность. 7. Предложение, закон предложения. Неценовые факторы предложения. Эластичность предложения. 8. Рыночное равновесие. Нарушение рыночного равновесия. Равновесная цена. 9. Полезность. Эффект убывания предельной полезности. 10. Бюджетная линия, кривая безразличия. Карта безразличия. Равновесие потребителя. 11. Понятие предприятия. Организационно-правовые формы предприятий. 12. Внешние и внутренние издержки производства. Экономическая и бухгалтерская прибыль. 13. Постоянные, переменные, общие, предельные издержки. Закон убывающей отдачи. Эффект масштаба производства. 14. Конкуренция и ее виды. Рынок совершенной конкуренции. 15. Конкуренция и ее виды. Монополия, ее характерные черты. Максимизация прибыли монополиста. Естественные монополии. Антимонopolная политика государства. 16. Конкуренция и ее виды. Монополистическая конкуренция, олигополия, их характерные черты. 17. Рынок земельных ресурсов. Спрос на землю и предложение земли. Предельный продукт земли. Равновесие на рынке земельных ресурсов. Земельная рента как равновесная цена. 18. Рынок труда. Спрос на труд и предложение труда. Предельный продукт труда. Равновесие на рынке труда. 19. Рынок капитала. Спрос на капитал и предложение капитала. Основной и оборотный капитал. Амортизация. 20. Макроэкономические показатели: ВВП, ВВП, ЧНП, НД, ЛД. Методы подсчета ВВП. Реальный и номинальный ВВП. Дефлятор 21. Совокупный спрос и факторы, влияющие на него. Совокупное предложение, его виды и факторы, оказывающие влияние. 22. Макроэкономические равновесие: классический подход 23. Макроэкономические равновесие: кейнсианский подход. 24. Экономические циклы: причины, фазы, регулирование.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		25. Инфляция: сущность, причины возникновения, виды. 26. Социально-экономические последствия инфляции. Антиинфляционная политика государства. 27. Занятость населения. Безработица: причины, виды. 28. Последствия безработицы, регулирование. Закон Оукена. Кривая Филлипса. 29. Государственный бюджет: понятие, функции, структура, состояние. 30. Бюджетный дефицит. Способы финансирования бюджетного дефицита. Государственный долг. 31. Налоговая система, принципы налогообложения. Функции налогов. Кривая Лаффера. 32. Виды налогов. 33. Фискальная политика государства: дискреционная и недискреционная. Эффективность фискальной политики. 34. Возникновение, сущность и функции денег. Спрос и предложение денег. Денежные агрегаты. 35. Банковская система. Центральный банк и коммерческие банки. Операции банков. Денежный мультипликатор. 36. Кредитно-денежная политика государства: цели, инструменты. Денежная экспансия и кредитная рестрикция. 37. Государственное регулирование экономики: необходимость, инструменты и методы. Практические задания 13. Марья Ивановна – домработница. Она тратит по 15 мин. на стирку рубашки и по 45 мин. – на мытье окна. Нарисуйте линию производственных возможностей Марьи Ивановны в рамках 9-ти часового рабочего дня. Как изменится график, если в результате совершенствования технологии на мытье окна Марья Ивановна станет тратить 20 мин.? 14. В экономике производится 200 тыс. т молока и 300 тыс. т пшеницы. Альтернативные издержки производства молока = 5. Найти максимально возможный выпуск пшеницы после увеличения выпуска молока на 10%. 15. Функция спроса на благо $Q_d = 15 - P$, функция предложения $Q_s = -9 + 3P$. Определите равновесие на рынке данного блага. Что произойдет с равновесием, если объем спроса уменьшится на 1 единицу при любом уровне цен? 16. Зависимость спроса и предложения выражена формулами $Q_d = 94 - 7P$, $Q_s = 15P - 38$. Найти равновесную цену и равновесный объем продаж. Чему равен дефицит или избыток товара при цене 4 рубля за единицу товара? 17. В результате роста цены с 4 до 7 долл., объем спроса на товар X упал с 1000 до 800 штук. Оп-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства																										
		ределите коэффициент эластичности спроса по цене. 18. Цена на товар А выросла со 100 до 200 ден. ед. Спрос на этот товар упал с 3000 до 1000 штук. Спрос на товар В вырос с 500 до 1000. Определите коэффициенты эластичности товара А и В. О каких коэффициентах идет речь? 19. Коэффициент перекрестной эластичности $E_{x/y} = (-2)$. Цена товара Y равна 100 у. е. Определите спрос на товар X, если цена товара Y увеличится на 10 %, а первоначальный спрос на товар X равен 80 т. 20. Владелец небольшого магазина ежегодно платит 3 тыс. у. е. аренды, 20 тыс. у. е. заработной платы, 100 тыс. у. е. за сырье, 10 тыс. у. е. за электроэнергию. Стоимость установленного оборудования составляет 200 тыс. у. е., срок его службы 10 лет. Если бы эти средства он положил в банк, то ежегодно получал бы 16 тыс. у. е. дохода. Определите бухгалтерские и экономические издержки. 21. Известно, что при $L = 30$ достигается максимум среднего продукта труда, и такое количество ресурса позволяет фирме произвести 120 единиц продукции. Каким будет предельный продукт труда, если занято 29 единиц труда? 22. Фирма платит 200 тыс. руб. в месяц за аренду оборудования и 100 тыс. руб. заработной платы. При этом она использует такое количество труда и капитала, что их предельные продукты соответственно равны 0,5 и 1. Использует ли фирма оптимальное сочетание факторов производства с точки зрения максимизации прибыли? 23. Функция общих издержек фирмы имеет вид $TC=30Q - Q^2$. Эта фирма реализует продукцию на рынке совершенной конкуренции по цене 90 руб. Подсчитайте, какую она получает прибыль? 24. Определите, какой объем лучше выпускать предприятию, продающему товар по цене, равной 15 у. е., и имеющему следующие затраты на производство и реализацию продукции (см. таблицу). Определите максимальную прибыль. <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>0</td><td>1</td></tr><tr><td>С</td><td>0</td><td>5</td><td>5</td><td>4</td><td>2</td><td>02</td><td>14</td><td>29</td><td>48</td><td>72</td><td>02</td><td>52</td></tr></table> 19.Спрос на продукцию конкурентной отрасли $Q_d = 50 - P$, а предложение $Q_s = 2P - 1$. Если у одной фирмы отрасли восходящий участок кривой предельных издержек $MC = 3Q + 5$, то при каких цене и объеме производства фирма будет максимизировать прибыль? 20. Фирма по производству автомобилей приобрела прокат у сталелитейной фирмы на сумму 1500 тыс. долл., покрышки у шинного завода на сумму 600 тыс. долл., комплектующие у различных												0	1	С	0	5	5	4	2	02	14	29	48	72	02	52
											0	1																
С	0	5	5	4	2	02	14	29	48	72	02	52																

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		фирм на сумму 1200 тыс. долл., выплатила заработную плату своим рабочим в размере 1000 тыс. долл., потратила 300 тыс. долл., на замену изношенного оборудования и продала изготовленные 200 автомобилей нпо 30 тыс. долл. каждый, при этом прибыль фирмы составила 400 тыс. долл. Определить величину добавленной стоимости автомобильной фирмы. 21. Если в экономике страны располагаемый личный доход составляет 550 млрд. долл., чистые инвестиции – 70 млрд. долл., государственные закупки товаров и услуг – 93 млрд. долл., косвенные налоги – 22 млрд. долл., личные сбережения – 13 млрд. долл., амортизация – 48 млрд. долл., экспорт – 27 млрд. долл., импорт – 15 млрд. долл. Определить ВВП. 22. В результате роста совокупных расходов номинальный ВВП страны в 2009 г. стал равен 5250 млрд. долл., и темп изменения ВВП по сравнению с 2008 г. составил 5%. Известно, что в 2008 г. номинальный ВВП был равен 4600 млрд. долл., а дефлятор ВВП – 1,15. Определите фазу цикла и темп инфляции 2009 г. 23. Потенциальный ВВП составляет 500 млрд. долл., фактический ВВП – 455 млрд. долл., а фактический уровень безработицы – 10%. Когда фактический ВВП сократился на 20%, уровень безработицы вырос на 9,1%. Определите величину коэффициента Оукена и естественный уровень безработицы. 24. Функция сбережений имеет вид $S = -50 + 0.1Y$, автономные инвестиции $I = 25$. Каким будет равновесный уровень национального производства и дохода Y? а) На основе этой функции составьте функцию потребления. б) Поясните взаимосвязь двух методов определения равновесия логически, аналитически и графически Кейс 1 В государстве Ардения уровень инфляции за последние три года составил соответственно: 100 %, 130 % и по итогам текущего года – 150 %. Реальный уровень объема производства за рассматриваемый период снизился в пять раз и стабилизировался в этой точке. Величина государственного долга на начало последнего в рассматриваемом периоде года равна 200 агров, номинальная ставка процента по которому равна 35 %. Состояние бюджета характеризуется также тем, что номинальные государственные расходы без платежей по обслуживанию долга выросли на 100% и по итогам последнего года составили 50 агров, номинальные налоговые поступления снизились и составили за последний год 80 агров. Задание: Номинальная величина сальдо государственного бюджета данной страны в текущем году равна агров.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Задание: Экономическая ситуация, сложившаяся в Ардении, называется ... ✓ стагфляцией ✓ стагнацией ✓ спадом ✓ естественной инфляцией Задание: В измерении итогов экономической деятельности за тот или иной период времени существуют номинальные и реальные стоимостные величины. К последним относятся ... Укажите один вариант ответа ✓ уровень безработицы, темп инфляции, значение коэффициенты Оукена ✓ общая величина доходов государственного бюджета, величина процентов, идущих на обслуживание внешнего долга, изменение заработной платы наемных работников без учета изменения уровня цен ✓ доходы государственного бюджета от таможенных пошлин, уплачиваемые по внешнему долгу проценты, выплаты материнского капитала в будущем, на период трех лет ✓ общие расходы государственного бюджета, поступления от уплаты косвенных налогов, изменение пенсий и социальных пособий относительно прошлых периодов с учетом индекса инфляции Кейс 2 Спрос и предложение на сигареты описываются уравнениями: $P_d = 50 - Q_d \text{ и } P_s = 10 + Q_s,$ где P_d – цена спроса, P_s – цена предложения, Q_d – объем спроса, Q_s – объем предложения. Государство, имея возможность регулирования рыночного ценообразования, решило использовать косвенный метод регулирования – ввести налог в размере 2 ден. единицы с каждой единицы проданного товара. Задание: Подобное вмешательство государства в процесс рыночного ценообразования преследует цель ... Укажите один вариант ответа ✓ увеличения производства и потребления сигарет

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		✓ снижения производства и потребления сигарет ✓ поддержать потребителей сигарет ✓ поддержать производителей сигарет Задание: Подобное вмешательство государства в рыночное ценообразование приведет к сдвигу кривой _____ и _____ равновесного объема продаж. Выберите не менее двух вариантов ✓ сокращению ✓ предложения вправо вниз ✓ увеличению ✓ предложения влево вверх Задание: В результате государственного вмешательства в процесс рыночного ценообразования путем введения налога бюджет будет пополнен на сумму _____ ден. единиц
Государственное регулирование экономики		
УК-10.1	Понимает экономические законы, категории и принципы, возможности их использования в различных областях жизнедеятельности	Перечень теоретических вопросов к зачету: 1. Необходимость государственного вмешательства в экономику 2. Государственное управление и государственное регулирование 3. Цели и задачи государственного регулирования экономики 4. Субъекты государственного регулирования 5. Объекты государственного регулирования 6. Пределы государственного вмешательства в экономику 7. Сущность экономической политики 8. Цели государственной экономической политики 9. Бюджетно-налоговая политика и ее виды 10. Структура и функции государственного бюджета 11. Налоговая система 12. Классификация налогов 13. Характерные черты и признаки налога 14. Принципы и механизмы налогообложения 15. Бюджетный дефицит. Государственный долг 16. Монетарная политика государства. Деньги, их функции и свойства. 17. Монетарная политика государства. Денежная масса

<i>Код индикатора</i>	<i>Индикатор достижения компетенции</i>	<i>Оценочные средства</i>
		18. Кредитная система государства 19. Сущность и цели денежно-кредитной политики 20. Инструменты денежно-кредитной политики 21. Теоретические подходы к денежно-кредитной политике 22. Синтез монетарной и фискальной политики 23. Методы государственного управления 24. Административно-распорядительные методы государственного управления 25. Методы экономического побуждения 26. Социально-психологические методы государственного управления 27. Инструменты государственного управления 28. Государственное экономическое прогнозирование 29. Государственное планирование 30. Государственное экономическое программирование 31. Программно-целевой метод государственного управления 32. Государственное бюджетирование 33. Принципы построения и функционирования бюджетной системы 34. Бюджетный процесс 35. Внебюджетные фонды 36. Государственное управление производственным сектором и отраслевой структурой производства 37. Государственные закупки в системе управления производством 38. Участие государства в социальных процессах 39. Доходы населения и их виды. Государственное регулирование доходов населения. Кривая Лоренца 40. Формы, методы, инструменты государственного социального управления 41. Государственное социальное программирование 42. Государственное регулирование труда и занятости. 43. Социальное партнерство в государственном управлении 44. Государственное управление объектами и отношениями собственности 45. Виды и способы государственного управления собственностью 46. Государственное антимонопольное регулирование 47. Государственное регулирование деятельности естественных монополий 48. Государственное управление инновационно-инвестиционной деятельностью 49. Цели, задачи, проблемы государственного управления инвестициями 50. Государственное управление внешнеэкономической деятельностью 51. Управление экономической безопасностью. Критерии экономической безопасности.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		$T = 400$; $Y_d = Y - T$; $Ex - Im = 0$. где C – планируемые потребительские расходы; G – государственные расходы; I – планируемые инвестиции; Y – валовой внутренний продукт; Ex – экспорт; Im – импорт. Определите: 1) равновесный объем ВВП. 2) Рассчитайте мультипликатор государственных расходов. 3) Какое влияние на равновесный объем ВВП окажет прирост налогов на 1 млрд. долл.? 4) Рассчитайте объем сбережений при равновесном ВВП. 5) Рассчитайте инфляционный разрыв, если ВВП при полной занятости равен 15000 млрд. долл. 6) Рассчитайте объем сбережений при полной занятости. 7) Как должны измениться государственные расходы при постоянных налогах, если ставится задача достигнуть уровня полной занятости? Задача 4. В экономике страны номинальный ВВП равен 2688 млрд. долл., а потенциальный – 3000 млрд. долл. За год темп инфляции составил 12%. Для стабилизации экономики правительство решает изменить государственные закупки и налоги так, чтобы разрыв в экономике на 2/3 был сокращен за счет изменения величины государственных закупок и на 1/3 – за счет изменения налогов. Определить тип экономической политики и величину изменений, если известно, что предельная склонность к потреблению равна 0,8. Задача 5. Банковские депозиты возросли на 200 млн. долл. Норма резервирования на этот момент составляла 20%. Каково потенциально возможное увеличение предложение денег? Задача 6. Норма обязательных резервов равна 0,15. Избыточные резервы отсутствуют. Спрос на наличность составляет 40% от объема депозитов. Сумма резервов равна 60 млрд. долл. Чему равно предложение денег? Задача 7. Если реальный ВВП увеличится на 3%, скорость обращения денег возрастет на 5%, а уровень цен повышается на 6%, то как изменится предложение денег? Задача 8. Депозиты банка составляют 950 тыс. долл., общие резервы банка равны 220 тыс. долл., норма обязательных резервов равна 20%. Какова величина избыточных резервов банка? Задача 9. Пусть норма обязательных резервов составляет 15%. Депозиты банковской системы в 5 раз превышают массу наличных денег. Общая величина обязательных резервов составляет 300 млрд. долл. Найти объем предложения денег в экономике. Задача 10. Денежная база равна 200 млрд. долл., норма обязательных резервов равна 10%, а соот-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		ношение наличность/депозиты составляет 0,3. Найти объем депозитов.
Учебная - ознакомительная практика		
УК-10.1	Понимает экономические законы, категории и принципы, возможности их использования в различных областях жизнедеятельности	Контрольные вопросы 1. Каковы назначение, цели деятельности, структура предприятия (учреждения, организация), в которой проходила практика? 2. Какие знания, умения и навыки были приобретены или развиты в результате прохождения практики? 3. Выделите основные направления и виды деятельности предприятия. 4. Какие задания были выполнены в ходе прохождения практики? 6. Какие выводы можно сделать по организационно-правовой форме предприятия? 7. Каковы результаты изучения ИТ-инфраструктуры и архитектуры предприятия для управления бизнес-процессами? 8. Каковы результаты изучения и анализа рынка, потребителей, конкурентов? 9. Ваши предложения по повышению эффективности деятельности предприятия (учреждения, организации);
УК-10.2	Использует экономические знания для принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности	Задания: 1) изучение организационных и юридических документов предприятия (организации, учреждения), включая организационную структуру управления; 2) знакомство с технологическими процессами на предприятии (в организации, учреждении), выпускаемой продукцией (услугами); 3) изучение ИТ-инфраструктуры предприятия для управления бизнес-процессами; 4) изучение структуры информационных потоков, отражающих номенклатуру и ассортимент производимой продукции (видов выполняемых работ и оказываемых услуг), ее основных потребителей, финансово-экономических показателей деятельности, положения на рынке и направлений развития предприятия (учреждения, организации); 5) изучение и анализ результатов деятельности предприятия, анализ рынка, конкурентов, потребителей; 6) изучение и анализ профессионально-ориентированного программного и информационного обеспечения на предприятии (в организации, учреждении); 7) в соответствии с индивидуальным заданием – изучение и обобщение информации по конкретной теме, связанной с учебной практикой на предприятии (в организации, учреждении). 8) оформление выводов; 9) подготовка отчета по практике; 10) подготовка к защите отчета по практике
УК-11 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению		

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
Правоведение		
УК-11.1	Понимает экономические законы, категории и принципы, возможности их использования в различных областях жизнедеятельности	Примерные практические задания 1. Проанализируйте статьи УК РФ, КоАП РФ, ТК РФ и выявите статьи, содержащиеся антикоррупционные нормы. 2. Используя ресурсы СПС, Консультант Плюс, найдите 3 примера из судебной практики, связанных с привлечением к ответственности по коррупционным правонарушениям. 3. Используя ресурсы сети Интернет, найдите информацию о фактах коррупции в интересующей вас отрасли.
УК-11.2	Использует экономические знания для принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности	Примерные тесты: 1. Что такое коррупция? а. Важнейшее условие существования общественных отношений б. Приемлемый способ решения вопросов в. Злоупотребление служебным положением, дача взятки, получение взятки, злоупотребление полномочиями, коммерческий подкуп либо иное незаконное использование физическим лицом своего должностного положения вопреки законным интересам общества и государства в целях получения выгоды в виде денег, ценностей. 2. Профилактика коррупции включает: а. деятельность правоохранительных органов и органов государственной власти субъектов РФ в пределах их полномочий по предупреждению коррупции, в том числе по выявлению и последующему устранению причин коррупции б. деятельность институтов гражданского общества, организаций и физических лиц по выявлению и последующему устранению причин коррупции в. деятельность федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов РФ, органов местного самоуправления, институтов гражданского общества, организаций и физических лиц в пределах их полномочий по предупреждению коррупции, в том числе по выявлению и последующему устранению причин коррупции 3. Принципы противодействия коррупции в Российской Федерации включают: а. признание, обеспечение и защита основных прав и свобод человека и гражданина, законность, публичность и открытость деятельности государственных органов и органов местного самоуправления б. неотвратимость ответственности за совершение коррупционных правонарушений в. комплексное использование политических, организационных, информационно-пропагандистских, социально-экономических, правовых, специальных и иных мер

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		г. сотрудничество государства с институтами гражданского общества, международными организациями и физическими лицами 4. Крупным размером взятки признаётся: а. до 25 тысяч рублей б. от 25 до 150 тысяч рублей в. от 150 тысяч рублей до 1 миллион рублей г. превышающие 1 миллион рублей 5. Какие правонарушения относятся к коррупционным: д. злоупотребление служебным положением е. дача взятки, получение взятки, посредничество во взяточничестве ж. злоупотребление полномочиями

ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ОПК-1 – Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической теории при решении прикладных задач

Экономика организации

ОПК-1.1	Использует фундаментальные экономические знания (на промежуточном уровне) при решении прикладных задач в профессиональной области	Перечень теоретических вопросов к зачету: 1. Производственные, коммерческие и финансовые связи предприятия в рыночной среде. 2. Расходы и затраты предприятия. Экономические элементы затрат и калькуляционные статьи. 3. Расходы и затраты предприятия. Постоянные и переменные, прямые и косвенные, основные и накладные затраты. 4. Себестоимость продукции предприятия и структура затрат. Калькулирование себестоимости продукции предприятия. 5. Основные пути снижения себестоимости продукции (работ, услуг) предприятия. 6. Цены и ценообразование на предприятии. Методы ценообразования и виды цен. Ценовая политика предприятия. 7. Прибыль как основной показатель деятельности предприятия. Виды прибыли и методы ее расчета. 8. Чистая прибыль предприятия и ее распределение. 9. Рентабельность продукции и общая рентабельность предприятия: показатели и пути их повышения. 10. Инвестиции и методы их оценки. Примерные практические задания для зачета: 1. Предполагаемый выход организации на зарубежные рынки характеризуется следующими денежными
---------	---	---

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства					
		потоками:					
		Годы	0	1	2	3	4
		Денежный поток	- 100	50	40	40	15
		Определите срок окупаемости, дисконтированный срок окупаемости и чистую приведенную стоимость при требуемой доходности 15%.					
		3. Проект, рассчитанный на 15 лет, требует инвестиции в размере 150 млн.руб. В первые пять лет никаких поступлений не ожидается, в последующие 10 лет ежегодный доход составит 50 млн.руб. Следует ли принять этот проект, если коэффициент дисконтирования составляет 15%.					
		2. Имеются данные о двух проектах (тыс.руб.). Проранжируйте эти проекты по критериям IRR, PP, NPV, если ставка дисконтирования равна 10%.					
Проект	I	P1			P2		
A	- 4000	2500			3000		
B	- 2000	1200			1500		
ОПК-1.2	Выбирает корректный инструментарий экономической теории для решения прикладных задач в профессиональной области	Перечень теоретических вопросов к зачету: 1 Основные средства предприятия. Состав и виды основных средств. 1. Оценка и учет основных средств. Первоначальная, восстановительная и остаточная стоимость основных средств. 2. Износ и амортизация основных средств. Нормы амортизации. Начисление амортизационных отчислений линейным и нелинейными способами. 3. Показатели эффективности использования основных средств предприятия и пути их повышения. 4. Оборотные средства. Состав и структура оборотных средств предприятия. 5. Нормирование оборотных средств. Общие понятия и способы нормирования. 6. Показатели эффективности использования оборотных средств и пути ускорения их оборачиваемости. Примерные практические задания для зачета: Задание 1. В 1 квартале предприятие реализовало продукции на 25000 тыс.руб., среднеквартальные остатки оборотных средств составили 2500 тыс.руб. Во 2 квартале объем реализации продукции увеличится на 10%, а время одного оборота оборотных средств будет сокращено на один день. Определите: 1)коэффициент оборачиваемости оборотных средств и время одного оборота в днях в 1 квартале; 2) коэффициент оборачиваемости оборотных средств и их абсолютную величину во 2 квартале; 3) высвобождение оборотных средств в результате сокращения продолжительности одного обо-					

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		рота оборотных средств. Задание 2. Цех производит один вид продукции – продукцию А. Объем производства в июне составил 1000 единиц продукции А. Общая цеховая себестоимость за июнь составила 1 000 000 рублей, при этом в структуре цеховой себестоимости 40% составляют переменные затраты, и 60% - постоянные затраты. Таким образом, себестоимость единицы продукции А в июне составила 1000 руб./ед. На июль планируется объем производства 1200 единиц продукции А. Какова будет планируемая цеховая себестоимость единицы продукции А в июле? Задание 3. Рентабельность продукции по предприятию №1 повысилась по сравнению с предыдущим годом на 20%, а по предприятию №2 на 25%. Сумма затрат сократилась по предприятию №1 на 10%, а по предприятию №2 на 16%. Определить как изменится прибыль предприятий Примерный перечень тем комплексной исследовательской работы: 1.Изучение и оценка затрат на производство (на примере). 2.Оценка финансовых результатов деятельности предприятия (на примере). 3.Изучение системы управления предприятием (на примере) 4.Оценка уровня производительности труда и значение ее роста в организации (на примере).
История экономики		
ОПК-1.1	Использует фундаментальные экономические знания (на промежуточном уровне) при решении прикладных задач в профессиональной области	Вопросы для обсуждения (на практических занятиях). 1. Почему предметом изучения в древневосточной экономической мысли была макроэкономика? 2. Какие экономические функции возлагались на государство согласно древневосточным историческим документам? 3. Методологическая трактовка древневосточных автором относительно частной собственности и социального неравенства. 4. Систематизация экономического развития и его трактовки на разных исторических этапах согласно Ибн Хальдуну. 5. Трактовки цены, торговой прибыли, денег, процента в теории Ибн Хальдуна. 6. Теоретические подходы древнегреческих мыслителей к решению экономических проблем. 7. Какие рекомендации давали древнеримские авторы относительно решения проблем организации частного хозяйства? 8. В чем заключается нормативный подход в средневековой экономической мысли, во взглядах кано-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		нистов? 9. Трактовки Фомы Аквинского в толковании справедливости в обмене и справедливости в распределении, понимании богатства и частной собственности. 10. Концепции утопического социализма в экономических воззрениях Томаса Мора и Томмазо Кампанеллы. 11. Понимание богатства в учениях меркантилистов и способы и его преумножения. 12. Меркантилизм как теория и политика, монетарная и мануфактурная политика меркантилизма. Протекционизм. 13. Денежные теории в меркантилизме, количественная теория денег, отношение к накоплению богатства. 14. Трудовая теория стоимости У. Пети: «естественная цена» и «рыночная (политическая цена)», соотношение цены и стоимости. 15. Заработная плата, рента, процент, стоимость земли в трактовке У. Пети. 16. Исследования П. Буагильбера: «истинная стоимость» и «рыночная цена», проблема государственного регулирования цен, необходимость конкуренции. 17. Трактровка теории трудовой стоимости У. Пети и П. Буагильбера, денег, развития промышленности и сельского хозяйства. 18. Теория «естественного порядка», выдвинутая физиократами. 19. Экономические воззрения и методология Ф. Кенэ, обоснование принципа невмешательства государства в экономику. 20. Учение физиократов: богатство и его источник, теории «чистого продукта» и классов Ф. Кенэ. 21. «Экономическая таблица» Ф. Кенэ и его схема общественного воспроизводства. 22. Экономические идеи А. Тюрго, их отличие от теории Ф. Кенэ, категории полезности, спроса и предложения для определения цены. 23. Классическое направление экономической науки, его отличие от взглядов меркантилистов. 24. Сущность концепции А. Смита об «экономическом человеке» и общественное разделение труда. 25. Классическая теория А. Смита: рынок как естественное состояние общества и двойственность его теории стоимости. 26. Классическая теория А. Смита: трактовка заработной платы, прибыли, ренты. 27. Классическая теория А. Смита: «догма Смита» и теория реализации общественного продукта. 28. Классическая теория А. Смита: критика государственного вмешательства в экономику, аргументы в пользу свободной международной торговли.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		29. Общее и особенное в методологии Д. Риккардо и А. Смита. Теория трудовой стоимости Д. Риккардо. 30. Теория распределения Д. Риккардо и экономическая противоположность классов капиталистического общества. 31. Д. Риккардо: «железный закон заработной платы», применение теории трудовой стоимости и развитие количественной теории денег. 32. Д. Риккардо: закон падения нормы прибыли, проблема общественно необходимого труда. 33. «Закон Сэя», трудовая теория стоимости и теория стоимости Сэя, теория распределения доходов. Теория «трех факторов» Сэя. 34. Т. Мальтус: причины бедности и закон народонаселения, теория реализации. 35. Т. Мальтус: установление равновесия между численностью населения и количеством потребительских благ, «железный закон заработной платы» и его связь с законом народонаселения. 36. Подход Дж.С. Милля к определению стоимости, цены, доходов, денег. 37. Дж.С. Милль: теория кредита, влияние кредита на экономическую динамику и возможность торговых кризисов. 38. Экономическая теория Н. Сениора: «теория воздержания», трактовка труда, капитала, заработной платы, прибыли. 39. Экономическая методология Ф. Бастиа: «теория гармонии», «закон распределения прибыли при капитализме». 40. Теории экономического романтизма Прудона и Сисмонди. 41. Сходство и отличия методологии Смита, Сэя, Мальтуса, Риккардо, Сисмонди Оуэна. 42. Система доказательств Сисмонди о неизбежности кризисов перепроизводства при капитализме и пути решения проблемы. 43. Критика классической политэкономии в трудах Ш. Фурье: «строй цивилизации» и «строй согласованности». 44. Отличие социалистических взглядов Р. Оуэна от взглядов других представителей утопического социализма, его теория стоимости, взгляды на деньги, обмен, частную собственность. 45. Трудовая теория стоимости К. Маркса и ее отличие от классической теории стоимости. 46. Прибавочная стоимость, капитал, заработная плата в работах К. Маркса, всеобщий закон капиталистического накопления. 47. Теория цикличности экономического развития при капитализме, подходы Милля и Маркса к решению проблем капиталистической экономики.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		48. Сходство и различие теорий общественного воспроизводства Ф. Кенэ и К. Маркса. 49. Методологические особенности критики марксизма в трудах М.И. Туган-Барановского, П.Б. Струве, С.Н. Булгакова. 50. Развитие теории А. Смита в трудах его российских последователей Н.С. Мордвинова, М.М. Сперанского. Тестовые задания. 1. Согласно взглядам Конфуция для обеспечения стабильности и благосостояния общества необходимо: а) устранить сословное деление; б) наилучшим образом каждому выполнять свои обязанности; в) развивать торговлю и накопление денежного богатства; г) строго следовать законам и правилам; д) верны все ответы. 2. Что характерно для экономических взглядов Аристотеля: а) развитие торговли – источника богатства; б) критика применения труда рабов; в) земледелие и ремесло – источник богатства; г) накопление денег – основная форма богатства; д) верны все ответы. 3. Кто из римских авторов рекомендовал производить все в рамках своего хозяйства, выделяя самые доходные отрасли для специализации и выжидая высоких цен для получения прибыли: а) Катон; б) Варрон; в) Колумелла; г) верны все ответы. 4. Кто из римских авторов исследовал проблему интенсивного ведения хозяйства и предлагал сдавать землю в аренду колонам вместо использования труда рабов: а) Катон; б) Варрон; в) Колумелла; г) верны все ответы. 5. Что соответствует экономическим взглядам Фомы Аквинского:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		а) осуждение богатства, так как оно ведет к неравенству; б) осуждение частной собственности, так как она ведет к неравенству; в) справедливость в распределении – уровень дохода в зависимости от социального положения; г) справедливая цена равна материальным и трудовым затратам на изготовление продукта; д) верны все ответы. 6. Что относится в «неестественному богатству» согласно Ибн Хальдуну: а) земледелие; б) частная мелкая и крупная торговля; в) ремесло; г) государственные налоги и сборы; д) верны все ответы. 7. Кому принадлежит высказывание «Изобретение государством новых налогов и сборов снижает доходы и деловую активность людей и ведет к гибели государства»: а) Фома Аквинский; б) Ибн Хальдун; в) Аристотель; г) Томмазо Кампанелла; д) Катон. 8. Укажите принципы утопического социализма.: а) стимул к труду – частная собственность и конкуренция; б) стимул к труду – прямое государственное принуждение и надзор над процессом труда; в) применение труда рабов в сельском хозяйстве и ремесле, а свободные граждане заняты в управлении; г) принцип распределения продуктов по потребностям; д) верны все ответы. 9. Согласно взглядам Конфуция для обеспечения стабильности и благосостояния общества необходимо: а) устранить сословное деление; б) наилучшим образом каждому выполнять свои обязанности; в) развивать торговлю и накопление денежного богатства; г) строго следовать законам и правилам; д) верны все ответы. 10. Что характерно для экономических взглядов Аристотеля: а) развитие торговли – источника богатства;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		б) критика применения труда рабов; в) земледелие и ремесло – источник богатства; г) накопление денег – основная форма богатства; д) верны все ответы. 11. Кто из римских авторов рекомендовал производить все в рамках своего хозяйства, выделяя самые доходные отрасли для специализации и выжидая высоких цен для получения прибыли: а) Катон; б) Варрон; в) Колумелла; г) верны все ответы. 12. Кто из римских авторов исследовал проблему интенсивного ведения хозяйства и предлагал сдавать землю в аренду колонам вместо использования труда рабов: а) Катон; б) Варрон; в) Колумелла; г) верны все ответы. 13. Что соответствует экономическим взглядам Фомы Аквинского: а) осуждение богатства, так как оно ведет к неравенству; б) осуждение частной собственности, так как она ведет к неравенству; в) справедливость в распределении – уровень дохода в зависимости от социального положения; г) справедливая цена равна материальным и трудовым затратам на изготовление продукта; д) верны все ответы. 14. Что относится в «неестественному богатству» согласно Ибн Хальдуну: а) земледелие; б) частная мелкая и крупная торговля; в) ремесло; г) государственные налоги и сборы; д) верны все ответы. 15. Кому принадлежит высказывание «Изобретение государством новых налогов и сборов снижает доходы и деловую активность людей и ведет к гибели государства»: а) Фома Аквинский; б) Ибн Хальдун; в) Аристотель; г) Томмазо Кампанелла;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		д) Катон. 16. Укажите принципы утопического социализма а) стимул к труду – частная собственность и конкуренция; б) стимул к труду – прямое государственное принуждение и надзор над процессом труда; в) применение труда рабов в сельском хозяйстве и ремесле, а свободные граждане заняты в управлении; г) принцип распределения продуктов по потребностям; д) верны все ответы. 17. Что соответствует экономическим взглядам Фомы Аквинского: а) осуждение богатства, так как оно ведет к неравенству; б) осуждение частной собственности, так как она ведет к неравенству; в) справедливость в распределении – уровень дохода в зависимости от социального положения; г) справедливая цена равна материальным и трудовым затратам на изготовление продукта; д) верны все ответы. 18. Кому принадлежит высказывание «Изобретение государством новых налогов и сборов снижает доходы и деловую активность людей и ведет к гибели государства»: а) Фома Аквинский; б) Ибн Хальдун; в) Аристотель; г) Томмазо Кампанелла; д) Катон. 19. укажите принципы утопического социализма: а) стимул к труду – частная собственность и конкуренция; б) стимул к труду – прямое государственное принуждение и надзор над процессом труда; в) применение труда рабов в сельском хозяйстве и ремесле, а свободные граждане заняты в управлении; г) принцип распределения продуктов по потребностям; д) верны все ответы. 20. Согласно взглядам Конфуция для обеспечения стабильности и благосостояния общества необходимо: а) устранить сословное деление; б) наилучшим образом каждому выполнять свои обязанности; в) развивать торговлю и накопление денежного богатства; г) строго следовать законам и правилам;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		д) верны все ответы. 21. Что понимается под «производительным классом» в трактовке Ф. Кенэ: а) лица, занятые в промышленности; б) занятые в торговле; в) лица, занятые в сельском хозяйстве; г) земельные собственники. 22. В рамках теории физиократов: а) богатство создается в сельском хозяйстве; б) богатство создается не в торговле, а в производственном процессе; в) в экономике действуют объективные законы, которые не могут быть изменены волей правительства; г) «естественный порядок» основан на частной собственности и конкуренции. 23. Какие функции государства исключает классическая теория А. Смита: а) защита внешних границ; б) обеспечение правопорядка внутри страны; в) координация хозяйственной деятельности в стране; г) установление минимума налогов; д) организация учреждений, необходимых обществу, но невыгодных частному капиталу. 24. Определение стоимости по издержкам в теории А. Смита: а) стоимость определяется затратами рабочего времени на производство товара; б) стоимость определяется затратами труда на создание товара; в) стоимость определяется выплатами на заработную плату, ренту и прибыль; г) стоимость определяется полезностью блага. 25. Главная задача политической экономики по Д. Риккардо: а) исследование потребностей человека; б) исследование законов производства богатства общества; в) изучение законов распределения созданного продукта между классами; г) анализ спроса и предложения. 26. Чем определяется меновая стоимость по Д. Риккардо: а) полезностью блага; б) потребительной стоимостью; в) количеством труда при самых неблагоприятных условиях; г) количеством труда при средних условиях производства.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		27. Что нехарактерно для экономических взглядов Ж.Б. Сэя: а) развитие теории А. Смита о трех факторах производства; б) критика теории А. Смита в части определения стоимости как суммы доходов; в) земля, труд, капитал – равноправные факторы создания стоимости; г) наличие трех источников дохода – заработной платы, процента, ренты как доли общей стоимости национального продукта. 28. Что не соответствует «закону рынков» Ж.Б. Сэя: а) стоимость созданных товаров определяется суммой совокупных доходов, на которые и покупается товарная масса; б) кризисы перепроизводства невозможны, обеспечивается полная реализация произведенного продукта; в) в основе «закона рынков» лежит теория о трех факторах производства и трех источниках доходов; г) доходы общества никогда не соответствуют стоимости созданного общественного продукта и недостаточны для его полной реализации. 29. Предмет политической экономии по мнению Сисмонди: а) потребности человека, его чувства и страсти; б) количественные соотношения между заработной платой, прибылью и рентой; в) законы спроса и предложения; г) объективные законы развития экономики. 30. Причины кризисов перепроизводства, по мнению Сисмонди: а) сокращение дохода и спроса со стороны рабочих; б) стремление капиталистов к накоплению, в результате чего происходит уменьшение спроса со стороны капиталистов; в) сокращение спроса за счет сужения рынка; г) верны все ответы. 31. Что не соответствует взглядам П. Прудона: а) увековечение мелкой частной собственности и режима ее абсолютной свободы; б) критика частной собственности и рекомендации по ее устранению; в) признание безусловной необходимости индивидуальной свободы как двигателя экономической активности; г) ассоциация и коллективная организация труда противоречит свободе трудящихся. 32. Что не соответствует экономическим идеям Сен-Симона:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		а) социальная система с экономикой свободной конкуренции – это переходный этап к социально-справедливому индустриальному общественному устройству; б) переход к индустриальному справедливому обществу без революционных потрясений; в) в идеальном обществе исчезнут антагонистические классы; г) в новом социалистическом обществе будет устранен институт частной собственности. 33. Что характерно для экономических взглядов Ш. Фурье: а) критика классической политэкономии и свободной конкуренции, так как их результатом является социальная несправедливость, неравенство, нищета значительной части населения; б) основной организационной формой нового общества являются фаланги (предприятия-ассоциации, где рабочие являются акционерами с частной собственностью на акции); в) в фалангу входят как бедняки, вносящие свой вклад в общий фонд трудом, так и капиталисты, которые могут быть руководителями или становиться рабочими; г) верны все ответы. 34. Что является предметом исследования первого тома «Капитала» К. Маркса: а) процесс производства капитала; б) процесс обращения капитала; в) теория прибавочной стоимости; г) процесс производства и обращения, в целом. 35. Что создает конкретный труд по мнению К. Маркса: а) стоимость; б) потребительную стоимость; в) прибавочную стоимость; г) прибыль. 36. Марксистская теория: за счет, каких факторов увеличивается капитал: а) средства труда; б) предметы труда; в) денежные средства; г) рабочая сила. 37. Деление капитала на основной и оборотный, по К. Марксу, относится к капиталу: а) денежному; б) товарному; в) производительному; г) ссудному.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		38. Какое определение заработной платы сформулировал американский экономист Кэрри: а) заработная плата является минимумом средств существования; б) заработная плата зависит от спроса и предложения на рынке труда; в) заработная плата зависит от производительности труда рабочего; г) заработная плата – это вознаграждение за жертвы, которые несет рабочий, отказываясь от отдыха и свободного времени. 39. Что понимается под «производительным классом» в трактовке Ф. Кенэ: а) лица, занятые в промышленности; б) занятые в торговле; в) лица, занятые в сельском хозяйстве; г) земельные собственники. 40. В рамках теории физиократов: а) богатство создается в сельском хозяйстве; б) богатство создается не в торговле, а в производственном процессе; в) в экономике действуют объективные законы, которые не могут быть изменены волей правительства; г) «естественный порядок» основан на частной собственности и конкуренции. 41. Какие функции государства исключает классическая теория А. Смита: а) защита внешних границ; б) обеспечение правопорядка внутри страны; в) координация хозяйственной деятельности в стране; г) установление минимума налогов; д) организация учреждений, необходимых обществу, но невыгодных частному капиталу. 42. Определение стоимости по издержкам в теории А. Смита: а) стоимость определяется затратами рабочего времени на производство товара; б) стоимость определяется затратами труда на создание товара; в) стоимость определяется выплатами на заработную плату, ренту и прибыль; г) стоимость определяется полезностью блага. 43. Главная задача политической экономики по Д. Риккардо: а) исследование потребностей человека; б) исследование законов производства богатства общества; в) изучение законов распределения созданного продукта между классами; г) анализ спроса и предложения.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		44. Чем определяется меновая стоимость по Д. Риккардо: а) полезностью блага; б) потребительной стоимостью; в) количеством труда при самых неблагоприятных условиях; г) количеством труда при средних условиях производства. 45. Что нехарактерно для экономических взглядов Ж.Б. Сэя: а) развитие теории А. Смита о трех факторах производства; б) критика теории А. Смита в части определения стоимости как суммы доходов; в) земля, труд, капитал – равноправные факторы создания стоимости; г) наличие трех источников дохода – заработной платы, процента, ренты как доли общей стоимости национального продукта. 46. Что не соответствует «закону рынков» Ж.Б. Сэя: а) стоимость созданных товаров определяется суммой совокупных доходов, на которые и покупается товарная масса; б) кризисы перепроизводства невозможны, обеспечивается полная реализация произведенного продукта; в) в основе «закона рынков» лежит теория о трех факторах производства и трех источниках доходов; г) доходы общества никогда не соответствуют стоимости созданного общественного продукта и недостаточны для его полной реализации. 47. Предмет политической экономии, по мнению Сисмонди: а) потребности человека, его чувства и страсти; б) количественные соотношения между заработной платой, прибылью и рентой; в) законы спроса и предложения; г) объективные законы развития экономики. 48. Причины кризисов перепроизводства, по мнению Сисмонди: а) сокращение дохода и спроса со стороны рабочих;; б) стремление капиталистов к накоплению, в результате чего происходит уменьшение спроса со стороны капиталистов; в) сокращение спроса за счет сужения рынка; г) верны все ответы. 49. Что не соответствует взглядам П. Прудона: а) увековечение мелкой частной собственности и режима ее абсолютной свободы;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		б) критика частной собственности и рекомендации по ее устранению; в) признание безусловной необходимости индивидуальной свободы как двигателя экономической активности; г) ассоциация и коллективная организация труда противоречит свободе трудящихся. 50. Что не соответствует экономическим идеям Сен-Симона: а) социальная система с экономикой свободной конкуренции – это переходный этап к социально справедливому индустриальному общественному устройству; б) переход к индустриальному справедливому обществу без революционных потрясений; в) в идеальном обществе исчезнут антагонистические классы; г) в новом социалистическом обществе будет устранен институт частной собственности. 51. Что характерно для экономических взглядов Ш. Фурье: а) критика классической политэкономии и свободной конкуренции, так как их результатом является социальная несправедливость, неравенство, нищета значительной части населения; б) основной организационной формой нового общества являются фаланги (предприятия-ассоциации, где рабочие являются акционерами с частной собственностью на акции); в) в фалангу входят как бедняки, вносящие свой вклад в общий фонд трудом, так и капиталисты, которые могут быть руководителями или становиться рабочими; г) верны все ответы. 52. Что является предметом исследования первого тома «Капитала» К. Маркса: а) процесс производства капитала; б) процесс обращения капитала; в) теория прибавочной стоимости; г) процесс производства и обращения, в целом. 53. Что создает конкретный труд, по мнению К. Маркса: а) стоимость; б) потребительную стоимость; в) прибавочную стоимость; г) прибыль. 54. Марксистская теория: за счет, каких факторов увеличивается капитал: а) средства труда; б) предметы труда; в) денежные средства; г) рабочая сила.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		55. Деление капитала на основной и оборотный, по К. Марксу, относится к капиталу: а) денежному; б) товарному; в) производственному; г) ссудному. 56. Какое определение заработной платы сформулировал американский экономист Кэрри: а) заработная плата является минимумом средств существования; б) заработная плата зависит от спроса и предложения на рынке труда; в) заработная плата зависит от производительности труда рабочего; г) заработная плата – это вознаграждение за жертвы, которые несет рабочий, отказываясь от отдыха и свободного времени. Примерные индивидуальные домашние задания (ИДЗ) – темы рефератов: 1. Экономическая наука в эпоху дорыночной экономики: экономическая мысль Китая в трудах Конфуция, в трактате «Гуань-цзы». 2. Экономическая наука в эпоху дорыночной экономики на мусульманском Востоке: хозяйственные предписания Корана и взгляды. Ибн Хальдуна. 3. Методология экономической мысли древнеавилонского царства в законах царя Хаммурапи. 4. Экономическая наука в эпоху дорыночной экономики: особенности трактовок разделения труда, сущности и функций денег у Ксенофонта, Платона, Аристотеля. 5. Экономическая наука в эпоху дорыночной экономики: особенности методологии средневековой экономической науки как части богословия. 6. Экономическая наука в эпоху дорыночной экономики: особенности трактовок разделения труда, сущности и функций денег у Ксенофонта, Платона, Аристотеля. 7. Экономическая наука в эпоху дорыночной экономики: экономические идеи канонистов и взгляды Фомы Аквинского на разделение труда, богатство, деньги, торговую прибыль. 8. Экономическая наука в эпоху дорыночной экономики: экономическая мысль России и нормативный метод в сочинениях «Домострой» и «Правительница». 9. Экономическая наука России в эпоху дорыночной экономики: «Поучение» Владимира Мономаха» и Судебник Ивана III. 10. Экономические воззрения социалистов-утопистов: нормативный подход Томаса Мор. 11. Экономические воззрения социалистов-утопистов: нормативный подход Томмазо Кампанеллы. 12. Физиократия как первая целостная экономическая концепция классической школы.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		13. «Закон рынков» Ж.Б. Сэя как обоснование бескризисного развития экономики. 14. Разработка теоретических проблем классической школы в трудах Н. Сениора, Ф. Бастия, Г. Кэрри. 15. Российская антикрепостническая экономическая мысль: программа реформ А.Н. Радищева. 16. Экономическая мысль России: реформаторские проекты М.М. Сперанского: 17. Экономическая мысль России: проект Н.С. Мордвинова о создании государственного банка и учреждении крестьянского кооперативного банка. 18. Экономическая мысль России: сценарий Н.С. Тургенева о переходе к фермерству с расширением сферы государственных кредитов и займов. 19. Развитие капитализма в России: труды отечественных мыслителей в XVII – XIX вв. 20. Экономическое учение А. Смита: роль объективных законов («невидимой руки») в формировании экономических отношений. 21. Экономическое учение А. Смита: анализ разделения труда и учение о классах. 22. Экономическое учение А. Смита: трактовка стоимости, заработной платы, прибыли, ренты. 23. Экономическое учение А. Смита: теория денег, капитал и его структура. 24. Экономическое учение А. Смита: учение о воспроизводстве, «догма Смита». 25. Экономический либерализм А. Смита: роль свободного рынка как регулятора производства. 26. Эпоха промышленного переворота и ее отражение в трудах Д. Риккардо. 27. Особенности методологии Д. Риккардо: теория стоимости. 28. Особенности методологии Д. Риккардо: метод сравнительных издержек и учение о доходах. 29. Особенности методологии Д. Риккардо: тенденция к снижению размеров заработной платы и прибыли, номинальная и реальная заработная плата. 30. Новые подходы к анализу экономики в сочетании с традиционными положениями в разработках Дж.С. Милля. 31. Предмет и метод исследований Дж.С. Милля: Теория стоимости, проблема кредита и денег, теория доходов. 32. Анализ капиталистического производства в трудах К. Маркса. 33. Предмет и методология исследований К. Маркса: проблема товара и денег, учение о прибавочной стоимости. 34. Марксистская теория: учение о доходах, о капитале, его накоплении и воспроизводстве. 35. Экономические взгляды социалистов-утопистов, предпосылки возникновения и общая характеристика. 36. Критика экономики свободной конкуренции в трудах Ш. Фурье, К. Сен-Симона, Ж. Оуэна.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ОПК-1.2	Выбирает корректный инструментарий экономической теории для решения прикладных задач в профессиональной области	Вопросы для обсуждения (на практических занятиях). 1. Критика Ф. Листом классической политэкономии и его отношение к концепциям фритредерства и протекционизма. 2. Сравнение схем развития экономики Ф. Листа, В. Рошера, Б. Гильдебранда и К. Бюхера по критерию периодизации. 3. Метод абстракции в методологии старой, новой и новейшей исторической школы. 4. Роль государства в концепции новой исторической школы. Концепция «государственного социализма» как «третий путь». 5. «Идеальный тип хозяйства» в теории М. Вебера и роль протестантской этики в формировании «европейского промышленного капитализма». 6. Смена классической политической экономики теорией маржинализма и роль маржинализма в современной экономической науке. 7. «Теория вменения» К. Менгера и природа возникновения стоимости (ценности) экономических благ. Таблица К. Менгера. 8. Трактровка О. Бем-Бевека категории стоимости (ценности) и принцип убывающей полезности. «Теория ожидания». 9. Модели макроэкономического равновесия Л. Вальраса и типы экономики, разработка В. Парето проблемы общественного благосостояния. 10. Экономическая теория А. Маршалла и новизна определения рыночной цены в его трактовке. 11. Экономическая теория А. Маршалла: теория спроса, предложения, цен, доходов, эластичность спроса и предложения. 12. Теория предельной производительности факторов производства и концепция предпринимательской прибыли Дж. Б. Кларка. 13. Основные социально-экономические идеи общественных и политических движений в России начала XX века. 14. Альтернативность концепции А.В. Чаянова для развития аграрного сектора. 15. Вклад Н.Д. Кондратьева в мировую экономическую науку и его концепция народнохозяйственного планирования. 16. Теория больших циклов экономической конъюнктуры и длинных волнах в экономике Н.Д. Кондратьева и ее современное значение. 17. Исследование экономико-математических методов оптимального планирования в трудах российских ученых и их вклад в мировую науку. 18. Вклад в развитие экономической теории Е.Е. Слуцкого как одного из основателей праксеологии,

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		анализ поведения потребителей при изменении доходов и товарных цен. 19. Вклад в развитие экономической теории В.С. Немчинова в области экономической кибернетики, эконометрики, моделирования расширенного воспроизводства. 20. Вклад в развитие экономической теории В.В. Новожилова в области эффективности капитальных вложений при тождестве эффектов, цен и государственного регулирования. 21. Вклад в развитие экономической теории Л.В. Канторовича в области линейного программирования и оптимального использования производственных ресурсов. 22. Противоречивый характер российских экономических реформ в конце XX – начале XXI века. 23. Социально-экономические предпосылки институционализма. Отличие методологии институционализма от неоклассического направления экономической мысли. 24. Основные идеи о развитии социальной системы Т. Веблена в его работе «Теория праздного класса» и роль теории Дарвина в экономической концепции Т. Веблена. 25. Концепции Т. Веблена относительно общественных противоречий и путей решения этих противоречий. 26. Роль правовых норм в общественном развитии в теории Дж. Коммонса. 27. Теория социальных конфликтов Дж. Коммонса и роль конфликтов в развитии общества. 28. Сфера обращения как предмет исследований Дж. Коммонса и категория «титул собственности». 29. Предмет и методология исследований в разработках У. Митчелла и его вклад в развитие теории институционализма. 30. Методология и предмет исследований ученых на втором этапе развития институционализма (1940-1960 гг.): взгляды Дж.М. Кларка, А. Берля, Г. Минза, У. Ростоу на развитие общества. 31. Методология и предмет исследований на третьем этапе развития институционализма (1960-1970 гг.). Теория индустриального общества Дж. Гэлбрейта. 32. Анализ основных институциональных проблем в разработках Р. Коуза: теория трансакционных издержек, теория прав собственности. 33. Основные отличия методологии неoinституционализма от методологии институционализма. 34. Монополистическая конкуренция и модель Э. Чемберлена. 35. Соотношение уровня цен и объемов производства на конкурентном рынке, монополистическом рынке и рынке монополистической конкуренции. 36. Принципиальные отличия теории монополистической конкуренции Э. Чемберлена и теории несовершенной конкуренции Дж. Робинсон. 37. Взгляды П. Самуэльсона на положительные и отрицательные аспекты воздействия олигополии на общественное развитие.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		38. «Уравновешивающие силы монополии» Дж. Гэлбрейта и последствия деятельности крупных монополий. 39. Предмет и методология экономической теории Дж.М. Кейнса. 40. Кейнсианская трактовка экономических категорий «кризис», «безработица», «совокупный спрос», «процент», «деньги». 41. «Основной психологический закон» Кейнса и экономическая роль государства. 42. Экономическое равновесие: нарушение равновесия, причины и последствия. 43. Функциональная зависимость инвестиций, занятости, потребления и доходами у Дж.М. Кейнса. 44. Кейнсианская экономическая политика и меры государственного регулирования Дж.М. Кейнса. 45. Шведская модель «государства всеобщего благоденствия» и проблемы регулирования экономики. 46. Политика дирижизма по Франции: концепция «гармонизированного роста», индикативное планирование. 47. Концепция экономических циклов А. Хансена, механизм действия мультипликатора и акселератора в кумулятивном процессе. Антициклическое регулирование. 48. Теория Р. Харрода: статика и динамика, роль «капитального коэффициента» в определении темпов роста. 49. Методологические различия неоклассической и неокейнсианской теории. Неоклассический синтез. 50. Причины формирования неоклассического направления и неоконсерватизм как его сущность. 51. Теория экономики предложения и эффект Лэффера как характеристика влияния государственной политики на уровень деловой активности. 52. Школа рациональных ожиданий и ее разработки в неоклассическом направлении. 53. Методология австрийской и неоавстрийской школ как вклад в развитие неоклассического направления. 54. Теоретическое обоснование концепции свободного рынка и невмешательства государства в экономику сработавших Ф. Хайека. 55. Концепция распыленного знания Ф. Хайека и его идея антирационализма. 56. Теория «ортолиберализма» и концепция социального рыночного хозяйства Фрайбургской школы. 57. Концепция «вера экономик» В. Ойкена. 58. Монетаристская теория и методология монетаристской концепции М. Фридмана. Ее принципиальные отличия от положений кейнсианской теории. 59. Особая роль денежной массы в экономике в монетаристской теории и возможные меры государ-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		ственного регулирования. 60. Исследование принципиальных различий положений школы рациональных ожиданий и монетаристской концепцией. 61. Основные социально-экономические идеи общественных и политических движений в России начала XX века. 62. Альтернативность концепции А.В. Чаянова для развития аграрного сектора. 63. Вклад Н.Д. Кондратьева в мировую экономическую науку и его концепция народнохозяйственного планирования. 64. Теория больших циклов экономической конъюнктуры и длинных волнах в экономике Н.Д. Кондратьева и ее современное значение. 65. Исследование экономико-математических методов оптимального планирования в трудах российских ученых и их вклад в мировую науку. 66. Вклад в развитие экономической теории Е.Е. Слуцкого как одного из основателей праксеологии, анализ поведения потребителей при изменении доходов и товарных цен. 67. Вклад в развитие экономической теории В.С. Немчинова в области экономической кибернетики, эконометрики, моделирования расширенного воспроизводства. 68. Вклад в развитие экономической теории В.В. Новожилова в области эффективности капитальных вложений при тождестве эффектов, цен и государственного регулирования. 69. Вклад в развитие экономической теории Л.В. Канторовича в области линейного программирования и оптимального использования производственных ресурсов. 70. Противоречивый характер российских экономических реформ в конце XX – начале XXI века. Примерные индивидуальные домашние задания (ИДЗ) – темы рефератов: 1. Первый и второй законы Г. Госсена как математическая интерпретация основных принципов теории предельной полезности. 2. Превращение математики из метода изложения в метод исследования в работах У. Джевонса. 3. Исторический характер распределения и противопоставление законов распределения законам производства в работах Дж. Милля. 4. «Идеальный тип хозяйства» в теории М. Вебера. 5. Исследование применения метода абстракции в методологии старой, новой и новейшей исторической школы. 6. Концепция «государственного социализма» как «третий путь» в методологии новой исторической школы.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		7. Научное значение моделей макроэкономического равновесия Л. Вальраса. 8. Начало неоклассической политэкономии в работах А. Маршалла: основы микроэкономики. 9. Концепция эластичности спроса А. Маршалла как элемент механизма рыночного формирования цен. 10. Теория предельной производительности факторов производства и концепция предпринимательской прибыли Дж. Б. Кларка. 11. Методология разработок российской экономико-математической школы. 12. Методологический подход Л.В. Канторовича к решению проблем оптимального использования производственных ресурсов. 13. Развитие экономической теории В.В. Новожиловым в области эффективности капитальных вложений. 14. Методология организационно-производственной школы и вклад А.В. Чаянова в теорию семейно-трудового экономического хозяйства. 15. Мировое значение теоретических разработок Н.Д. Кондратьева в области циклического развития экономики. 16. Экономико-математические исследования советских экономистов: разработка В.С. Немчиновым теории плановых расчетов и общей математической методологии. 17. Российская экономическая мысль и особенности методологии экономической науки в период до отмены крепостного права. 18. Российская экономическая мысль и особенности методологии экономической науки в период после отмены крепостного права. 19. Российская экономическая мысль и особенности методологии экономической науки в советский период. 20. Российская экономическая мысль и особенности методологии экономической науки в постсоветский период. 21. Кейнсианская экономическая политика и ее доминирование в первой половине XX века. 22. Проблема занятости и безработицы в экономической теории Дж.М. Кейнса и критика «закона Сэя». 23. Концепция «эффективного спроса» Дж.М. Кейнса и анализ склонности к потреблению и сбережению. 24. Парадокс роста сбережений, инвестиции как главный фактор совокупных расходов у Дж.М. Кейнса. 25. Норма процента как центральная категория теории Дж.М. Кейнса и «предпочтение ликвидности».

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		26. Концепция мультипликатора в кейнсианской теории как показателя эффективности государственного регулирования экономики. 27. Исследование методологии экономических теорий некейнсианства и неоклассический синтез. 28. Принцип акселератора как выражение зависимости прироста инвестиций от прироста доходов и влияние роста доходов и потребительского спроса на рост инвестиций в производство. 29. Неолиберализм как современное направление в экономической науке и практике хозяйственной деятельности. Принцип саморегулирования как альтернатива кейнсианству. 30. Разработки Лондонской школы как одного из центров неолиберализма. 31. Разработки Фрайбургской школы как одного из центров неолиберализма. 32. Разработки Чикагской школы как одного из центров неолиберализма. 33. «Ортолиберализм» («средний путь») как западногерманская доктрина неолиберализма. «Школа Ойкена». 34. Сочетание свободы рынка и справедливого распределения прибыли по принципу «социального выравнивания» в концепции «социального рыночного хозяйства». 35. Концепция «экономического гуманизма» В. Ойкена как «третий путь» организации экономической жизни. 36. Приоритет свободы человека и идея «спонтанного порядка» в неолиберальной концепции Ф. Хайека. 37. Проблема информации и ограниченности человеческого знания в неолиберальной концепции Ф. Хайека. 38. Неоконсервативное направление неоклассицизма: монетаризм и теория экономики предложения. 39. Методология разработок российской экономико-математической школы. 40. Методологический подход Л.В. Канторовича к решению проблем оптимального использования производственных ресурсов. 41. Развитие экономической теории В.В. Новожиловым в области эффективности капитальных вложений. 42. Методология организационно-производственной школы и вклад А.В. Чаянова в теорию семейно-трудового экономического хозяйства. 43. Мировое значение теоретических разработок Н.Д. Кондратьева в области циклического развития экономики. 44. Экономико-математические исследования советских экономистов: разработка В.С. Немчиновым теории плановых расчетов и общей математической методологии. 45. Российская экономическая мысль и особенности методологии экономической науки в период до отмены крепостного права.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		46. Российская экономическая мысль и особенности методологии экономической науки в период после отмены крепостного права. 47. Российская экономическая мысль и особенности методологии экономической науки в советский период. 48. Российская экономическая мысль и особенности методологии экономической науки в постсоветский период.

Деньги, кредит, банки

ОПК-1.1	Использует фундаментальные экономические знания (на промежуточном уровне) при решении прикладных задач в профессиональной области	Перечень теоретических вопросов к экзамену: 1. Происхождение денег и их эволюция: концепции происхождения денег. Предпосылки появления денег. 2. Сущность денег. Деньги как экономическая категория. Форм стоимости. 3. Теории денег: металлистическая, номиналистическая, количественная и т.д. 4. Виды денег и их особенности. 5. Функции денег, их характеристика и развитие. Функция денег как мера стоимостей и масштаб цен. 6. Функции денег, их характеристика и развитие. Деньги как средство обращения. 7. Функции денег, их характеристика и развитие. Деньги как средство образования сокровищ и накоплений. 8. Функции денег, их характеристика и развитие. Деньги как средство платежа. 9. Функции денег, их характеристика и развитие. Функция мировых денег. 10. Роль денег в экономике и социальной сфере. Особенности проявления роли денег при разных моделях экономики. 11. Денежные системы: понятие и функции. 12. Денежные системы: понятие и элементы. Характеристика отдельных элементов. 13. Основные типы денежных систем, их разновидности и развитие: товарные денежные системы, системы металлического обращения, фидуциарные денежные системы.
---------	---	--

<i>Код индикатора</i>	<i>Индикатор достижения компетенции</i>	<i>Оценочные средства</i>
		14. Система металлического обращения: биметаллизм и монометаллизм и их характеристика. 15. Система обращения кредитных и бумажных денег и ее особенности при административно-распределительной и рыночной системах. 16. Денежная система России, генезис ее развития. 17. Эволюция денежных (валютных) систем: Парижская, Генуэзская, Бреттон-Вудская, Ямайская, Европейская. 18. Понятия: “денежный оборот”, “платежный оборот”, “денежно-платежный оборот”. Каналы движения денег. 19. Структура денежного оборота. Классификация денежного оборота по различным признакам. 20. Особенности денежного оборота при разных моделях экономики: в условиях административно-распределительной и рыночной моделях. Задачи денежного оборота при обслуживании системы рыночных отношений. 21. Денежная масса и ее структура (денежные агрегаты). Факторы, влияющие на величину денежной массы. Скорость обращения денег. 22. Законы денежного обращения и методы государственного регулирования денежного оборота. 23. Налично-денежный оборот, его понятие и экономическое содержание, принципы организации. 24. Экономическая сущность безналичных расчетов и принципы их организации. 25. Формы безналичных расчетов: акцептная, расчеты платежными поручениями, расчеты платежными требованиями-поручениями, расчеты аккредитивами, расчеты чеками. 26. Эмиссия денег и организация эмиссионных операций. Выпуск денег в хозяйственный оборот. 27. Денежный (банковский) мультипликатор. 28. Сущность, причины, формы проявления инфляции. Инфляция как экономическая категория. Инфляция как многофакторный процесс. Возникновение и распространение инфляции. 29. Типы и виды инфляции, отличительные особенности современного этапа. Инфляция спроса и инфляция издержек, факторы их определяющие. 30. Разновидности инфляции: локальная, мировая, импортируемая, экспортируемая, открытая, скрытая, подавленная, ползучая, галопирующая, гиперинфляция и их характеристика. 31. Социально-экономические последствия инфляции. Основные аспекты ее воздействия на процесс производства. 32. Регулирование инфляции: методы, границы, противоречия. Формы и методы антиинфляционной политики. 33. Денежные реформы, их виды и характеристика и роль в развитии инфляции. Методы стабилизации

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		валют. 34. Кредит и его необходимость. Кругооборот и оборот производственных фондов - материальная основа возможности возникновения кредитных отношений. Условия возникновения кредита. 35. Сущность ссудного капитала, его понятие. Особенности ссудного капитала, его отличие от торгового и промышленного капитала. Внутренние и внешние источники ссудного капитала и их характеристика. 36. Сущность кредита. Отличие кредитных отношений от денежных. Субъекты кредитных отношений и их характеристика. Объект кредита, его особенности. Стадии движения кредита. 37. Роль и границы кредита. Роль кредита в развитии рыночной экономики. Внешние и внутренние границы кредита. 38. Функции кредита и их характеристика. 39. Принципы кредита: возвратность, срочность, платность, обеспеченность, целевой и дифференцированный характер кредита. 40. Законы и закономерности кредитных отношений. Основные признаки законов кредита. Виды законов и их характеристика. 41. Формы кредита и их классификация в зависимости от ссуженной стоимости, от кредитора и заемщика, от целевых потребностей заемщика. 42. Банковский кредит как основная форма кредита: его виды, принципы и объекты кредитования. Формы обеспечения возвратности кредита. 43. Коммерческий кредит и его виды. Особенности использования в современных условиях. 44. Потребительский кредит и его виды. Характеристика отдельных видов. Развитие потребительского кредита в современных условиях. 45. Государственный кредит и его характеристика. 46. Международный кредит: понятие, субъекты, функции, валютно-финансовые условия международного кредита. Классификация форм международного кредита по назначению, видам, технике предоставления, валюте займа, срокам, обеспечению, в зависимости от категории заемщика. 47. Кредитная система: понятие и структура. 48. Банковская система, ее понятие с институциональной и функциональной точек зрения. Функции, виды и факторы, определяющие ее функционирование. 49. Элементы банковской системы и их характеристика: банки и небанковские кредитные организации, банковская инфраструктура, банковское законодательство. 50. Центральные банки и основы их деятельности. Возникновение Центральных банков, их функции, особенности.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		51. Правовой статус, цели деятельности, функции Банка России. Размер уставного капитала. Органы управления Банка России. 52. Активы и пассивы Банка России. Операции по их формированию. 53. Денежно-кредитная политика ЦБ РФ. 54. Происхождение коммерческих банков. Характеристика коммерческого банка как субъекта экономики. Функции коммерческого банка в условиях рыночной экономики. 55. Принципы деятельности коммерческого банка. Отличие коммерческих банков от других субъектов финансового рынка. 56. Ресурсы и пассивные операции коммерческих банков. Собственные средства банков, заемные, привлеченные и эмитированные средства. Источники формирования. Значение пассивных операций в деятельности коммерческого банка. 57. Банковские активы их структура. Активные операции коммерческих банков: их классификация. 58. Организационная и управленческая структура коммерческих банков.
ОПК-1.2	Выбирает корректный инструментарий экономической теории для решения прикладных задач в профессиональной области	Задания: 1. Проставьте последовательность платежей при недостаточности денежных средств у предприятия a. Выдача денежных средств для оплаты труда сотрудников, работающих по трудовому договору. b. Перечисление налога на прибыль. c. Оплата за товар по счёту-фактуре. d. Списание по исполнительным документам для удовлетворения требований о возмещении вреда, причиненного здоровью. e. Отчисления в Пенсионный фонд РФ f. Оплата коммунальных платежей. g. Выплата выходных пособий. 2. Составить балансовый отчет ЦБ на основе следующих данных в млрд руб.: золотые сертификаты - 15; ценные бумаги - 110; банкноты, выпущенные в обращение, - 70; резервы коммерческих банков - 40; другие активы - 5; депозиты министерства финансов - 10; ссуды коммерческим банкам - 5. Найти величину других обязательств. 3. На основе показателей (тыс. руб.), приведенных ниже, построить баланс банка. — Уставный фонд - 2 225 000; — Прибыль - 8 234 786;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		— Касса - 2 640 490; — Счета в других банках (корреспондентские счета) - 8 529 915; — Средства в Банке РФ - 7 751 013; — Кредиты, выданные банком, - 57 387 834; — Средства на счетах банка других банков - 1 435 271; — Прочие пассивы - 7 865 015; — Другие фонды - 4 378 300; — Вклады и депозиты - 6 400 000; — Иностранная валюта и расчеты по валютным операциям (пассив) - 2 987 810; — Приобретение ценных бумаг - 1 309 000; — Прочие активы - 17 305 731; — Иностранная валюта и расчеты по валютным операциям (актив) - 3 491 735; — Здания и основные средства - 653 910; — Участие в совместной деятельности - 120 205; — Кредиты, полученные от других банков, - 30 015 020; — Остатки на расчетных и текущих счетах - 35 648 631. 4. При создании банка было выпущено 1 500 обыкновенных акций номиналом 1 000 руб., которые были проданы по курсу 1300 руб. Кроме того, за два года деятельности нераспределенная прибыль банка составила 60 000 руб. и 80 000 руб. соответственно. Привилегированных акций банк не выпускал. Определить размер капитала банка спустя два года после начала его деятельности.
Бизнес в глобальном контексте		
ОПК-1.1	Использует фундаментальные экономические знания (на промежуточном уровне) при решении прикладных задач в профессиональной области	. Перечень теоретических вопросов 1. Понятие и формы международного бизнеса. 2. Международный бизнес в условиях глобализации. 3. Международное предпринимательство: понятие, формы, функции. 4. История развития международного предпринимательства. 5. Предпринимательская деятельность в России с древних времен до настоящего времени. 6. Правовые основы мирового бизнеса. 7. Технологические аспекты мирового бизнеса. 8. Политические аспекты мирового бизнеса.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		9. Роль культуры в международном бизнесе. 10. Этика и социальная ответственность в мировом бизнесе. 11. Понятие МХ. Эволюция развития МХ. 12. Международное разделение труда – основа развития мирового хозяйства 13. ТНК: происхождение, особенности деятельности, структура организации. 14. Последствия проникновения ТНК на рынки развивающихся стран и остального мира. 15. Сущность, типы, формы, механизм интеграции. 16. Базовые теории международной торговли. Теория меркантилистов, абсолютного и относительного преимущества в торговле. Торговля в условиях растущих издержек замещения. Примерные варианты творческих заданий Возникают ли, по Вашему мнению, в современном мире условия для развития национальных государств и транснациональных корпораций? Приведите примеры положительного и отрицательного влияния деятельности ТНК в разных странах.
ОПК-1.2	Выбирает корректный инструментарий экономической теории для решения прикладных задач в профессиональной области	Перечень теоретических вопросов 1. Основные элементы инновационного бизнеса. 2. Приоритеты государства в промышленно развитых странах в инновационной деятельности. 3. Характеристика наиболее наукоемких отраслей международного бизнеса. 4. Международный бизнес в агропромышленном комплексе. 5. Международный бизнес в топливно-энергетическом комплексе. 6. Международный бизнес в металлургическом комплексе. 7. Международный бизнес в машиностроительном комплексе Примерные тесты 1. Диверсификация экспорта страны – это: А) увеличение в экспорте страны различного вида продукции; Б) увеличение специализации страны на производстве какого-либо одного вида продукции, на основе международного разделения труда; В) наращивание в экспорте страны одного вида товара; Г) снижение экспорта страны и наращивание импорта. 2. Какая из перечисленных особенностей делает компанию многонациональной: А) продажа товаров в зарубежных странах; Б) проведение маркетинговых исследований в зарубежных странах;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		В) использование работников разных национальностей; Г) производство товаров в зарубежных странах. 3. Какое из перечисленных утверждений неверно по отношению к многонациональному предприятию: А) многонациональные предприятия могут иметь частную, государственную или смешанную собственность; Б) многонациональные предприятия обычно имеют централизованный офис, однако производство осуществляется в нескольких странах; В) производственные и рыночные операции многонационального предприятия сосредоточены в стране официальной регистрации; Г) одна из особенностей многонационального предприятия – это много- национальный характер управляющих.
Экономика: избранные главы		
ОПК-1.1	Использует фундаментальные экономические знания (на промежуточном уровне) при решении прикладных задач в профессиональной области	Кейс «Проблема ограниченности ресурсов» Вопрос ограниченности ресурсов в современном мире является одним из самых актуальных. Удовлетворение потребностей общества напрямую зависит от создания благ. Увеличение численности населения планеты, возрастание и усложнение потребностей, рост объемов производства и ускорение научно-технического прогресса (НТП) требует все большего количества ресурсов для производства благ. Наиболее остро стоит проблема ограниченности природных ресурсов. Так по подсчетам исследователей Международного энергетического агентства (IEA), топлива всех видов на планете хватит на 800 лет (оптимистический прогноз), а при возрастании темпов НТП – на 150 лет (пессимистический прогноз). Основными видами топлива в настоящее время являются нефть, природный газ и уголь. Мировое потребление ископаемых видов топлива составляет около 12 млрд т. в год. За последние 20 лет мировое энергопотребление возросло на 30% (и этот рост продолжится в связи ростом потребностей бурно развивающихся стран азиатского региона). В будущем существует угроза дефицита энергии и топлива, что уже сейчас проявляется в энергетических кризисах (в 1973, 1990, 2000, 2005, 2009, 2011 годах). Все большую актуальность приобретает политика энергосбережения и повышения энергоэффективности. Создаются новые виды топлива (например, биотопливо – топливо из биомассы). Идет развитие альтернативных источников энергии: солнечной энергетики, ветроэнергетики, гидротермальной энергетики. В 2010 году в Евросоюзе доля электроэнергии, получаемой из альтернативных источников, составляла 12,5%. Однако в целом на альтернативные источники энергии приходится всего около 1% мировой выработки электроэнергии.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		По оценкам Международного энергетического агентства по запасам нефти Россия занимает 5-е место в мире (60 млрд баррелей), по запасам газа – 1-е место (1,7 трлн куб. футов). Однако при современных темпах роста потребления запасы сырой нефти могут быть исчерпаны через 30-40 лет, природного газа - через 60-80 лет. При этом энергоемкость российской экономики вдвое выше, чем мировой экономики в целом, и в 3 раза, чем в странах Евросоюза и Японии. Основную роль в этом играют устаревшее оборудование и технологии производства на большинстве предприятий. Особо низкой энергоэффективностью отличается сфера ЖКХ, также добывающая и перерабатывающая промышленность, строительство, транспорт и другие отрасли. Вопросы 1. Какие факторы влияют на рост потребностей в топливно-энергетических ресурсах? 2. Как ограниченность топливно-энергетических ресурсов влияет на поиск более эффективных способов их использования? 3. Каковы, по вашему мнению, возможности и пути преодоления энергетического кризиса? 4. Назовите причины высокой энергоемкости российской экономики. 5. В каких направлениях необходимо проводить политику энергосбережения в России? Кейс: «ВВП и уровень жизни» Наш главный вопрос: является ли ВВП адекватным измерителем уровня жизни населения страны? Во многих случаях статистика ВВП создает впечатление, что экономическое положение улучшается, в то время как большинство граждан на своем повседневном опыте этого не чувствуют. Кроме того, сосредоточенность на росте ВВП приводит к противоречию. Политические лидеры видят свою задачу в стимулировании экономического роста. Но одновременно с этим граждане требуют от них и борьбы с загрязненностью воздуха, говорят о необходимости снижения уровня шума и повышения качества воды. Между тем меры, направленные на эти цели, могут привести к снижению роста ВВП. Вопросы: 1. В чем несовершенство показателя ВВП, как измерителя уровня жизни? 2. Почему ряд стран (например, Австралия, Корея) ввели в свою статистику показатель “зеленый ВВП”?
ОПК-1.2	Выбирает корректный инструментарий экономической теории для решения прикладных задач в профессиональной области	Вопросы для обсуждения: 1. Модель малой открытой экономики с совершенной мобильностью капитала (долгосрочный аспект): предпосылки, условия равновесия на макроэкономических рынках, механизм достижения общего экономического равновесия. Анализ влияния на долгосрочное равновесие бюджетно-налоговой политики в стране и за рубежом, внешнеторговой политики, сдвигов инвестиционного спроса.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		2. Модель краткосрочного равновесия в малой открытой экономике с совершенной мобильностью капитала. Моделирование последствий бюджетно-налоговой, кредитноденежной, внешнеторговой политики при различных валютных режимах. Анализ влияния экономической политики за рубежом на краткосрочное равновесие. Процесс перехода от краткосрочного равновесия к долгосрочному. 3. Модель открытой экономики с несовершенной мобильностью капитала (долгосрочный аспект): предпосылки, условия равновесия на макроэкономических рынках, механизм достижения общего экономического равновесия. 4. Анализ влияния на долгосрочное равновесие бюджетно-налоговой политики в стране и за рубежом, внешнеторговой политики, сдвигов инвестиционного спроса. 5. Модель открытой экономики с несовершенной мобильностью капитала (краткосрочный аспект): предпосылки, условия равновесия на макроэкономических рынках, механизм достижения общего экономического равновесия. 6. Моделирование последствий бюджетно-налоговой, кредитно-денежной, внешнеторговой политики при различных валютных режимах. 7. Совокупный спрос в открытой экономике с различными валютными режимами. 8. Мультипликаторы экономической политики в моделях открытой экономики при фиксированном и плавающем валютном курсе. Анализ сравнительной эффективности бюджетно-налоговой, кредитно-денежной и внешнеторговой политик при различных валютных режимах. 9. Учет в моделях открытой экономики зависимости чистого экспорта от дохода: последствия в этом случае экономической политики при различных валютных режимах, мультипликаторы и эффективность экономической политики. Сравнительный анализ результатов представленных моделей. 10. Применение моделей открытой экономики к анализу эффективности экономической политики в России. Анализ сравнительной эффективности бюджетно-налоговой, кредитноденежной и внешнеторговой политик в российской экономике в периоды действия плавающего валютного курса и поддержания валютного коридора. 11. На семинаре по институциональной экономике два студента спорят. Один утверждает: «Для уверенности в том, что обязательства по контракту будут выполнены, сторонам надо учесть и предвидеть все возможные обстоятельства, которые могут произойти, внести их в контрактное соглашение и заверить его у нотариуса. Такой контракт и называется термином «фирма». Другой возражает: «В таком случае существование фирм как таковых вообще невозможно». Как Вы полагаете, кто из студентов, прав в этом споре? 12. Какая организационная форма фирмы была бы, на Ваш взгляд, наиболее рациональной для фирм, ставящих перед собой следующие задачи: а) создание банка для финансирования инвестиций в строительной индустрии; б) организация посреднической конторы по найму-сдаче жилой площади; в)

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		формирование промышленного комплекса по добыче и обогащению руд цветных металлов; г) изготовление и продажа шерстяных изделий ручной вязки. Кейс-задания «Кейнсианство или монетаризм. Кто прав?» А что бы вы ответили на этот риторический вопрос? Кто прав? У кого искать советы, как и кому теперь верить? Для того чтобы разобраться в понятиях и найти ответы проведем параллели. Регулирование или дерегулирование. Кейнсианцы считают, что государство в лице государственных органов, должно активно вмешиваться в экономику страны, и не только вмешиваться, но и руководить этой экономикой. Монетаристы же полагают, что государство как можно меньше должно вмешиваться в работу экономики страны. Рынок, как самоорганизующаяся система, всегда лучше любого государственного регулирования создаст условия для поступательного развития экономики. Как выйти из кризиса. Кейнсианцы советуют: для того, чтобы вывести экономику из кризиса, нужно за счет государственного финансирования реализовывать крупномасштабные проекты, прежде всего в строительстве. Это может быть, как строительство дорог и другой инфраструктуры, так и сооружение больших спортивных и культурных сооружений. Монетаристы советуют: чтобы вывести экономику из кризиса, нужно максимально уменьшать государственные расходы, и прежде всего, уменьшать, или хотя бы не допускать, рост госдолга. Они тоже считают, что без помощи из кризиса не выбраться и склоняются к тому, что эмиссия национальной валюты во время кризиса — это хорошая идея. Показатели экономики. Кейнсианцы считают, что главными показателями для оценки, а, главное, для прогнозирования и планирования экономического состояния являются ВВП, индексы промышленного производства, показатели выпуска и реализации продукции. Монетаристы считают, что показатели ВВП и другие товарные показатели являются неэффективными ориентирами для принятия общегосударственных экономических решений.. Поэтому монетаристы предлагают использовать монетарные показатели M0, M1, M2, M3 и еще денежную базу. Инфляция и безработица. Кейнсианцы считают, что если выбирать что хуже, высокая инфляция или высокая безработица, то стоит опасаться высокой безработицы. При этом они согласны, что если для снижения безработицы приходится допустить высокий показатель инфляции, то это нормальное явление. Монетаристы считают, что высокая инфляция большее зло, чем высокая безработица. Почему кейнсианцы для выхода из кризиса советуют реализовывать крупномасштабные проекты?

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Почему монетаристы считают показатель ВВП неэффективным? Какая на ваш взгляд теория наиболее эффективна?
Учебная - практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности		
ОПК-1.1	Использует фундаментальные экономические знания (на промежуточном уровне) при решении прикладных задач в профессиональной области	Задание: 1. Анализ организационной структуры организации. 2. Анализ технического задания на выполнение научно-исследовательской работы (НИР), целей и задач исследований, исходных данных, требований и ограничений. 3. Изучить компоненты организационной структуры организации. 4. Изучить правовое обеспечение деятельности по организации государственного управления и местного самоуправления развитие 5. Изучить информационную систему управления организации (базы данных, коммуникационный процесс, информационный процесс, документооборот и организация делопроизводства, совершенствование информационной системы управления).
ОПК-1.2	Выбирает корректный инструментарий экономической теории для решения прикладных задач в профессиональной области	Задание: 1. Ознакомление с обоснованиями актуальности исследований, научной новизны и практической значимости результатов работы. 2. Изучение примененных методов исследований 3. Изучение нормативно-методической базы исследований. 4. Анализ программного обеспечения исследования. 5. Анализ отчетной документации, изучение правил оформления отчета о НИР
ОПК-2 – Способен осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач		
Математика		
ОПК-2.1	Производит поиск и сбор данных для формирования базы статистического исследования	Примерные практические задания для экзамена и зачета: 1. Вычислите пределы: $\text{а) } \lim_{x \rightarrow \infty} \frac{1 + 4x - x^4}{x + 3x^2 + 2x^4}; \text{ б) } \lim_{x \rightarrow 0} \frac{3x \cdot \arcsin 2x}{\cos x - \cos^3 x}; \text{ в) } \lim_{x \rightarrow 3} \frac{\sqrt{2x-1} - \sqrt{5}}{x-3}.$ 2. Найдите $\frac{dy}{dx}$ для функций: а) $y = e^{4x-x^2}$. б) $\begin{cases} x = \operatorname{ctg} 2t, \\ y = \ln \sin 2t \end{cases}$ 3. Найти производные следующих функций.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		$y = \sin x + \frac{1}{x}$ $y = e^x + \operatorname{tg} x$ $y = e^x + 1, \frac{x}{2} + \frac{x}{\sqrt{x^2 + 1}}$ $y = e^x + 4e^{3+x}$ $x - y - e^x y + 2 = 0$ Найти производные второго порядка (y'') $y = e^{t^2} \sqrt{x+1}$ $\begin{cases} x = t^2 - 1, \\ y = 1 + t^3. \end{cases}$ 4. Вычислить: а) $\sqrt[3]{-\sqrt{3} + i}$, б) e^{-i}. 5. Найти неопределённый интеграл: а) $\int \sin 3x \cdot \cos 5x dx$, б) $\int \frac{1 - \cos x}{(x - \sin x)^2} dx$, в) $\int (2x + 5) \cdot e^x dx$. 6. Вычислить определенный интеграл $\int_2^{\sqrt{20}} \frac{x dx}{\sqrt{x^2 + 5}}$. 7. Вычислить определенный интеграл $\int_0^1 4x \cdot \arcsin x dx$. 8. Найти площадь фигуры, ограниченной линиями: $x = 4$, $y^2 = 4x$. 9. Исследовать на экстремум функцию $z = x^2 - 2xy + 4y^3$ 10. Решите задачу Коши: $y \cos^2 x dy = (e^{x^2} + 1) dx$, $y(0) = 0$.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ОПК-2.2	Обрабатывает и анализирует статистическую информацию с использованием методов экономического анализа, статистики и специальных программных средств, получает обоснованные выводы и предлагает возможные варианты решения поставленной экономической задачи	Примерные практические задания и задачи Задание 1. Составьте алгоритм решения задачи. Задание 2. Вычислите приближенно $y = \sqrt[5]{x^2}$ при $x = 1,03$. Задача 3. Вычислите предел по правилу Лопиталя $\lim_{x \rightarrow 2} \frac{\arcsin \sqrt{x-4}}{x^2-4}$. Задание 4. Сформулируйте необходимое условие экстремума функции одной переменной. Задача 5. Исследовать функцию и построить её график: $y = 2 + \frac{12}{x^2-4}$. Задача 6. Каков геометрический смысл определенного интеграла от данной функции в данном интервале в декартовой системе координат? Задание 7. Укажите верное утверждение о функции двух переменных: - градиент перпендикулярен касательной плоскости; - градиент является производной по направлению; - градиент является касательной к линии уровня; - градиент определяет направление максимальной скорости изменения функции. Задание 8. Укажите ЛОЖНОЕ утверждение о функции двух переменных: - непрерывная функция всегда дифференцируема; - функция, имеющая предел в точке M, может быть разрывна в этой точке; - у дифференцируемой функции существуют частные производные; - из непрерывности частных производных в точке M следует дифференцируемость функции в этой точке. Задание 9. Провести полное исследование функций и построить их графики: _____. _____. _____. Задание 10. Найти наибольшее и наименьшее значение функции _____ на отрезке _____: _____. _____. _____.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
Статистика		
ОПК-2.1	Производит поиск и сбор данных для формирования базы статистического исследования	Вопросы — Статистическое наблюдение. Формы наблюдения. Виды наблюдения. Подготовительные работы к наблюдению. Контроль данных. Приемы первичной обработки данных. — Сводка, ее задачи и значение. — Группировка и ее принципы. — Виды группировок. Принципы выбора группировочных признаков. — Статистические таблицы. Элементы таблиц. — Виды таблиц. Их значение и практическое применение. — Понятие об индексах, виды индексов.. — Агрегатный индекс. Принципы построения агрегатных индексов объема и индексов качественных показателей. — Цепной метод исчисления индексов и условия его применения. — Агрегатные индексы с переменными и постоянными весами. Взаимосвязь индексов. — Использование индексного метода при анализе изменения сложных показателей. Схема разложения абсолютного прироста по факторам — Методы анализа рядов динамики. — Виды и формы взаимосвязей, различаемые статистикой. Роль качественного анализа в изучении связей. — Способы отбора, обеспечивающие репрезентативность выборки. Классификация способов формирования выборочной совокупности
ОПК-2.2	Обрабатывает и анализирует статистическую информацию с использованием методов экономического анализа, статистики и специальных программных средств, получает обоснованные выводы и предлагает возможные варианты решения поставленной эконо-	Тестовые задания и вопросы 1.1. Назовите в качестве примера сферы общественной жизни, изучаемые статистикой. 1.2. Сформулируйте определение статистики как науки и дайте ему соответствующее обоснование. 1.3. Дайте характеристику основным чертам определения предмета статистики: а) Почему статистика является общественной наукой? б) Почему статистика изучает количественную сторону общественных явлений в связи с их качественным содержанием?

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	мической задачи	в) Почему статистика изучает массовые явления? г) Почему каждое статистическое исследование должно опираться на изучение всех относящихся к данному вопросу фактов? 1.4. К каким видам (количественным или атрибутивным) относятся следующие признаки: а) количество работников на фирме; б) родственные связи членов семьи; в) пол и возраст человека; г) социальное положение вкладчика Сбербанка; д) этажность жилых помещений; е) количество детей в семье; ж) розничный товарооборот торговых объединений. 1.5. Укажите, какие совокупности можно выделить в высшем учебном заведении для статистического изучения? 1.6. Укажите, какие можно выделить статистические совокупности кредитных учреждений; сферы потребительского рынка; крестьянских хозяйств. 1.7. Какими количественными и атрибутивными признаками можно охарактеризовать совокупность студентов вуза? 1.8. Исследуется совокупность коммерческих банков Москвы. Какими количественными и качественными признаками можно ее охарактеризовать? 1.9. Назовите наиболее существенные варьирующие признаки, характеризующие студенческую группу. Примерные Тесты 1. Статистика – это: А. Отрасль математической науки; В. Общественная предметная наука; С. Отрасль практической деятельности. 2. Термин «статистика» происходит от слова: А. Status (лат.) – состояние; В. Stato (ит.) – государство; С. Statista (ит.) – знаток государства. 3. Объектом изучения в статистики являются: А. Массовые явления и процессы; В. Тенденции динамики экономических показателей;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		С.Количественная закономерность. 4. Статистика изучает количественную сторону явлений с учетом их качественных особенностей: А. Да; В.Нет; С.Иной ответ. 5. Статистика изучает качественные особенности явлений, иллюстрируя их количественными характеристиками А. Да; В.Нет; С.Иной ответ. 6. Элемент (единица) совокупности – это: А. Признак совокупности; В.Элемент математического множества; С.Носитель информации; Д. Элемент таблицы Менделеева. 7. Статистическая совокупность – это: А. Совокупность статистических показателей, отражающая взаимосвязи, которые объективно существуют между явлениями; В.Совокупность объектов или явлений социально-экономической жизни общества, объединенных некой качественной основой, общей связью, но отличающихся друг от друга отдельными признаками; С.Конкретные числовые значения статистических показателей. 8. Статистика изучает совокупности: А. С одинаковыми значимыми признаками; В.С различными значениями признака у разных единиц совокупности; С.Изменяющиеся значения признака во времени. 9. Признак – это: А. Изменение величины либо значения признака; В.Качественная особенность единиц совокупности, выражающая свойство явления; С.Первичный элемент статистической совокупности. 10. Основными разделами статистической науки является: А. Математическая статистика;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		В. Теория вероятности; С. Промышленная статистика; Д. Общая теория статистики. 11. Однородная статистическая совокупность – это А. Любое предметное множество явлений природы и общества; В. Множество элементов, обладающих общими признаками; С. Реально существующее множество однородных элементов, обладающих общими признаками и внутренней связью; Д. Математическое множество 12. Что в основном определяет необходимость статистического наблюдения: А. Массовость социально-экономических явлений; В. Наличие вариации как основного свойства массовых явлений; С. Наличие рыночных отношений; Д. Решение Росстата. 13. Сущность статистического наблюдения заключается: А. В планомерном научно-обоснованном собирании данных о массовых социально-экономических В. В статистической обработке цифровых данных. С. В анализе социально-экономических явлений. 14. По организационным формам различают наблюдение: А. Непрерывное (текущее), периодическое, единовременное; В. Сплошное, выборочное, основного массива, монографическое; С. Непосредственное, документальное, опрос; Д. Отчетность, специально-организованное наблюдение. 15. По времени регистрации фактов различают следующие виды наблюдения: А. Непрерывное (текущее), периодическое, единовременное; В. Однодневное, декадное, месячное, годовое; С. Наблюдение, приуроченное к критическому моменту, к определенному периоду; Д. Наблюдение, приуроченное к моменту, когда объект находится в наиболее типичном состоянии. 16. По охвату единиц совокупности различают следующие виды наблюдения: А. Сплошное, несплошное; В. Основного массива, монографическое. С. Единовременное, периодическое. 17. Сводка статистических материалов включает следующие этапы:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		А. Контроль первичных (фактических) данных; В. Группировку; С. Подсчет итогов; D. Изложение результатов сводки в виде таблиц. 18. Статистической группировкой называется: А. Разделение совокупности на группы по определенным существенным признакам; В. Собираение статистических данных по определенным объектам, группам, признакам и т.п.; С. Изложение результатов сводки в виде таблицы. 19. Виды группировок в зависимости от задач исследования: А. Простые, комбинационные; В. Первичные и вторичные; С. Типологические, структурные, аналитические; D. Атрибутивные, количественные. 20. По числу группировочных признаков различают группировки: А. Атрибутивные и количественные; В. Аналитические и структурные; С. Простые и комбинационные; D. Структурные и типологические. 21. Интервалы, имеющие одну какую-нибудь границу, верхнюю или нижнюю, являются интервалами: А. Открытыми; В. Закрытыми; С. Интервальными. 22. При характеристике отношения мужского населения России к трудовой деятельности построена следующая группировка: 0-15 лет - лица нетрудоспособного возраста 16-18 лет - лица полурбочего возраста 19-59 лет - лица рабочего возраста 60-69 лет - лица полурбочего возраста 70 лет и старше - лица нетрудоспособного возраста В ней применены:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		А. Равные интервалы; В. Прогрессивно-возрастающие; С. Специализированные. 23. Ряды распределения бывают: А. Атрибутивные; В. Вариационные; С. Прерывные, D. Непрерывные. 24. Атрибутивными рядами распределения называются ряды, построенные по: А. Качественным признакам; В. Количественным признакам; С. Прерывным, D. Непрерывным. 25. Статистическая группировка и ряд распределения — это различные понятия: А. Да; В. Нет. С. Нет ответа. 26. Что содержит ряд распределения? А. Группы территорий; В. Классовую структуру; С. Значения варьирующего признака и частоты; D. Групповые средние. Вопросы 1. В чем заключается познавательное значение абсолютных и относительных величин? 2. В чем состоит сущность средней? 3. В чем заключается связь метода группировок и метода средних? 4. Какие виды средних вы знаете? 5. В каких случаях применяется простая (невзвешенная) средняя? 6. Когда необходимо использовать среднюю гармоническую? 7. Можно ли для одних и тех же исходных данных использовать две формулы средней? 8. Что характеризуют мода и медиана?

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства												
		9. В каких случаях используется средняя хронологическая? 10. Понятие о выборочном наблюдении. 11. Причины и условия применения выборочного наблюдения величин(выполнение плана, динамики, структуры, координации, сравнения 12. Средние величины как способ выражения характерного уровня признака однородной совокупности. 13. Виды средних величин и способы их вычисления. Взвешенные средние. Мода и медиана: способ их вычисления. Средняя геометрическая, прогрессивная, хронологическая и их применение в экономическом анализе и планировании. 14. Вариационный ряд, его построение. 15. Показатели вариации. 16. Правило сложения дисперсий. 17. Понятие о выборочном наблюдении. Причины и условия применения выборочного наблюдения. 18. Генеральная и выборочная совокупность, их характеристики. 19. Способы отбора, обеспечивающие репрезентативность выборки. Классификация способов формирования выборочной совокупности.. 20. Малые выборки и оценка их результатов. 21. Моментные и интервальные ряды динамики. 22. Показатели динамики, их экономический смысл и наглядное представление. 23. Методы анализа рядов динамики. 24. Виды и формы взаимосвязей, различаемые статистикой. Роль качественного анализа в изучении связ- зей. 25. Корреляционный анализ и коэффициент корреляции. Формы связи. 26. Построение уравнений регрессии. Оценка предсказательной силы регрессионной модели Задание Имеются следующие данные о производстве бумаги в РФ <table><tr><td></td><td>1992</td><td>1993</td><td>1994</td><td>1995</td></tr><tr><td>Произведено бумаги, тыс. т</td><td>3603</td><td>2882</td><td>2215</td><td>2771</td></tr></table> Вычислите относительные показатели динамики с переменной и постоянной базой сравнения. Проверьте их взаимосвязь Задача 2 Добыча нефти и угля в РФ во II квартале 1996г. характеризуется следующими данными: <table><tr><td>Топливо</td><td>Объем добычи, млн. т</td></tr></table>		1992	1993	1994	1995	Произведено бумаги, тыс. т	3603	2882	2215	2771	Топливо	Объем добычи, млн. т
	1992	1993	1994	1995										
Произведено бумаги, тыс. т	3603	2882	2215	2771										
Топливо	Объем добычи, млн. т													

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства																						
		апрель		май	июнь			Теплота сгорания нефти равна 45,0 мДж/кг, угля - 26,8 мДж/кг. Сделайте пересчет в условное топливо (29,3 мДж/кг) и проведите анализ изменения совокупной добычи этих ресурсов. 4 В апреле 1996г. прожиточный минимум для трудоспособного населения составил 419,0 тыс. руб. в месяц на человека, для пенсионеров - 262,5 тыс. руб., для детей - 376,1 тыс. руб. Сделайте выводы о соотношении этих величин, используя относительные показатели сравнения Задача 3. В целях контроля качества выпускаемых предприятием электроламп на стенде выполнены замеры продолжительности горения 500 ламп, которые привели к следующим результатам: <table><tr><td>Продолжительность горения, час.</td><td>1</td><td>700</td><td>800</td><td>900</td><td>000</td><td>100</td><td>200</td></tr><tr><td>Число ламп, шт.</td><td>3</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table> Определите: 1) размах вариации; 2) дисперсию; 3) среднее квадратическое отклонение; 4) среднее линейное отклонение; 5) коэффициент вариации	Продолжительность горения, час.	1	700	800	900	000	100	200	Число ламп, шт.	3						
		Продолжительность горения, час.	1	700	800	900	000		100	200														
		Число ламп, шт.	3																					
		Нефть	23,8	25,0	24,2																			
		Уголь	23,2	20,2	18,7																			
Бухгалтерский учет																								
ОПК-2.1	Производит поиск и сбор данных для формирования базы статистического исследования	Вопросы для подготовки: 1. Нормативное регулирование бухгалтерского учета в РФ 2. Понятие бухгалтерского учета и его роль в жизни общества 3. Объекты бухгалтерского учета 4. Система бухгалтерских счетов и двойная запись. Бухгалтерские проводки и их виды. 5. Содержание и структура бухгалтерского баланса. 6. Документирование хозяйственной деятельности, документооборот и средства его описания. Концептуальная схема документооборота. 7. Схемы бухгалтерских проводок как инструмент моделирования бухгалтерского учета. 8. Бухгалтерский отчетность: бухгалтерский баланс 9. Формы бухгалтерской отчетности 10. Порядок формирования бухгалтерского баланса со счетов бухгалтерского учета 11. Порядок формирования Отчета о финансовых результатах со счетов бухгалтерского учета 12. Основы нормативного регулирования организации бухгалтерского учета в Российской Федерации. Уровни нормативного регулирования. 13. Положения по бухгалтерскому учету как национальные бухгалтерские стандарты в Российской Фе-																						

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		дерации. 14. Учетная политика организации, ее назначение, структура и содержание. 15. План счетов бухгалтерского учета 16. Принципиальная схема документооборота 17. Обязательные реквизиты первичных учетных документов 18. Функции бухгалтерского учета 19. Собственные и заемные источники средств организации 20. Синтетические счета для учета источников финансирования средств организации 21. Долгосрочные и краткосрочные обязательства организации 22. Порядок проведения инвентаризации активов и обязательств организации
ОПК-2.2	Обрабатывает и анализирует статистическую информацию с использованием методов экономического анализа, статистики и специальных программных средств, получает обоснованные выводы и предлагает возможные варианты решения поставленной экономической задачи	Задание 1 Составьте бухгалтерский баланс по следующим фактам хозяйственной деятельности: Факт (операция) 1. Объявлен уставный капитал ООО «Х» в размере 25000 руб. 2. Факт 2. Уставный капитал в размере 10000 руб. внесен в ка Задание 2 Напишите эссе на тему: «Бухгалтерский учет: понятие и роль в экономике». Оформите для удобного и комфортного прочтения Задание 3 Подготовьте презентацию в виде схем в PowerPoint по Указанию Банка России от 11.03.2014 N 3210-У (ред. от 19.06.2017) "О порядке ведения кассовых операций юридическими лицами и упрощенном порядке ведения кассовых операций индивидуальными предпринимателями и субъектами малого предпринимательства" Задание 4 Подготовьте презентацию в виде схем в PowerPoint по Положению Банка России от 19.06.2012 N 383-П (ред. от 11.10.2018) "О правилах осуществления перевода денежных средств" (Зарегистрировано в Минюсте России 22.06.2012 N 24667) (с изм. и доп., вступ. в силу с 06.01.2019
Методы обработки экономической информации		
ОПК-2.1	Производит поиск и сбор данных для формирования базы статистического исследования	<i>Вопросы к зачету:</i> 1. Структура экономической информации 2. Классификация видов экономической информации, их источников. 3. Сущность и значение информации в развитии современного общества, 4. Основные закономерности создания и функционирования информационных процессов в финансово-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		экономической сфере; 5. Методы и технологии поиска и обработки экономической информации средствами Интернета и офисных приложений; 6. Основные источники экономической информации 7. Подписки на оперативную информацию и новостные ленты. 8. Сущность и значение информации в развитии современного общества, 9. Основные закономерности создания и функционирования информационных процессов в финансово-экономической сфере; 10. Методы и технологии поиска и обработки экономической информации средствами Интернета и офисных приложений; 11. Основные источники экономической информации 12. Глобальные поисковые системы Google, Bing, Yandex, Ask Rambler, Yahoo!. 13. Средства поиска в интернет-каталогах 14. Сущность и значение информации в развитии современного общества, 15. Основные закономерности создания и функционирования информационных процессов в финансово-экономической сфере; 16. Методы и технологии поиска и обработки экономической информации средствами Интернета и офисных приложений; 17. Основные источники экономической информации. 18. Практические вопросы проектирования и создания баз данных: назначение и способы создания таблиц, форм, запросов и отчетов. 19. Возможности подготовки отчетов средствами текстовых редакторов (MS Word), редакторов презентаций (MS Power Point) и специализированных программных пакетов. 20. Практические вопросы проектирования и создания баз данных: определение типов и свойств полей базы данных; использование ключей и связывание таблиц на схеме данных. Задания 1. Используя общероссийский классификаторы произведите кодировку предприятий и продукции с указанием наименований и кодов объектов технико-экономической и социальной информации 2. Найти сайты, где можно скачать информацию о ценах на акции, выбрать ценные бумаги, получить информацию для дальнейшей работы по теме трендовый анализ
ОПК-2.2	Обрабатывает и анализирует статистическую информацию с использованием методов экономического анализа, статистики и специальных	<i>Вопросы к зачету</i> 1. Что такое закон распределения дискретной случайной величины? 2. Как определяется математическое ожидание дискретной случайной величины и каков его вероятностный смысл

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	программных средств, получает обоснованные выводы и предлагает возможные варианты решения поставленной экономической задачи	3. Как определяется дисперсия дискретной случайной величины и среднее квадратическое отклонение? 4. Что такое генеральная и выборочная совокупности? 5. Что такое полигон и гистограмма? \ 6. Назовите основные статистические оценки вариационного ряда 7. Приведите статистическое определение вероятности. 8. Что такое классический эксперимент 9. Что называется законом распределения 10. Основные теоретические законы распределения 11. Суть закона нормального распределения 12. Что такое статистический критерий 13. Критерий хи-квадрат 14. Суть трендового анализа 15. Скользящие средние, виды, необходимость 16. Фигуры продолжения тренда 17. Имитационные методы прогнозирования Задания: 1. Прочитайте предложенный текст. Оцените виды информации, содержащиеся в нем. Укажите математические методы, с помощью которых можно обработать содержащуюся в нем информацию. 2. Укажите типовые задачи, которые могут быть решены с использованием данного метода. Приведите пример решения такой задачи. 3. трендовый анализ Общая схема анализа 1. Определите общее состояние рынка. 2. Выберите бумаги, с которыми будете работать. Необходимо ориентироваться на хорошо известную вам компанию или отрасль, либо на рекомендацию аналитика (фундаментального и/или технического), которому вы считаете, что можно доверять. Исходные данные для анализа должны представлять ряд суточных значений 5-8 лет 3. Определите общую тенденцию цен на ваши бумаги с помощью скользящих средних (СС). сделайте выводы Выберите момент вступления в сделку. Постройте линию тренда, уровни и/или линии поддержки и сопротивления, найдите Модели продолжения тенденции и/или модели перелома, нанесите их на график

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
Учебная - практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности		
ОПК-2.1	Производит поиск и сбор данных для формирования базы статистического исследования	Задание: 6. Анализ организационной структуры организации. 7. Анализ технического задания на выполнение научно-исследовательской работы (НИР), целей и задач исследований, исходных данных, требований и ограничений. 8. Изучить компоненты организационной структуры организации. 9. Изучить правовое обеспечение деятельности по организации государственного управления и местного самоуправления развитие Изучить информационную систему управления организации (базы данных, коммуникационный процесс, информационный процесс, документооборот и организация делопроизводства, совершенствование информационной системы управления).
ОПК-2.2	Обрабатывает и анализирует статистическую информацию с использованием методов экономического анализа, статистики и специальных программных средств, получает обоснованные выводы и предлагает возможные варианты решения поставленной экономической задачи	Задание: 6. Ознакомление с обоснованиями актуальности исследований, научной новизны и практической значимости результатов работы. 7. Изучение примененных методов исследований 8. Изучение нормативно-методической базы исследований. 9. Анализ программного обеспечения исследования. Анализ отчетной документации, изучение правил оформления отчета о НИР
ОПК-3 Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне		
Налоги и налогообложение		
ОПК-3.1	Применяет понятийный аппарат экономической науки для описания микро- и макроэкономических процессов	1. Перечень теоретических вопросов к экзамену: 2. Экономическая сущность и функции налогов. 3. Существенные элементы налога. 4. Факультативные элементы налога. 5. Классификация налогов. Общие условия установления, изменения, отмены федеральных, региональных, местных налогов. 6. Понятие и элементы налоговой системы. 7. Налоговая система Российской Федерации. 8. Система государственного налогового планирования. 9. Налоговые доходы бюджетов бюджетной системы Российской Федерации, механизм их планирования.

<i>Код индикатора</i>	<i>Индикатор достижения компетенции</i>	<i>Оценочные средства</i>
		10. Права и обязанности налогоплательщиков, налоговых агентов, представителей налогоплательщиков. 11. Права и обязанности налоговых органов и их должностных лиц. 12. Понятие и элементы государственной налоговой политики. 13. Виды налоговых правонарушений, виды ответственности. Налоговая санкция. 14. Особенности и тенденции налоговой политики Российской Федерации. 15. Формы и методы налогового контроля. 16. НДС и его существенные элементы: налогоплательщики, объект налогообложения, налоговая база. 17. НДС и его существенные элементы: налоговые ставки, налоговый период, порядок исчисления, порядок и сроки уплаты налога. 18. Планирование НДС, алгоритм, методы и особенности. 19. Акцизы и их существенные элементы: налогоплательщики, объект налогообложения 20. Акцизы и их существенные элементы: налоговые ставки, налоговый период, порядок исчисления, порядок и сроки уплаты налога. 21. Налоговое планирование акцизов, алгоритм, методы и особенности. 22. НДС и его существенные элементы: налогоплательщики, объект налогообложения, налоговая база. 23. НДС и его существенные элементы: налоговые ставки, налоговый период, порядок исчисления, порядок и сроки уплаты налога. 24. Страховые взносы во внебюджетные фонды. 25. Налоговое планирование страховых взносов во внебюджетные фонды, алгоритм, методы и особенности. 26. Налог на прибыль организаций и его существенные элементы: налогоплательщики, объект налогообложения, налоговая база. 27. Налог на прибыль организаций и его существенные элементы: налоговые ставки, налоговый период, порядок исчисления, порядок и сроки уплаты налога. 28. Планирование налога на прибыль организаций, алгоритм, методы и особенности. 29. Транспортный налог и его существенные элементы: налогоплательщики, объект налогообложения, налоговая база. 30. Транспортный налог и его существенные элементы: налоговые ставки, налоговый период, порядок исчисления, порядок и сроки уплаты налога.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		31. Налог на имущество организаций и его существенные элементы: налогоплательщики, объект 32. налогообложения, налоговая база. 33. Налог на имущество организаций и его существенные элементы: налоговые ставки, налоговый период, порядок исчисления, порядок и сроки уплаты налога. 34. Планирование налога на имущество организаций, алгоритм, методы и особенности. 35. Земельный налог. 36. Упрощенная система налогообложения. 37. Патент.
ОПК-3.2	Применяет стандартные теоретические модели и современные методики расчета и анализа показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне	Примерные практические задания для экзамена: №1. Предприниматель К.М. Иванов работает на УСН с объектом налогообложения «доходы», осуществляя деятельность по перевозке пассажиров на такси. Предпринимателю нужно определить, какой объект налогообложения применять выгоднее («доходы» или «доходы минус расходы»), чтобы решить, надо ли ему с начала нового года поменять объект налогообложения. Деятельность он собирается осуществлять с прежней интенсивностью. Для анализа К.М. Иванов решил взять за основу свои показатели доходов и расходов за 9 месяцев текущего года. Его доходы составили 650 000,0 руб., а расходы, учитываемые при налогообложении, - 471 117,6 руб., из которых: - 183 000,0 руб. - на аренду автомобиля; - 160 000,0 руб. - на ГСМ; - 35 000,0 руб. - на текущий ремонт автомобиля; - 12 119,6 руб. - на обязательное социальное страхование; - 80 997,9 руб. - другие расходы, учитываемые по п. 1 ст. 346.16 НК РФ.
ОПК-3.3	Анализирует и интерпретирует показатели, характеризующие экономические процессы и явления на микро- и макроуровне	Примерный перечень кейсовых заданий: №1. Руководство ООО «Звезда» заинтересовалось целесообразностью применения выбранной ранее системы налогообложения в условиях конкретного субъекта Российской Федерации. Выясните факторы, влияющие на выбор системы налогообложения в условиях конкретного субъекта Российской Федерации, и подготовьте отчет в табличной форме. Задание рекомендуется выполнять в следующей последовательности: - выбрать одну из значимых отраслей, по которой будет проводиться анализ хозяйствующих субъектов, на примере своего региона, используя указанные или альтернативные источники данных; - сформировать Гугл-таблицу для 50 хозяйствующих субъектов своего региона;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		- проанализировать состав и структуру региональных хозяйствующих субъектов выбранной отрасли, опираясь на инструменты цифровой аналитики, по следующим признакам: режим налогообложения, вид деятельности, среднесписочная численность, финансовые показатели и др.; - сформулировать выводы.
Финансы		
ОПК-3.1	Применяет понятийный аппарат экономической науки для описания микро- и макроэкономических процессов	Перечень теоретических вопросов к зачету: 1. Финансы как экономическая категория. Объекты, субъекты финансовых отношений и их взаимосвязь. 2. Функции финансов. 3. Финансовая система, ее элементы и основы построения. 4. Иерархическая структура финансовой системы и особенности отдельных уровней. 5. Организационная структура финансовой системы: состав централизованных и децентрализованных финансов. 6. Государственная финансовая политика и этапы ее разработки. 7. Основные типы финансовой политики и их характеристика. 8. Направления государственной финансовой политики и их реализация в современной России. 9. Финансовый механизм: понятие и характеристика его действия. 10. Управление финансами: объекты и субъекты, цели и задачи. 11. Финансовый анализ и учет как отдельные этапы процесса управления финансами. 12. Финансовое планирование и прогнозирование: содержание, значение и методы. 13. Финансовый контроль: Сущность принципы организации и методы проведения. 14. Государственный финансовый контроль и его организация. 15. Виды негосударственного финансового контроля. Значение аудита в рыночной экономике. 16. Бюджет: понятие, функции и значение для экономического развития страны в разные исторические периоды. 17. Бюджетная система. Структура и типы бюджетных систем. 18. Принципы бюджетной системы России. 19. Бюджетный процесс: состав и реализация отдельных этапов. 20. Федеральное казначейство, его организация и роль в бюджетном процессе. 21. Доходы бюджета и их классификация. Современная структура доходов федерального бюджета России. 22. Налоговая система страны и ее значение в формировании доходной части бюджета.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		23. Классификационные группы расходов бюджета и их структура. Анализ структуры расходов федерального бюджета. 24. Основные формы осуществления бюджетных расходов. 25. Дефицит бюджета и его значение для экономики страны. Методы покрытия и способы снижения бюджетного дефицита 26. Несбалансированность бюджета и его значение для экономики страны. Способы достижения баланса. Перечень теоретических вопросов к экзамену: 1. Резервные фонды в структуре федерального бюджета РФ: история создания, формирование и направления использования. 2. Государственный долг: понятие и структура. Особенности долговых обязательств органов власти различных уровней. 2. Управление государственным долгом. 3. Внебюджетные фонды: понятие, виды и организация их деятельности в России. 4. Пенсионная реформа в России: проблемы и перспективы. 5. Финансы предприятий. 6. Финансовые ресурсы предприятий. 7. Внеоборотные активы. 8.оборотные активы. 9. Организация финансовой работы на предприятии. 10. Некоммерческие организации и целевые характеристики их деятельности. 11. Классификация доходов некоммерческих организаций. 12. Направления использования финансовых ресурсов некоммерческими организациями. 13. Финансы населения. 14. Структура и характеристика доходов населения. 15. Основные направления использования финансовых ресурсов населением. 16. Минимальный размер оплаты труда, прожиточный минимум. 17. Сбережения населения. 18. Финансовый рынок. 19. Основные участники и индикаторы финансового рынка. 20. Страхование. 21. Понятие и функции страхового рынка.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		22. Международные финансы и международная финансовая система.
ОПК-3.2	Применяет стандартные теоретические модели и современные методики расчета и анализа показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне	Перечень практических заданий: - Чему равна сумма дивидендов акционерного общества, если известно, что чистая прибыль составляет 2000000 руб., обязательные отчисления в резервный фонд составляют 2% от чистой прибыли, дивиденды по привилегированным акциям составляют 500000 рублей, величина авансового использования чистой прибыли на инвестиции составляет 10% от чистой прибыли. - Имеются следующие исходные данные: - условно-постоянные расходы – 30 тыс. руб.; - цена единицы продукции – 60 руб.; - переменные расходы на единицу продукции – 45 руб. Требуется: - определить критический объем продаж; - рассчитать объем продаж, обеспечивающий валовой доход в размере 15 тыс. руб. - Плановый выпуск предприятия составляет 800 тыс. руб. Отгрузка продукции осуществляется 4 раза в месяц. Оплата платежными требованиями. Средний срок поставки 10 дней, срок оплаты 4 дня. Рассчитать максимальную и среднюю величину дебиторской задолженности. - Предприятие занимается сборкой и реализацией компьютерной техники. В соответствии с планом предприятие в 1-м квартале должно произвести и реализовать 130 компьютеров по средней цене 10 тыс. руб. Плановые затраты на комплектующие 7 тыс. руб. на один компьютер. Плановые расходы на заработную плату, страховые платежи, расходы на рекламу и прочие расходы составляют 200 тыс. руб. Рассчитать: - прибыль, рентабельность продукции и рентабельность производства, если стоимость основных средств составляет 100 тыс. руб., поставки комплектующих 2 раза в месяц; - прибыль при условии, что комплектующие приобретаются в кредит под 20%; - величину незавершенного производства; - максимальную и среднюю величину дебиторской задолженности. - Необходимо раскрыть сущность основных экономических субъектов с последующим отражением процедуры проведения в них финансового анализа. Сформировать план–схемы проведения анализа финансового состояния предприятий. Определите виды ответственности за нарушения финансовой дисциплины выявленных при проведении анализа. - Охарактеризовать разные виды ревизий. Раскрыть необходимость их применения. Привести пример и

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		сформировать акт ревизии. 7. В процессе изучения вопроса основное внимание надо уделить специфике финансового контроля, области и сфере его применения в соответствии с органами управления финансами; состав органов государственного финансового контроля (перечислить их права и обязанности), виды и методы государственного контроля; состав форм аудиторского заключения. Завершая ответ, выделите проблемы совершенствования системы финансового контроля в Российской Федерации.
ОПК-3.3	Анализирует и интерпретирует показатели, характеризующие экономические процессы и явления на микро- и макро- уровне	Практические задания 1. Проведите анализ основных показателей и структуры расходов федерального бюджета по данным официального сайта Министерства финансов РФ (www.minfin.ru). 2. Проведите анализ данных по формированию и использованию средств резервных фондов федерального бюджета (www.minfin.ru). 3. На основе данных отчетности какой-либо некоммерческой организации проведите анализ источников доходов и направлений использования финансовых ресурсов. 4. На основании открыто публикуемой бухгалтерской отчетности крупнейших российских компаний определенной отрасли (по согласованию с преподавателем) рассчитать основные характеристики финансового состояния (рентабельность, кредитоспособность, ликвидность и т.д.) и составить рейтинг. Подготовить презентацию построенного рейтинга. Контрольные тесты 1. Понятие «финансовый поток» можно определить как: а. движение денежных средств от одного субъекта к другому; б. формирование фондов денежных средств каждым экономическим субъектом; в. использование денег в функции средства обращения и платежа; г. использование денег в функции накопления и сбережения. 2. Сбалансированность бюджета означает, что: а. общая сумма предусмотренных расходов должна покрываться запланированными доходами и поступлениями из источников финансирования дефицитов бюджетов; б. направления расходования бюджетных средств не увязаны с определенными видами доходов; в. общая сумма доходов бюджета должна превышать его расходы для создания резервных фондов; г. планирование расходной части бюджета напрямую зависит от предполагаемой суммы доходных поступлений средств, концентрируемых в государственном бюджете. 3. Государственная финансовая политика в области ценообразования в условиях рыночной экономики: а. имеет зависимость от состояния экономики страны;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		б. нацелена на использование рыночных основ регулирования экономики; в. может носить жестко регламентированный характер; г. призвана создавать наиболее благоприятные условия для развития частного бизнеса. 4. Финансовая дисциплина означает: а. своевременное осуществление платежей и расчетов; б. соблюдение условий хозяйственных договоров; в. повышение производительности труда; г. соблюдение условий трудовых договоров; д. материальную ответственность руководящих органов за нарушение договорной дисциплины. 5. Использование показателя рентабельности работы предприятия необходимо для: а. определения размера налога на прибыль; б. расчета предполагаемых к выплате дивидендов; в. определения эффективности использования собственных и привлеченных ресурсов; г. расчета выплат поставщикам сырья. 6. Какой из факторов, характеризующих состояние потребительского рынка в России, не удовлетворяет требования нашего населения: а. широта ассортимента товаров и услуг; б. наличие товаров и услуг соответствующего качества; в. соответствие товаров и услуг сезонному потреблению; г. уровень цен на товары и услуги. 7. Какие виды ценных бумаг относятся к эмиссионным: а. векселя; б. чеки; в. акции; г. облигации.
Деньги, кредит, банки		
ОПК-3.1	Применяет понятийный аппарат экономической науки для описания микро- и макроэкономических процессов	Перечень теоретических вопросов к экзамену: 1. Происхождение денег и их эволюция: концепции происхождения денег. Предпосылки появления денег. 2. Сущность денег. Деньги как экономическая категория. Форм стоимости. 3. Теории денег: металлистическая, номиналистическая, количественная и т.д. 4. Виды денег и их особенности.

<i>Код индикатора</i>	<i>Индикатор достижения компетенции</i>	<i>Оценочные средства</i>
		5. Функции денег, их характеристика и развитие. Функция денег как мера стоимостей и масштаб цен. 6. Функции денег, их характеристика и развитие. Деньги как средство обращения. 7. Функции денег, их характеристика и развитие. Деньги как средство образования сокровищ и накоплений. 8. Функции денег, их характеристика и развитие. Деньги как средство платежа. 9. Функции денег, их характеристика и развитие. Функция мировых денег. 10. Роль денег в экономике и социальной сфере. Особенности проявления роли денег при разных моделях экономики. 11. Денежные системы: понятие и функции. 12. Денежные системы: понятие и элементы. Характеристика отдельных элементов. 13. Основные типы денежных систем, их разновидности и развитие: товарные денежные системы, системы металлического обращения, фидуциарные денежные системы. 14. Система металлического обращения: биметаллизм и монометаллизм и их характеристика. 15. Система обращения кредитных и бумажных денег и ее особенности при административно-распределительной и рыночной системах. 16. Денежная система России, генезис ее развития. 17. Эволюция денежных (валютных) систем: Парижская, Генуэзская, Бреттон-Вудская, Ямайская, Европейская. 18. Понятия: “денежный оборот”, “платежный оборот”, “денежно-платежный оборот”. Каналы движения денег. 19. Структура денежного оборота. Классификация денежного оборота по различным признакам. 20. Особенности денежного оборота при разных моделях экономики: в условиях административно-распределительной и рыночной моделях. Задачи денежного оборота при обслуживании системы рыночных отношений. 21. Денежная масса и ее структура (денежные агрегаты). Факторы, влияющие на величину денежной массы. Скорость обращения денег. 22. Законы денежного обращения и методы государственного регулирования денежного оборота. 23. Налично-денежный оборот, его понятие и экономическое содержание, принципы организации. 24. Экономическая сущность безналичных расчетов и принципы их организации. 25. Формы безналичных расчетов: акцептная, расчеты платежными поручениями, расчеты платежными требованиями-поручениями, расчеты аккредитивами, расчеты чеками. 26. Эмиссия денег и организация эмиссионных операций. Выпуск денег в хозяйственный оборот.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		27. Денежный (банковский) мультипликатор. 28. Сущность, причины, формы проявления инфляции. Инфляция как экономическая категория. Инфляция как многофакторный процесс. Возникновение и распространение инфляции. 29. Типы и виды инфляции, отличительные особенности современного этапа. Инфляция спроса и инфляция издержек, факторы их определяющие. 30. Разновидности инфляции: локальная, мировая, импортируемая, экспортируемая, открытая, скрытая, подавленная, ползучая, галопирующая, гиперинфляция и их характеристика. 31. Социально-экономические последствия инфляции. Основные аспекты ее воздействия на процесс производства. 32. Регулирование инфляции: методы, границы, противоречия. Формы и методы антиинфляционной политики. 33. Денежные реформы, их виды и характеристика и роль в развитии инфляции. Методы стабилизации валют. 34. Кредит и его необходимость. Кругооборот и оборот производственных фондов - материальная основа возможности возникновения кредитных отношений. Условия возникновения кредита. 35. Сущность ссудного капитала, его понятие. Особенности ссудного капитала, его отличие от торгового и промышленного капитала. Внутренние и внешние источники ссудного капитала и их характеристика. 36. Сущность кредита. Отличие кредитных отношений от денежных. Субъекты кредитных отношений и их характеристика. Объект кредита, его особенности. Стадии движения кредита. 37. Роль и границы кредита. Роль кредита в развитии рыночной экономики. Внешние и внутренние границы кредита. 38. Функции кредита и их характеристика. 39. Принципы кредита: возвратность, срочность, платность, обеспеченность, целевой и дифференцированный характер кредита. 40. Законы и закономерности кредитных отношений. Основные признаки законов кредита. Виды законов и их характеристика. 41. Формы кредита и их классификация в зависимости от ссуженной стоимости, от кредитора и заемщика, от целевых потребностей заемщика. 42. Банковский кредит как основная форма кредита: его виды, принципы и объекты кредитования. Формы обеспечения возвратности кредита. 43. Коммерческий кредит и его виды. Особенности использования в современных условиях. 44. Потребительский кредит и его виды. Характеристика отдельных видов. Развитие потребительского

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		кредита в современных условиях. 45. Государственный кредит и его характеристика. 46. Международный кредит: понятие, субъекты, функции, валютно-финансовые условия международного кредита. Классификация форм международного кредита по назначению, видам, технике предоставления, валюте займа, срокам, обеспечению, в зависимости от категории заемщика. 47. Кредитная система: понятие и структура. 48. Банковская система, ее понятие с институциональной и функциональной точек зрения. Функции, виды и факторы, определяющие ее функционирование. 49. Элементы банковской системы и их характеристика: банки и небанковские кредитные организации, банковская инфраструктура, банковское законодательство. 50. Центральные банки и основы их деятельности. Возникновение Центальных банков, их функции, особенности. 51. Правовой статус, цели деятельности, функции Банка России. Размер уставного капитала. Органы управления Банка России. 52. Активы и пассивы Банка России. Операции по их формированию. 53. Денежно-кредитная политика ЦБ РФ. 54. Происхождение коммерческих банков. Характеристика коммерческого банка как субъекта экономики. Функции коммерческого банка в условиях рыночной экономики. 55. Принципы деятельности коммерческого банка. Отличие коммерческих банков от других субъектов финансового рынка. 56. Ресурсы и пассивные операции коммерческих банков. Собственные средства банков, заемные, привлеченные и эмитированные средства. Источники формирования. Значение пассивных операций в деятельности коммерческого банка. 57. Банковские активы их структура. Активные операции коммерческих банков: их классификация. Организационная и управленческая структура коммерческих банков.
ОПК-3.2	Применяет стандартные теоретические модели и современные методики расчета и анализа показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне	Задания: 1. Проклассифицируйте каждую из приведенных ниже кредитных сделок по срокам, обеспеченности, объекту и субъекту кредитных отношений. а. Сбербанк выдал кредит Челябинской мебельной фабрике на оплату материалов на 3 месяца под 20 % годовых под залог автотранспорта. б. Челябинский тракторный завод получил кредит в Инвестбанке на 7 месяцев под 25 % годовых на оплату сырья и погашения картотеки-2 под залог готовой продукции. с. Кредитуралбанк купил депозит у Челиндбанка на неделю под залог векселей Газпрома под 18 %

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		годовых. d. ТД «Ариант» отгрузил продукцию МП «Рынок Фермерский» под вексель на сумму 52 тысячи рублей со сроком погашения через 6 месяцев. e. Министерство Финансов РФ выпустило внутренний облигационный заем со сроком погашения через 5 лет. Доходность установлена в размере 10 % годовых. f. Гражданка А дала займы гражданке Б 10 000 рублей на 4 месяца под 5 % в месяц. g. Международная финансовая корпорация предоставила кредит ЧП «Петров и К» в сумме 25 тысяч долларов США под залог участка земли в Московской области на приобретение линии по производству деревообрабатывающих станков. h. Ллойд банк (Великобритания) выдал кредит компании «Южуралкондитер» в сумме 300000 евро на 5 лет под 10 % годовых под гарантию Челиндбанка на приобретение линии по производству кондитерской продукции. i. Сбербанк выдал кредит гражданину А на приобретение холодильника под 23 % годовых под поручительство СП «Метран», на котором гражданин А работает главным инженером, на 1,5 года. j. Мечел-банк взял расчетный кредит в ЦБ РФ на 1 день под 16 % годовых под залог государственных ценных бумаг. k. Копейская мебельная фабрика продала корпусную мебель гражданину А с условием оплаты 30 тысяч рублей в день покупки, а 20 тысяч через месяц. 2. В коммерческий банк с просьбой о выдаче кредита сроком на 3 года обратились три клиента. Целями кредитования являются: a) строительство трехэтажного паркинга; b) издание детской энциклопедии за рубежом и продажа в России; c) разработка и реализация биопрепаратов. Сумма испрашиваемого кредита составляет 5 млн. руб. Какому из проектов вы бы отдали предпочтение (с позиции коммерческого банка) и почему?
ОПК-3.3	Анализирует и интерпретирует показатели, характеризующие экономические процессы и явления на микро- и макро-уровне	<i>Решить задачи:</i> 1. Кредит выдан на сумму 30 тыс. ден. ед. со ставкой 10%. Сколько надо будет вернуть через год? 2. Ссуда в 200 тыс. ден. ед. дана на 1,5 года под ставку 8% годовых с ежеквартальным начислением. Чему равна сумма погасительного платежа? 3. Если норма обязательных резервов составляет 100%, то чему равна величина банковского мультипликатора?

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства																														
		4. Банк предоставил ссуду промышленному предприятию размером 30 млн. руб. под 15% годовых (простая ставка процентов). Срок возврата два года. Определить сумму возврата ссуды. 5. Какой доход получит вкладчик, если он положил в банк 90 тыс.руб. под 9% годовых на 3 месяца? 6. Вексель на сумму 60 тыс. руб. был предъявлен к учету в банк за 20 дней до погашения и был учтен по учетной ставке 15% годовых. Определить сумму дохода (дисконта) банка и сумму выплаченную владельцу векселя. 7. Выдан кредит в сумме 50 тыс. денежных единиц с 15 января 2017 г. по 15 марта 2018 г. под 10% годовых. Чему равна сумма погасительного платежа? 8. Сберегательный банк принимает вклад 100 тыс. денежных единиц на 3 месяца с объявленной 10-процентной годовой ставкой или на 6 месяцев под 15%. Какой вариант выгоднее вкладчику? 9. Большой капитал вложен на 6 месяцев при ставке 5%, а меньший на 3 месяца при ставке 6%. Разница между двумя капиталами 1000 рублей. Найти величину капиталов, если известно, что процентный платеж по первому капиталу равен двойному процентному платежу за второй капитал. 10.Имеются данные о развитии торговли и услуг населению региона: Таблица 1.7 <table><tr><th colspan="5">Исходные данные</th></tr><tr><th>Показатели</th><th>2015</th><th>2016</th><th>2017</th><th>2018</th></tr><tr><td>Оборот розничной торговли (в фактически действовавших ценах), млрд руб.</td><td>65,274</td><td>86,493</td><td>112,330</td><td>139,303</td></tr><tr><td>Индекс физического объема оборота розничной торговли, в процентах к предыдущему году</td><td>88,8</td><td>107,3</td><td>110,9</td><td>109,2</td></tr><tr><td>Объем платных услуг населению (в фактически действовавших ценах)</td><td>22,835</td><td>30,903</td><td>42,331</td><td>57,255</td></tr><tr><td>Индекс физического объема платных услуг населению, в процентах к предыдущему году</td><td>108,1</td><td>103,5</td><td>98,8</td><td>105,8</td></tr></table> Определить: 1. Индексы в розничной торговле за каждый год и в целом за период. 2. Индекс цен и тарифов на платные услуги населению за каждый год и в целом за период. 11. Дефлятор ВВП вырос с 1,13 до 1,18. Найдите уровень инфляции данного года	Исходные данные					Показатели	2015	2016	2017	2018	Оборот розничной торговли (в фактически действовавших ценах), млрд руб.	65,274	86,493	112,330	139,303	Индекс физического объема оборота розничной торговли, в процентах к предыдущему году	88,8	107,3	110,9	109,2	Объем платных услуг населению (в фактически действовавших ценах)	22,835	30,903	42,331	57,255	Индекс физического объема платных услуг населению, в процентах к предыдущему году	108,1	103,5	98,8	105,8
Исходные данные																																
Показатели	2015	2016	2017	2018																												
Оборот розничной торговли (в фактически действовавших ценах), млрд руб.	65,274	86,493	112,330	139,303																												
Индекс физического объема оборота розничной торговли, в процентах к предыдущему году	88,8	107,3	110,9	109,2																												
Объем платных услуг населению (в фактически действовавших ценах)	22,835	30,903	42,331	57,255																												
Индекс физического объема платных услуг населению, в процентах к предыдущему году	108,1	103,5	98,8	105,8																												
Бизнес в глобальном контексте																																
ОПК-3.1	Применяет понятийный аппарат экономической науки для описания микро- и	Перечень теоретических вопросов 1. Теория Хекшера-Олина. Парадокс Леонтьева.																														

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	макроэкономических процессов	2. Теория жизненного цикла товара, теория конкурентного преимущества Портера. 3. Выгоды внешней торговли для различных групп населения, государства и нации. 4. Условия торговли. Импортотамещающий и экспортотрасширяющий рост. ТеоремаРыбчинского. 5. Природно-ресурсный потенциал МХ. Ресурсы минерального сырья и топлива. 6. Земельные, водные, лесные ресурсы и их распределение между странами. 7. Трудовые ресурсы мира: количественные и качественные аспекты. 8. Мировой рынок труда и международная миграция рабочей силы. 9. Центры трудовой миграции. Последствия миграции для принимающей и вывозящей рабочую силу страны. 10. Предпринимательские и научные ресурсы мира. 11. Видывфинансовыхраесурсов. 12. Валютные рынки и валютные операции. 13. Факторы, влияющие на валютный курс. Номинальный и реальный валютный курс. 14. Формымеждународногодвижениякапитала. 15. Международное движение капитала: оценка эффективности. 16. Мировые фондовые рынки. Современные тенденции их развития. 17. Платежный баланс. Структура платежного баланса. 18. Макроэкономическаярольплатежногобаланса. 19. Общаяхарактеристикаразвивающихсястран. 20. Нетарифные методы регулирования международной торговли. Квота на импорт и на экспорт. 21. Тарифныметодырегулированиямеждународнойторговли 22. Валютные курсы и способы их определения. Видывалют. 23. Международная таможенная организация, международная торговая палата, международный валютный фонд, группа всемирного банка. 24. Международная ассоциация развития, международная финансовая корпорация. Многостороннееагентство по гарантированиюинвестиций. 25. Банк международных расчетов, Европейский банк реконструкции и развития. Специализированныеэкономические и научно-техническиеорганизации. Примерные варианты творческих заданий Задание: Масштабы деятельности ТНК: распределить крупнейшие ТНК по отраслевой принадлежности по показателю объема продаж; по рыночной капитализации, по прибыли. Таблица с данными – на пор-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства								
		тале и современные данные в Интернет - http:// www. fortune.com - информация о транснациональных корпорациях (журнал “Fortune”)								
ОПК-3.2	Применяет стандартные теоретические модели и современные методики расчета и анализа показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне	Перечень теоретических вопросов 1. Международный маркетинг и бизнес стратегии. 2. Аспекты и решения ценовой политики в международном маркетинге. 3. Продвижение товара в международном маркетинге. 4. Управление человеческими ресурсами в международном бизнесе. 5. Рекрутирование и отбор человеческих ресурсов. 6. Обучение и развитие трудовых ресурсов. 7. Трудовые отношения в международном бизнесе. 8. Зарубежный опыт государственного регулирования международного бизнеса в США. 9. Зарубежный опыт государственного регулирования международного бизнеса в ЕС. 10. Зарубежный опыт государственного регулирования международного бизнеса в Японии. 11. Государственное регулирование международного бизнеса в РФ. 12. Государственное регулирование международного бизнеса на внутрорегиональном уровне: мировой опыт и российская практика. 13. Механизм таможенного регулирования внешнеторговых операций в РФ. 14. Виды таможенных платежей и особенности их исчисления в РФ								
ОПК-3.3	Анализирует и интерпретирует показатели, характеризующие экономические процессы и явления на микро- и макроуровне	Задачи В Мюнхене братвурст стоит 2 марки, а в Нью-Йорке – 1 долл. (братвурст и хот-дог – хлеб с сосиской). а. При валютном курсе 0,5 долл. за марку, какова цена братвурста, выраженная в хот-догах? б. При прочих равных условиях, как изменится относительная цена, если доллар подорожает до 0,4 долл. за марку? в. По сравнению с исходной ситуацией стал хот-дог дешевле или дороже относительно братвурста? Дайте ответы на следующие вопросы, базируясь на представленные ниже данные платежного баланса условной страны Иксонии за 1995г. (все цифры в млрд. долл.). <table><tr><td>Товарный экспорт</td><td>+80</td></tr><tr><td>Товарный импорт</td><td>- 60</td></tr><tr><td>Экспорт услуг</td><td>+ 30</td></tr><tr><td>Импорт услуг</td><td>- 20</td></tr></table>	Товарный экспорт	+80	Товарный импорт	- 60	Экспорт услуг	+ 30	Импорт услуг	- 20
Товарный экспорт	+80									
Товарный импорт	- 60									
Экспорт услуг	+ 30									
Импорт услуг	- 20									

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Чистые доходы от инвестиций - 10 Чистые трансферты + 20 Приток капитала + 20 Отток капитала - 80 Официальные резервы + 20 а) Какова величина торгового баланса? б) Какова величина балансов текущих операций? в) Какова величина баланса движения капитала? г) Каково сальдо баланса официальных расчетов Иксонии?
Экономика: избранные главы		
ОПК-3.1	Применяет понятийный аппарат экономической науки для описания микро- и макроэкономических процессов	Перечень теоретических вопросов к зачету: 1. Эффект дохода и эффект замещения 2. Кривая «доход-потребление». Кривая «цена-потребление». Эффект замещения и эффект дохода по Хиксу. Эффект замещения и эффект дохода по Слуцкому. Кривая спроса по Хиксу. Кривая спроса по Слуцкому. 3. Индивидуальный и рыночный спрос. Методика построения кривой рыночного спроса. 4. Неопределенность и риск: Потребление и неопределенность 5. Поведение фирмы в условиях олигополии 6. Модели олигополии 7. Монопольная власть фирмы и ее измерение. 8. Рынок труда: микроэкономический анализ. 9. Рынок капитала: микроэкономический анализ. 10. Земля как фактор производства и его особенности. 11. Теория внешних эффектов. Внешние эффекты и государство. 12. Производство общественных благ. Принципы неисключаемости и неконкурентности общественных благ. 13. Частное и общее экономическое равновесие на рынках. Функция государства в обеспечении равновесия 14. Деньги: сущность и функции. Денежный рынок. Денежная масса и формирование предложения денег. Банковская система. 15. Денежно-кредитная политика центрального банка.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		16. Сущность и роль финансового рынка в макроэкономике. 17. Подходы к моделированию инфляции. 18. Модели открытой экономики и эффективность экономической политики 19. Изучение последствий государственного долга. 20. Государственный долг и накопление частного капитала. 21. Закономерности и основные черты переходной экономики 22. Предмет и метод институциональной экономики 23. Подходы в институциональной экономике: игровой, транзакционный, контрактный 24. Теория прав собственности. Экономические институты и политика
ОПК-3.2	Применяет стандартные теоретические модели и современные методики расчета и анализа показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне	Задачи: 1. Пусть в большой открытой экономике с плавающим валютным курсом $C = 125 + 0,75(Y - T)$; $I = 200 - 10r$; $NX = 150 - 50r$; $NFI = 100 - 20r$; $(M/P)d = 0,5Y - 40r$; $G = T = 100$; $M = 500$; $P = 1$. а) Выпишите уравнение совокупного спроса. б) Найдите мультипликаторы бюджетно-налоговой и кредитно-денежной политики. 2. Развивающиеся страны рассчитывают иметь положительное сальдо текущего счета в размере 10 млрд дол. в течение следующих двух периодов. а) Какой максимальный внешний долг они могут позволить себе, если хотят оставаться платежеспособными при номинальной ставке, равной 9%? б) Как изменится ответ, если ставка поднимется до 12%? 3. Экспорт развивающейся страны — 80 млрд дол., ее импорт — 75 млрд дол., ВВП = 500 млрд дол. Какое влияние на ее счет текущих операций окажет ухудшение условий торговли? Пусть номинальная ставка процента по внешнему долгу равна 12%, а темп роста номинального выпуска составляет 8% (в дол. США). Какое снижение ставки процента необходимо для стабилизации соотношения «долг-ВВП» на уровне 50%?

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ОПК-3.3	Анализирует и интерпретирует показатели, характеризующие экономические процессы и явления на микро- и макро- уровне	Задания: 1. Выберите одну из стран с высоким уровнем внешнего долга, представленную в базе данных WorldBankStatisticsonExternalDebt(www.1.oecd.org/dac/debt/htm/debto.htm). а) Сформируйте необходимую информацию для оценки платежеспособности по внешнему долгу за пять последовательных лет. б) Оцените платежеспособность страны с помощью жестких и относительных условий платежеспособности. Проанализируйте динамику платежеспособности в выбранной стране. Объясните причины ее изменения. в) Перечислите меры, которые могут привести к улучшению платежеспособности данной страны. 2. Одной из ключевых предпосылок модели Саржента—Уоллеса является превышение реальной ставкой процента темпароста выпуска. Предположим, что темпы роста выпуска превышают реальную ставку процента. Останутся ли в силе выводы модели? Объясните свой ответ. Как изменятся выводы модели Саржента—Уоллеса, если в каждом периоде ставки процента окажутся выше, чем предполагалось первоначально? Объясните свой ответ. Решите задачи: Задача 1. Функция издержек монополиста имеет вид: $C(q) = 100 + 6q + 0,5q^2$ 1. Вычислите объем выпуска и цену, максимизирующие выпуск монополиста при функции спроса $q = 24 - 1/4 p$. 2. Предположим, монополист также может продавать свою продукцию на другом рынке с функцией спроса $q = 84 - 3/4 p$. Какие цены монополист установит на этих рынках? Как изменятся совокупный выпуск и прибыль монополиста по сравнению с п. 1? 3. Монополисту по-прежнему доступны оба рынка, но ему запрещено дискриминировать какой – либо из них. Что произойдет в этом случае? Задача 2. Эластичность спроса на печное топливо составляет – 0,5 долл., а на бензин - - 1,5 долл. Цена на оба вида топлива равна 60 центам за литр (в эту цену включен акцизный сбор 48 центов за литр). Предположим, что правительство стремится сократить потребление энергии и при этом увеличить свои налоговые поступления. Может ли оно добиться желаемого результата путем: а) введения налога на печное топливо; б) введения налога на бензин? Задача 3. Предположим, вам нужно отправить посылку стоимостью 10 000 евро. Вы считаете, что в 0,1 % случаев посылки могут потерять или испортить в процессе пересылки. Страховая компания предлагает вам застраховать ее за премию в 15 евро. Если вы нейтральны к риску, то приобретете ли вы

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		такую страховку?
ОПК-4 – Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности		
Проектная деятельность		
ОПК-4.1	Выбирает и применяет рациональные методики расчета показателей, характеризующих деятельность экономических агентов на микро- и макроуровне	Перечень теоретических вопросов к зачету 1. Исторический опыт формирования мировоззренческой позиции. 2. Философия как форма мировоззрения. 3. Роль науки в развитии цивилизации. 4. Характеристика базовых философских категорий. 5. Основные направления, проблемы, теории и методы философии в проектной деятельности. 6. Тематическая классификация проектной деятельности. 7. Основные характеристики проектной деятельности. 8. Назвать и охарактеризовать классификацию проектов. 9. Сформулировать соотношение понятий проектирование, прогнозирование, конструирование, моделирование. 10. Сущность, принципы проектирования и тенденции развития современных образовательных технологий. 11. Характеристика историко-культурные источники развития процесса проектирования. 12. Характеристика понятия проект, педагогический проект, учебный проект, соотношение понятий проектный, проектировочный. 13. Принципы, функции, виды и уровни проектной деятельности. Слагаемые проектной культуры 14. Функционально-ролевой репертуар субъектов проектной деятельности. 15. Характеристика логики организации проектной деятельности. 16. Условия организации проектной деятельности и их характеристика 17. Виды проектов, их цели и задачи, классификацию, характер взаимодействия субъектов проектной деятельности. 18. Характеристика понятия «образовательная среда», «образовательное пространство», обеспечивающих качество образовательного процесса. 19. Сформулировать требования к составлению образовательных программ. 20. Сформулировать требования к проектированию учебных планов дисциплин и элективных курсов для предпрофильной и профильной подготовки обучающихся. 21. Характеристика составляющие проекта образовательном учреждении.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		22. Виды контрольно-измерительных материалов, оценивающих результаты проектной деятельности, и их характеристика 23. Назвать и прокомментировать требования к участникам проектирования: знания и умения в управлении конкретной предметной области проекта. 24. Особенности взаимодействия субъектов проектирования. 25. Особенности проектного мышления. 26. Особенности проектирования индивидуальных маршрутов. 27. Особенности технологии проектирования. 28. Распределение функций и ролей в проекте 29. Составление плана работы группы 30. Вопросы мотивации и командообразования в проектной деятельности. 31. Основы поведения групп и организаций в целом. 32. Особенности профессионального развития личности. 33. Закономерности и особенности поведения различных объектов и субъектов управления 34. Сбор информации, обзор аналогичных проектов высокого уровня, генерирование идей. Определение объема работы 35. Эскизы целого и частей. Модульные системы проектирования 36. Обсуждения и дискуссии. 37. Защита проекта. Оппонирование. Основные этапы. 38. Типы организационной культуры и методы ее формирования в проектной деятельности 39. Характеристика личностных и социально-психологических основ организационного поведения в проектной деятельности. 40. Применение особенностей профессионального развития личности в проектной деятельности.
ОПК-4.2	Анализирует экономические и финансовые показатели деятельности экономических агентов на микро- и макроуровне, осуществляет критический анализ проблемных ситуаций в профессиональной деятельности	Практическое задание 1. Найти наиболее известные действующие сайты, на которых размещается информация о международных и федеральных проектах для студентов. Познакомьтесь с материалами указанных сайтов (по выбору). Подготовьте информационное сообщение об одном из проектов для своих товарищей (если позволяют технические возможности с использованием компьютерной презентации). 2. Предложите несколько вариантов соотношения объектов и предметов проектной деятельности в рамках социально-педагогического, психолого-педагогического, образовательного проектирования. 3. Выберите реально существующий проект, проанализируйте, к какому виду он относится, используя знания, полученные при изучении классификаций проектов.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		4. Сформулируйте идею проекта. Выделите проблему, которая должна быть решена с помощью предлагаемого проекта. Определите систему для решения проблемы. Выделите общую цель и критерии системы. Произведите декомпозицию целей системы. Выявите процессы и ресурсы системы. Определите риски проекта. 5. В результате совершения проектных действий обязательно получается проект. Например, предлагая такую традиционную форму организации трудовой активности учащихся и педагогов, как субботник, «возможно разведкой полезных дел». Школьники предлагают внимательно пройти по зданию школы, заглянуть в различные уголки и составить перечень Подготовка и защита проекта
ОПК-4.3	Разрабатывает оптимальные экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	Вопросы для самостоятельного изучения 1. Иерархия, соподчиненность, структура частей. Модулирование как прием структурирования 2. План в проектной работе (составить план работы) 3. Система мер и условных обозначений в проектах. Единообразие. Найти вербальный образный ряд к предложенной теме проекта. (Написать список). 4. Проект в завершенном виде, подача. 5. Наброски и эскизы как записная книжка в проектной деятельности. 6. Частичная детализация, проекции и планы. 7. Найти визуальный ассоциативный ряд к предложенному названию, теме (только список – перечень тех изображений, которые могли ассоциативно и многозначно раскрыть тему). 8. Визуализировать этапы и структуру своего предполагаемого проекта в области управления
Экономика организации		
ОПК-4.1	Выбирает и применяет рациональные методики расчета показателей, характеризующих деятельность экономических агентов на микро- и макроуровне	Перечень теоретических вопросов к зачету: 1 Правовое регулирование деятельности предприятия. 2 Оценка и учет основных средств. Первоначальная, восстановительная и остаточная стоимость основных средств. 3 Начисление амортизационных отчислений линейным и нелинейными способами. 4 Показатели эффективности использования основных средств предприятия и пути их повышения. 5 Нормирование оборотных средств. Общие понятия и способы нормирования. 6 Трудовые ресурсы предприятия: количественная и качественная характеристика. 7 Фонды рабочего времени. Показатели их использования 8 Показатели эффективности использования трудовых ресурсов. Производительность труда. 9 Оплата труда на предприятии: сущность, функции. Системы сдельной и повременной оплаты тру-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		да. 10 Ценовая политика предприятия. Примерные практические задания для зачета: Задание 1. Организация «АВС» рассматривает инвестиционный проект, предусматривающий выпуск нового продукта. Для реализации проекта требуется закупить необходимое оборудование стоимостью в 60 000 ден. ед. Доставка и установка оборудования потребует дополнительных затрат в объеме 10000 ден. ед. Осуществление проекта потребует дополнительных вложений в оборотные активы в размере 30000 ден. ед. Длительность прединвестиционной и инвестиционной фазы составит один год. Длительность эксплуатационной фазы проекта, исходя из предполагаемого срока полезного использования оборудования, составит 5 лет. В течение этого срока оборудование будет амортизироваться линейным методом. Предполагается, что к концу срока реализации проекта оборудование может быть продано по остаточной стоимости 10000, а затраты на дополнительный оборотный капитал будут полностью восстановлены. По данным маркетинговых исследований ежегодная выручка от продаж данного продукта составит 100000 ден. ед. Переменные затраты каждого периода определены в размере 50000 ден. ед., а постоянные затраты – 15000. Ставка налога на прибыль – 20%. Ставка процентов – 20%. Оцените эффективность инвестиционного проекта. Задание 2. Компания планирует запустить проект по переоборудованию конвейерной ленты на производстве. Проект позволит увеличить EBITDA на 6 млн. руб. ежегодно в течение следующих 3 лет. Инвестиции составят 4,5 млн. руб. и будут полностью амортизироваться также в течение трех лет. Проект требует дополнительных инвестиций в чистый оборотный капитал в 0 периоде в размере 0,5 млн. руб., который может быть возвращен по окончании проекта в 3 году. Найдите NPV проекта, если налог на прибыль составляет 20%, требуемая доходность 14%, долга у компании нет, проект финансируется только за счет собственного капитала. Задание 3. 10. В первом квартале организацией произведено 10 тыс.ед.продукции по цене 700 руб./ед. Постоянные расходы составляют 1600 тыс. руб. Удельно-переменные расходы – 150 руб./ед. Во втором квартале планируется повысить прибыль на 8%. Сколько необходимо дополнительно произвести продукции, чтобы повысить прибыль на 8%? Примерный перечень тем комплексной исследовательской работы: 1. Понятие, сущность и содержание предпринимательского риска. 2. Факторы риска в предпринимательской деятельности. 3. Особенности управления внешними и внутренними предпринимательскими рисками.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		4. Предпринимательские риски и несостоятельность (банкротство) организации. Перечень теоретических вопросов к зачету: 1. Организационно-правовые формы организаций в РФ 2. Договорные отношения в деятельности предприятия 3. Нормирование расходов и затрат предприятия. 4. Методы списание в производство накладных расходов. 5. Нормативное регулирование отнесение затрат на себестоимость продукции предприятия 6. Цены и ценообразование на предприятии. Методы ценообразования и виды цен. Ценовая политика предприятия. 7. Формирование и распределение прибыли 8. Государственное регулирование цен Примерные практические задания для зачета: Задание 1. Назовите, какие организационно-правовые формы фирмы эффективны, конкурентоспособны и в наибольшей степени соответствуют следующим отраслям экономики: – в топливно-энергетическом и сырьевом комплексе; – в агропромышленном комплексе; – в военно-промышленном комплексе; – в строительстве, обрабатывающей промышленности, на транспорте, в финансовой сфере; – в непроизводственной сфере (образование, здравоохранение, наука, информация, спорт, туризм и т.д.) Задание 2. На основе Гражданского кодекса РФ и законов РФ об отдельных организационно-правовых формах предприятий дайте характеристику основным организационно-правовым формам. Результаты оформите в таблицу Характеристика организационно-правовых форм предприятий

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства										
		Название	Особенности учреждения	Статус владельцев	Источники формирования капитала	Право собственности	Особенности управления	Ответственность по обязательствам	Кредитоспособность	Распределение прибыли и убытков	Основные положения устава и учредительного договора	Количество участников
		Полное товарищество										
		Товарищество на вере										
		Крестьянское (фермерское) хозяйство										
		ООО										
		Непубличное АО										
		Публичное АО										
		Хозяйственные партнёрства										
		Государственные и муниципальные унитарные предприятия										
		Производственные кооперативы										

Задание 3. Определите, какая из организационно-правовых форм в наибольшей степени соответствует характеру деятельности предприятия.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства		
		Характер деятельности Хлебозавод Дом моделей Судоверфь Ремонтная мастерская Завод точных измерительных приборов Учебное заведение гуманитарного профиля Научно-исследовательский центр радиоэлектронной промышленности Производство изделий народных промыслов Торговля Пасека	Возможная организационно-правовая форма Акционерное общество Товарищество на вере Полное товарищество Крестьянское (фермерское) хозяйство Учреждение Производственный кооператив ООО Ассоциация Унитарное предприятие	
ОПК-4.2	Анализирует экономические и финансовые показатели деятельности экономических агентов на микро- и макроуровне, осуществляет критический анализ проблемных ситуаций в профессиональной деятельности	Перечень теоретических вопросов к зачету: 1 Правовое регулирование деятельности предприятия. 2 Оценка и учет основных средств. Первоначальная, восстановительная и остаточная стоимость основных средств. 3 Начисление амортизационных отчислений линейным и нелинейными способами. 4 Показатели эффективности использования основных средств предприятия и пути их повышения. 5 Нормирование оборотных средств. Общие понятия и способы нормирования. 6 Трудовые ресурсы предприятия: количественная и качественная характеристика. 7 Фонды рабочего времени. Показатели их использования 8 Показатели эффективности использования трудовых ресурсов. Производительность труда. 9 Оплата труда на предприятии: сущность, функции. Системы сдельной и повременной оплаты труда. 10 Ценовая политика предприятия.		

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Примерные практические задания для зачета: Задание 1. Организация «АВС» рассматривает инвестиционный проект, предусматривающий выпуск нового продукта. Для реализации проекта требуется закупить необходимое оборудование стоимостью в 60 000 ден. ед. Доставка и установка оборудования потребует дополнительных затрат в объеме 10000 ден. ед. Осуществление проекта потребует дополнительных вложений в оборотные активы в размере 30000 ден. ед. Длительность прединвестиционной и инвестиционной фазы составит один год. Длительность эксплуатационной фазы проекта, исходя из предполагаемого срока полезного использования оборудования, составит 5 лет. В течение этого срока оборудование будет амортизироваться линейным методом. Предполагается, что к концу срока реализации проекта оборудование может быть продано по остаточной стоимости 10000, а затраты на дополнительный оборотный капитал будут полностью восстановлены. По данным маркетинговых исследований ежегодная выручка от продаж данного продукта составит 100000 ден. ед. Переменные затраты каждого периода определены в размере 50000 ден. ед., а постоянные затраты – 15000. Ставка налога на прибыль – 20%. Ставка процентов – 20%. Оцените эффективность инвестиционного проекта. Задание 2. Компания планирует запустить проект по переоборудованию конвейерной ленты на производстве. Проект позволит увеличить EBITDA на 6 млн. руб. ежегодно в течение следующих 3 лет. Инвестиции составят 4,5 млн. руб. и будут полностью амортизироваться также в течение трех лет. Проект требует дополнительных инвестиций в чистый оборотный капитал в 0 периоде в размере 0,5 млн. руб., который может быть возвращен по окончании проекта в 3 году. Найдите NPV проекта, если налог на прибыль составляет 20%, требуемая доходность 14%, долга у компании нет, проект финансируется только за счет собственного капитала. Задание 3. 10. В первом квартале организацией произведено 10 тыс.ед.продукции по цене 700 руб./ед. Постоянные расходы составляют 1600 тыс. руб. Удельно-переменные расходы – 150 руб./ед. Во втором квартале планируется повысить прибыль на 8%. Сколько необходимо дополнительно произвести продукции, чтобы повысить прибыль на 8%? Примерный перечень тем комплексной исследовательской работы: 1. Понятие, сущность и содержание предпринимательского риска. 2. Факторы риска в предпринимательской деятельности. 3. Особенности управления внешними и внутренними предпринимательскими рисками. 4. Предпринимательские риски и несостоятельность (банкротство) организации.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Перечень теоретических вопросов к зачету: 9. Организационно-правовые формы организаций в РФ 10. Договорные отношения в деятельности предприятия 11. Нормирование расходов и затрат предприятия. 12. Методы списание в производство накладных расходов. 13. Нормативное регулирование отнесение затрат на себестоимость продукции предприятия 14. Цены и ценообразование на предприятии. Методы ценообразования и виды цен. Ценовая политика предприятия. 15. Формирование и распределение прибыли 16. Государственное регулирование цен Примерные практические задания для зачета: Задание 1. Назовите, какие организационно-правовые формы фирмы эффективны, конкурентоспособны и в наибольшей степени соответствуют следующим отраслям экономики: – в топливно-энергетическом и сырьевом комплексе; – в агропромышленном комплексе; – в военно-промышленном комплексе; – в строительстве, обрабатывающей промышленности, на транспорте, в финансовой сфере; – в непроизводственной сфере (образование, здравоохранение, наука, информация, спорт, туризм и т.д.) Задание 2. На основе Гражданского кодекса РФ и законов РФ об отдельных организационно-правовых формах предприятий дайте характеристику основным организационно-правовым формам. Результаты оформите в таблицу Характеристика организационно-правовых форм предприятий
ОПК-4.3	Разрабатывает оптимальные экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	Примерный перечень тем комплексной исследовательской работы: 1. Инвестиционная деятельность предприятия и ее экономическая эффективность (на примере). 2. Оценка эффективности деятельности организации (на примере...). 3. Роль планирования на предприятии (на примере...). 4. Способы минимизации угрозы банкротства хозяйствующего субъекта. 5. Нормативное регулирование предпринимательской деятельности в РФ 6. Налогообложение предпринимательской деятельности в РФ. 7. Малый и крупный бизнес – противостояние или партнерство?

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		8. Рыночная среда как фактор неустойчивости организации.
Маркетинг		
ОПК-4.1	Выбирает и применяет рациональные методики расчета показателей, характеризующих деятельность экономических агентов на микро- и макроуровне	Перечень теоретических вопросов 1. Понятие маркетинга. Основные категории маркетинга. Роль маркетинга в современных условиях. Инструментарий маркетинга. 2. Концепции маркетингового управления. Современная концепция маркетинга. 3. Сферы применения маркетинга. Виды маркетинга. Типы маркетинга. 4. Принципы, цели и функции маркетинга. 5. Организация службы маркетинга. Роль маркетолога на современном предприятии. 6. Понятие стратегического планирования. Определение миссии и целей организации. План маркетинга. 7. Маркетинговая информационная система. Виды маркетинговой информации. 8. Процесс маркетингового исследования. Характеристика основных этапов исследования. Разработка плана исследований. 9. Определение проблемы и целей исследований. Требования к анкете. План составления выборки. Способы связи с аудиторией.
ОПК-4.2	Анализирует экономические и финансовые показатели деятельности экономических агентов на микро- и макроуровне, осуществляет критический анализ проблемных ситуаций в профессиональной деятельности	Перечень теоретических вопросов 1. Методы маркетинговых исследований, их преимущества и недостатки. 2. Способы контактов с аудиториями при проведении исследований. 3. Факторы микросреды фирмы. Оценка внутренней среды предприятия. 4. Факторы макросреды фирмы. STEP-анализ. 5. Понятие SWOT-анализа. 6. Сегментирование рынка. Цель сегментирования. Уровни сегментирования. Понятие целевого маркетинга. 7. Основные принципы сегментирования рынков. Выбор целевых сегментов рынка. 8. Признаки сегментирования потребительских рынков, рынка товаров промышленного назначения, рынка услуг. 9. Процесс принятия решения о покупке. Принятие решения о покупке товара-новинки. 10. Факторы, оказывающие влияние на покупателей. 11. Понятие товара в маркетинге. Классификация товаров. 12. Товарный знак. Виды товарных знаков, требования к товарным знакам. 13. Упаковка и маркировка товаров. Концепция создания упаковки, испытание упаковки.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		14. Сервис в товарной политике. Правила эффективного сервиса. 15. Товарный ассортимент и товарная номенклатура. 16. Разработка нового товара. Причины успеха и неудач новых товаров. 17. Понятие ЖЦТ, характеристика основных этапов, формирование продуктового портфеля.
ОПК-4.3	Разрабатывает оптимальные экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	Перечень теоретических вопросов 1. Основные функции цены. Факторы ценообразования, классификация цен. 2. Основные этапы ценообразования. 3. Методы ценообразования. Скидки и надбавки к цене продажи. 4. Стратегии ценообразования. 5. Сущность политики распределения. Каналы распределения. 6. Роль посредников в сбытовой политике. Функции посредников. Выбор посредника. 7. Понятие «Услуга», ее отличие от товара. Основные характеристики услуги. Особенности маркетинга услуг. 8. Сущность коммуникационной политики. Реклама, виды, каналы, определение рекламного бюджета. 9. Личные продажи, стимулирование сбыта, роль PR в коммуникационной политике. Синтетические средства маркетинговых коммуникаций Примерные варианты творческих заданий Задание № 1 На предприятии возник конфликт: работники недовольны уровнем заработной платы и требуют ее повышения, что увеличит издержки и соответственно цены на продукцию, которые могут оказаться слишком высокими для рынка. Установите взаимосвязь между отдельными функциями предприятия и подготовьте управленческие решения. Задание № 2 Специалисты установили, что при росте доходов населения потребление продуктов питания снижается, а объем покупок промышленных товаров увеличивается. Как можно объяснить эту закономерность? Задание № 3 Необходимо принять решение о долгосрочной стратегии производства товара при условии, что в перспективе возможен быстрый рост доходов населения города. С увеличением производства каких товаров надо быть осторожным? Спрос на какие товары у жителей города возрастет прежде всего? Задание № 4 Вы – владелец сети магазинов и решили, что сможете увеличить объем продаж свежих яблок, если выставите их так, чтобы потребители могли самостоятельно выбирать. Опишите эксперимент по проверке

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		этой идеи. Задание № 5 Используя знания о торговых знаках (торговых марках), разработайте торговый знак созданной вами фирмой с учетом всех требований, предъявляемых к товарным знакам. Ответьте на следующий вопрос: «Можно ли поставить знак равенства между брендом и торговым знаком?» Задание № 6 Сформулируйте ваши предложения по упаковке товаров выпускаемых вашим предприятием. Какие основные требования предъявляются к упаковке?
Менеджмент		
ОПК-4.1	Выбирает и применяет рациональные методики расчета показателей, характеризующих деятельность экономических агентов на микро- и макроуровне	Контрольные вопросы: 1. Организация и менеджмент. Общие характеристики организации. 2. Внутренняя и внешняя среда организации. 3. Функции управления. Организация. Классификация организационных структур управления. 4. Функции управления. Организация. Иерархические структуры управления (линейно-функциональная структура). 5. Функции управления. Организация. Иерархические структуры управления (дивизиональные структуры управления) 6. Функции управления. Организация. Адаптивные структуры управления (матричная, проектная). 7. Организация взаимодействия и полномочия персонала. 8. Мотивация персонала. Содержательные теории. 9. Мотивация персонала. Процессуальные теории. 10. Контрольная функция управления. Виды контроля. Процесс контроля 11. Связующие процессы. Коммуникационный процесс. Виды и формы общения. 12. Связующие процессы. Принятие решений. Виды, типы решений. Способы принятия рационального решения. 13. Управление группой. Формальные и неформальные организации. 14. Формы власти и влияния. 15. Лидерство. Ситуационный подход 16. Лидерство. Поведенческий подход. 17. Управление конфликтами. Проверочный тест:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Тест - Решение об организационной структуре принимает: - менеджер; - главный бухгалтер; - главный инженер; - руководитель высшего звена. - Процесс деления организации на отдельные блоки – это: - централизация; - департаментализация; - децентрализация; - коммерциализация. - К бюрократическим структурам обычно относят: - функциональные; - проектные; - дивизиональные; - матричные. - К адаптивным структурам относят: - функциональные и линейные; - дивизиональные; - матричные и проектные; - проектные и функциональные. - Не существует организационных структур: - органических; - неорганических; - построенных по продуктовому принципу; - построенных по региональному принципу. «Никакая теория, программа или правительственная политика не могут сделать организацию успешной. Это могут сделать только люди...» – утверждал: - Макс Вебер; - Майкл Мескон; - Ли Якокка; - Акио Морита. - В настоящее время наукой и практикой менеджмента персонала разработаны принципы:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		а) управления персоналом; б) построения системы управления персоналом; в) модификации персонала; г) нет верного ответа. 8. Принципы непрерывности, ритмичности, гибкости, специализации, адаптивности определяют направления развития: а) кадрового планирования; б) системы управления персоналом; в) процесса поведения персонала; г) нет верного ответа. 9. Все принципы построения системы управления персоналом: а) реализуются во взаимодействии; б) зависят от многих факторов (особенно сочетание принципов); в) предыдущие ответы верны ; г) нет верного ответа. 10. Краеугольным камнем управления персоналом считается: а) максимальная прибыль; б) анализ содержания работы; в) связь с рынком труда; г) верно (а+в). 11. К преимуществам привлечения персонала на вакантную должность внутри организации относятся: а) более широкие возможности выбора; б) новые импульсы для предприятия; г) нет верного ответа. 12. К недостаткам привлечения персонала вне рамок организации относится: а) возможное появление соперничества или напряженности; б) высокая степень риска испытательного срока; в) сокращение возможностей для выбора; г) прием на работу непосредственно покрывает потребность в персонале. 13. Долговременный успех каждой организации зависит от: а) наличия необходимой численности персонала в нужное время; б) наличия персонала нужной квалификации в нужном месте; в) настроения и численности персонала; г) нет верного ответа.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		14. Культура персонала организации основана, прежде всего, на: а) принятых в организации формах поведения; б) правилах, определяемых руководством организации; в) разделяемых большинством членов организации убеждениях и ценностях; г) особенности производства и образования персонала организации. 15. В компетенцию службы персонала организации входит: а) распределение властных полномочий; б) обучение персонала; в) изменение организационной структуры; г) управление конфликтами в организации. 16. Не зависит от национальной культуры следующая концепция менеджмента: а) трудовая мотивация; б) подбор персонала; в) стиль лидерства; г) системный подход к кадровому планированию. 17. Особенностью подбора специалистов–маркетологов не является ориентация на его личность: а) да; б) нет. 18. Специалист–маркетолог не должен соответствовать мерчендайзингу: а) да; б) нет. 19. Способом оценки профессиональной пригодности кандидатов, соответствующих всем требованиям при подборе наиболее подходящих, является: а) анкетирование; б) экзамен; в) зачет; г) тестирование. 20. Основными функциями коммуникативности персонала являются: а) самоорганизация; б) интеграция; в) координация; г) передача информации; 21. Процесс воздействия на персонал с целью побуждения его к определенным действиям называется:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		а) мотивацией; б) мотивированием; в) мотивационной тенденцией; г) мотивационной структурой. 22. К содержательной относится теория: а) ожиданий Врума; б) справедливости Адамса; в) Мак–Клелланда»; г) модель Портера–Лоулера. 23. Концепция двухфакторной теории мотивации разработана: а) А. Маслоу; б) В. Врумом; в) М. Месконом; г) Ф. Герцбергом. 24. Модель Лаймана Портера–Эдварда Лоулера основана на теориях: а) Маслоу и Герцберга; б) постановки цели и ожидания; в) человеческих потребностей; г) ожидания и справедливости. 25. Не существует следующей теории мотивации: а) оптимальности активизации и стимуляции; б) политического воздействия; в) личностной причастности; г) самодетерминации. 26. Все группы в организации, прежде всего, классифицируются на: а) формальные; б) неформальные; в) команды; г) комитеты. 27. К числу возможных негативных характеристик неформальных групп не относят: а) возможность формирования противоречивых с организацией целей; б) ограничение интенсивности и результативности деятельности; в) сопротивление изменениям; г) нет верного ответа.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		28. Преимущества наличия неформальных групп в организации – это: а) облегчение нагрузки на менеджмент; б) улучшение коммуникаций; в) снижение конфликтности; г) нет верного ответа. 29. Чтобы устранить негативное и усилить позитивное влияние неформальных групп, руководству не целесообразно: а) признать их существование; б) учитывать мнение неформальных лидеров и членов группы; в) привлекать неформальные группы к разработке и принятию решений; г) верно (а+б+в); д) нет верного ответа. 30. Определение власти как организационного процесса не подразумевает, что: а) власть – это потенциал, имеющийся у ее пользователя; б) между тем, кто использует власть и тем, к кому она применяется, существует взаимосвязь; в) тот, к кому применяют власть, имеет определенную свободу действий; г) нет верного ответа. 31. Форма власти, при которой работник выполняет рекомендации начальника потому, что так принято, называется: а) традиционной; б) законной; в) эталонной; г) нет верного ответа. 32. Влияние – это: а) манера поведения руководителя по отношению к подчиненным; б) поведение одного лица, которое вносит изменения в поведение другого; в) верно (а+б); г) нет верного ответа. 33. Лидерство – это: а) отношение к человеку и влияние на него; б) стандартный набор характеристик; в) способность оказывать влияние; г) нет верного ответа. 34. «Теория Х» предполагает, что:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		а) работа так же естественна, как игра для ребенка; б) средний человек стремится к ответственности; в) средний человек предпочитает, чтобы им руководили, он избегает ответственности; г) верно (а+б). 35. «Теория У» предполагает, что: а) человек может осуществлять самоуправление и самоконтроль; б) награда—результат, связанный с достижением цели; в) человека следует принуждать, контролировать, угрожать наказанием для достижения цели организации; г) человек не стремится к ответственности.
ОПК-4.2	Анализирует экономические и финансовые показатели деятельности экономических агентов на микро- и макроуровне, осуществляет критический анализ проблемных ситуаций в профессиональной деятельности	Задания: 1. Разработать проект организационной структуры предприятия (по вариантам) 2. Определите потребность в персонале. 3. Составить должностные инструкции (любой функционал)
ОПК-4.3	Разрабатывает оптимальные экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	1. Вам поручили составление стратегического плана, установите последовательность основных этапов процесса стратегического планирования: а) анализ стратегических альтернатив; б) выбор миссии организации; в) диагностика внутренней среды; г) анализ внешнего окружения; д) выбор стратегии; е) оценка стратегии и корректировки; ж) реализация стратегии; з) определение целей организации; и) корректировка стратегии. Подумайте и изложите, что необходимо Вам выполнять самому, а какие этапы стратегического планирования можно делегировать и почему?
Методы принятия управленческих решений		
ОПК-4.1	Выбирает и применяет рациональные методики расчета показателей, характеризующих деятельность экономических агентов на микро- и макроуровне	Перечень теоретических вопросов к зачету: 1. Сущность теории принятия решений, ее элементы. 2. Понятие и основные характеристики управленческого решения. 3. Управленческие решения и их сущность.

<i>Код индикатора</i>	<i>Индикатор достижения компетенции</i>	<i>Оценочные средства</i>
		4. Управленческое решение как процесс и как выбор. 5. Признаки управленческого решения и его структура. 6. Системы принятия решений. 7. Участники процесса принятия управленческого решения. 8. Понятие и виды управленческих проблем. 9. Характер управленческих проблем. 10. Проблемная ситуация и факторы, влияющие на нее. 11. Формы разработки управленческих решений. 12. Формы реализации управленческих решений. 13. Классификация и типология управленческих решений. 14. Соотношение интуиции, суждений и рациональности в управленческих решениях. 15. Удовлетворительные, допустимые и оптимальные решения в организациях. Теория ограниченной рациональности. 16. Требования к управленческим решениям и условия их достижения. 17. Качество управленческих решений. Условия и факторы, влияющие на качество управленческих решений. 18. Условия и факторы, организационные и психологические предпосылки качества управленческого решения. 19. Эффективность управленческого решения. Показатели и критерии эффективности управленческого решения. 20. Аспекты эффективности управленческих решений. 21. Взаимосвязь целей и решений в организациях. 22. Стратегические и тактические управленческие решения. 23. Системный и ситуационный подходы к разработке управленческих решений. 24. Инициативно-целевая технология разработки управленческого решения. 25. Программно-целевая технология разработки управленческого решения. 26. Регламентная технология разработки управленческого решения. 27. Основные этапы разработки управленческого решения и их краткая характеристика. 28. Организация процесса разработки управленческих решений. 29. Информация в процессе принятия управленческих решений. 30. Задачи и модели процесса разработки управленческого решения, факторы, влияющие на данный процесс. 31. Определение проблемы при разработке управленческого решения. 32. Постановка цели принятия управленческого решения и критерии выбора.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		33.Разработка и оценка альтернатив при разработке управленческого решения. 34.Системный подход к разработке управленческого решения. 35.Целевой подход к разработке управленческого решения. 36.Процессный подход к разработке управленческого решения. 37.Методы разработки управленческих решений 38.Системный анализ в разработке управленческого решения. 39.SWOT-анализ в разработке управленческого решения. 40.Метод прогнозных сценариев в разработке управленческого решения. 41.Методы «снятия» неопределенности в разработке управленческого решения. 42.Метод морфологического анализа и синтеза в разработке управленческого решения. 43.Метод причинно-следственного анализа в разработке управленческого решения. 44.Методы выбора и принятия управленческих решений. 45.Процедуры формирования системы целей, проблем и критериев эффективности при выборе рациональных решений. 46.Формализованные методы рационального выбора решений. 47.Методы принятия решений. 48.Интегрированный подход к принятию решений. 49.Эвристические методы принятия решений. 50.Методы и механизмы реализации управленческих решений. 51.Классификация механизмов реализации управленческих решений. 52.Функционирование механизмов реализации управленческих решений. 53.Реализация решений в условиях альтернативной концепции бюджетирования. 54.Этапы реализации управленческого решения. 55.Контроль результатов при реализации управленческого решения. Виды контроля и его назначение. 56.Общий механизм принятия управленческих решений в организациях. 57.Вертикальная и горизонтальная интеграция при принятии управленческого решения. 58.Моделирование процесса принятия управленческих решений и виды применяемых моделей. 59.Классификация методов принятия управленческих решений и их краткая характеристика. 60.Активизирующие методы разработки управленческих решений. 61.Экспертные методы принятия управленческих решений. Метод Дельфи. 62.Метод мозгового штурма: условия и правила проведения. Виды мозгового штурма. 63.Методы получения экспертных оценок. 64.Понятие и условия возникновения неопределенности и риска при принятии управленческих решений.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		65.Классификация управленческих рисков и методы управления ими. 66.Управление неопределенностью при принятии управленческих решений. Метод функционально-стоимостного анализа. 67.Влияние паники на принятие управленческого решения и способы ее нейтрализации. 68.Управленческие решения и ответственность. 69.Стили разработки и принятия управленческих решений.
ОПК-4.2	Анализирует экономические и финансовые показатели деятельности экономических агентов на микро- и макроуровне, осуществляет критический анализ проблемных ситуаций в профессиональной деятельности	Примерные практические задания для зачета: Ситуация 1. Вы главный менеджер на крупной фирме по производству всемирно известных сигарет. У фирмы имеются многочисленные фабрики по всему миру. Она достигла большого объема продаж. Появилась возможность открыть еще фабрику в одной из стран СНГ, и от вас зависит решение – подписать новый контракт или нет. С одной стороны, строительство данной фабрики обеспечит новыми рабочими местами этот регион, тем самым решится актуальная для этого региона проблема безработицы; с другой – это принесет большой доход вашей фирме. Однако вы, занимаясь производством и продажей крупных партий сигарет, до сих пор не были убеждены в том, что курение вызывает рак. Недавно вам в руки попал отчет об исследовании, в котором была установлена прямая связь между курением и онкологическими заболеваниями. Вопросы: Какое решение вы примете? Подпишите ли вы контракт или нет? Почему? Ситуация 2. Вы менеджер по маркетингу на фирме, выпускающей бытовую технику. Фирма при помощи дорогостоящих исследований попыталась усовершенствовать один из выпускаемых товаров – пылесос. Пылесос по-прежнему не ионизирует воздух, хотя именно к этому результату пытались прийти в результате исследований. Поэтому новый пылесос не стал по-настоящему усовершенствованной новинкой. Вы знаете, что появление надписи «Усовершенствованная новинка» на упаковке и рекламе средств массовой информации повысит значительно сбыта такого товара. Вопросы: Какие действия вы предпримите? Почему? Ситуация 3. Вы менеджер на фирме, производящей программные продукты для ПЭВМ. На одной из презентаций вы знакомитесь с молодой дамой (молодым человеком), которая (ый) недавно была (был) управляющей (им) на фирме-конкуренте. По какой-то причине она (он) была (был) уволена (ен) и теперь держит обиду на эту фирму. Вы можете начать ухаживать или, наоборот, принять ухаживания. Или можете взять ее (его) на работу. В ином случае, можете просто пообещать взять ее (его) на работу. Обида так сильна, что она (он) с удовольствием расскажет обо всех планах конкурента. Вопросы: Как вы поступите? Почему? Ситуация 4. Вы менеджер по производству на фирме, выпускающей холодильники. Недавно вы узнали, что конкурирующая фирма придала своим холодильникам свойство, которого в ваших холо-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		дильниках нет, но оно окажет большое влияние на сбыт. Например, в холодильниках «NO FROST» теперь можно хранить продукты не только в вакуумной упаковке, но и обычные, не боясь их усыхания. На ежегодной специализированной выставке фирмы-конкурента будет офис для гостей, и на одном из приемов для своих дилеров глава фирмы расскажет им об этом новом свойстве холодильника и о том, каким образом это было достигнуто. Вы можете послать своего сотрудника на этот прием под видом нового дилера, чтобы узнать о нововведении. <i>Вопросы:</i> Пойдете ли вы на такой шаг? Почему? Ситуация 5. Вы главный менеджер известной фирмы и изо всех сил стараетесь добиться заключения выгодного контракта на большую сумму продаж с одной компанией. В ходе переговоров узнаете, что представитель покупателя подыскивает себе более выгодную работу. У вас нет желания брать его к себе на работу, но, если вы намекнете ему об этой возможности, он скорее всего передаст заказ именно вам. <i>Вопросы:</i> Как вы поступите? Почему? Ситуация 6. Вы – менеджер по маркетингу и хотите сделать выборочный опрос потребителей об их реакциях на товар конкурента. Для этого вы должны провести опрос якобы от лица несуществующего «Института маркетинга и конъюнктуры рынка». <i>Вопросы:</i> Сделаете ли вы такой опрос? Почему? Ситуация 7. Вы менеджер по персоналу. В вашу фирму пришла молодая способная женщина, желающая стать торговым агентом. Уровень ее квалификации значительно выше, чем у претендентов-мужчин на эту должность. Но прием ее на работу неизбежно вызовет отрицательную реакцию со стороны ряда ваших торговых агентов, среди которых женщин нет, а также может раздосадовать некоторых важных клиентов фирмы. <i>Вопросы:</i> Возьмете ли вы эту женщину на работу? Почему? Ситуация 8. Вы менеджер туристской фирмы. К вам пришла женщина, желающая отдохнуть в Греции. У вас же есть горящий тур на Мертвое море в Израиль. У женщины явные проблемы с давлением, одышка. Вы знаете, что гипертоникам на Мертвое море ехать противопоказано. <i>Вопросы:</i> Как вы поступите? Почему? Ситуация 9. Вы менеджер фирмы, выпускающей средства по уходу за волосами. Фирма приступила к выпуску нового шампуня, препятствующего образованию перхоти и эффективного даже при разовом применении. Однако специалист по маркетингу вашей фирмы рекомендует в инструкции на этикетке указать, что шампунь следует применять дважды при каждом мытье головы. Дополнительного эффекта потребитель не получит, но шампунь будет расходоваться в два раза быстрее и, следовательно, увеличится объем продаж. <i>Вопросы:</i> Как вы поступите? Почему?

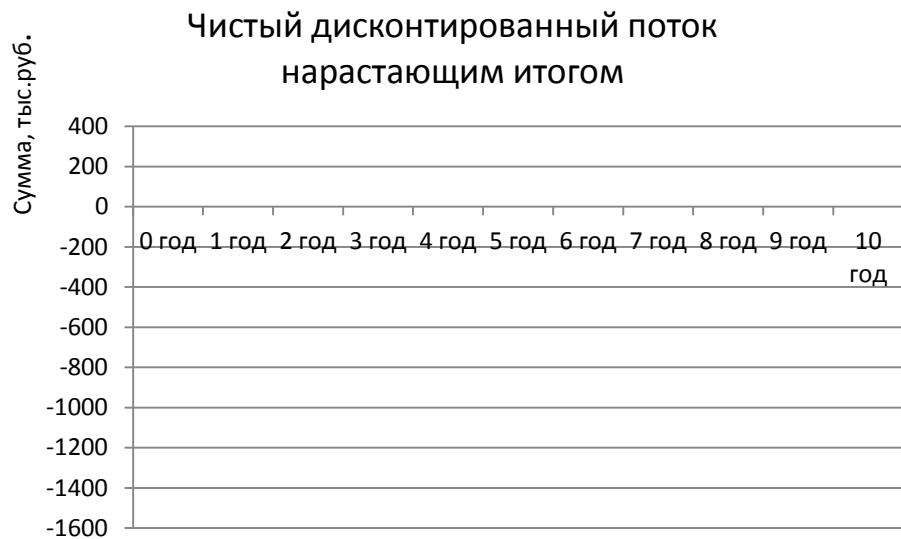
Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Ситуация 10. Ниже приводится список типичных организационных решений. Необходимо определить, являются ли они программированными или нет. 1. Наем заведующим специалиста в исследовательскую лабораторию компании, производящую сложную техническую продукцию. 2. Доведение мастером до рабочих дневного задания. 3. Определение финансовым директором размера дивидендов, которые должны быть выплачены акционерам на девятый год последовательной успешной финансовой деятельности компании. 4. Решение начальника о допущении официального отсутствия подчиненного на рабочем месте в связи с помещением им врача. 5. Выбор членами правления места для очередного филиала банка, уже имеющего 50 отделений в крупном городе. 6. Дача руководителем согласия на принятие выпускника юридического факультета университета на работу в аппарат крупной фирмы. 7. Определение годичного задания для ассистента профессора. 8. Дача начальником согласия на предоставление подчиненному возможности посетить учебный семинар в области его специализации. 9. Выбор авторами печатного издания для размещения рекламы о новом вузовском учебнике. 10. Выбор правлением компании места для строительства ресторана «Вкусно и быстро» в небольшом, но растущем городе, находящемся между двумя очень большими городами. Ситуация 11. Фирма ООО «Вундеркинд» планирует производить оправы для очков. Конкурентов в данном производстве довольно много и успешно вести дело при обычном подходе практически невозможно. Специалисты фирмы предложили особую конструкцию оправы на базе типовой модели, используя современную интегральную технологию напыления тонких активных пленок: – на внешней стороне левой дужки оправы сформировали действующий барометр; – на левой стороне оправы для стекла сформировали действующие часы, показывающие московское время; – на правой стороне оправы для стекла сформировали действующие часы, показывающие время другого пояса или времени по Гринвичу. Данная конструкция оправы реализует новый набор потребностей и интересов и наверняка найдет спрос. Как Вы считаете? Какие варианты управленческих решений Вы можете предложить?
ОПК-4.3	Разрабатывает оптимальные экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	Примерный перечень тем самостоятельной работы: Методы, применяемые на этапе диагностики проблем: 1. Методы сравнений и факторный анализ 2. Моделирование

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		3. Экономико-математическое моделирование 4. Теория массового обслуживания (теория очередей) 5. Теория запасов (управления запасами) 6. Экономический анализ 7. Методы прогнозирования (качественные и количественные) 8. Метод корреляционно-регрессионного анализа <i>Методы генерации альтернатив:</i> 9. Метод мозгового штурма 10. Метод Дельфи 11. Метод номинальной групповой техники 12. Эвристические методы 13. Методы соединения альтернатив включают: морфологический анализ; методы сценариев; метод анализа иерархий; дерево решений; метод принудительных связей; методы Гордона. <i>Методы, применяемые на этапе оценки и выбора альтернатив:</i> 14. Экспертные оценки (экспертная классификация, метод экспертных кривых) 15. Экспертные суждения 16. Экспертное ранжирование (метод простой ранжировки, метод непосредственной оценки, метод парных сравнений) 17. Критериальные методы (прямые методы, методы порогов несравнимости) <i>Методы реализации решения и контроля:</i> 18. Методы планирования (матрица распределения ответственности, сетевое моделирование) 19. Методы организации (информационная таблица, воздействие и мотивация) 20. Методы контроля (по результатам, по срокам выполнения) <i>Аналитические методы:</i> 21. Теория вероятностей, теория марковских процессов, теория массового обслуживания, составление списка свойств 22. Статистические методы: последовательный анализ и метод статистических испытаний 23. Метод математического программирования 24. Матричный метод <i>Активизирующие методы:</i> 25. Методы психологической активизации: Метод конференции идей, Метод вопросов и ответов, Мозговой атаки, «6-5-3» 26. Методы подключения: теоретико-игровой, метод наставничества, работа с консультантами <i>Экспертные методы:</i>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		27. Метод простой ранжировки (метод предпочтения) 28. Метод задания весовых коэффициентов 29. Метод последовательных сравнений и метод парных сравнений <i>Эвристические методы:</i> 30. Эвристические методы: эволюционное моделирование, лабиринтные методы, концептуальное моделирование 31. Неформально-эвристические методы: – метод номинальной групповой техники; – методика атаки разномом; – синектические методы; – морфологические методы. 32. Метод сценариев. 33. Метод дерева решений. 34. Топологические методы в технологии разработки управленческих решений. 35. Дополнительные методы для включения в контрольную работу: – Двухтуровое анкетирование – Многомерное шкалирование – IDEF-моделирование – Методы ассоциаций и аналогий – Методы контрольных вопросов и коллективного блокнота – Метод «матриц открытия» – Методы многокритериальной оценки – Фактографические методы – Причинно-следственный анализ – Платёжная матрица – Модель линейного программирования – Транспортные задачи – Имитационное моделирование
Бизнес-планирование		
ОПК-4.1	Выбирает и применяет рациональные методики расчета показателей, характе-	Перечень теоретических вопросов к экзамену:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства																																							
	анализирующую деятельность экономических агентов на микро- и макроуровне	1. Показатели, характеризующие экономическую эффективность бизнес-проекта 2. Экономический эффект и экономическая эффективность 3. Чистая приведенная стоимость 4. Индекс рентабельности инвестиций 5. Внутренняя норма прибыли 6. Срок окупаемости инвестиций 7. Оценка фактического и прогнозного финансового состояния предприятия																																							
ОПК-4.2	Анализирует экономические и финансовые показатели деятельности экономических агентов на микро- и макроуровне, осуществляет критический анализ проблемных ситуаций в профессиональной деятельности	Примерные практические задания к зачету: 1. Провести оценку эффективности инвестиций в соответствии с приведенными ниже условиями. Сформировать денежный поток для инвестиционного проекта, если предполагаемый объем инвестиций - 1 460 тыс. р. Инвестиционная фаза проекта - 1 год, эксплуатационная фаза рассчитывается исходя из срока полезного использования оборудования (10 лет). Мощность приобретаемого оборудования - 400 единиц продукции в год. В первый год годовой объем производства - 50 % от проектной мощности, во второй и последующие - 100 %. Цена готового изделия без налога на добавленную стоимость - 4,5 тыс. р., себестоимость единицы продукции (без амортизационных отчислений) - 3,7 тыс. р. Ставка дисконтирования 12%. Рассчитайте чистый дисконтированный доход за 10 лет, индекс рентабельности инвестиций, внутреннюю норму доходности, срок окупаемости инвестиций. Оценить, выгоден ли проект, сравнив сумму доходов и инвестиций. Для решения задачи необходимо заполнить таблицу и построить график срока окупаемости инвестиций. <table><tr><th>Период</th><th>Приток/отток ден.средств</th><th>Денежный поток нарастающим Итогом</th><th>Дисконтированный поток</th><th>Дисконтированный нарастающим итогом</th></tr><tr><td>0 год</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>1 год</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>2 год</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>3 год</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>4 год</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>5 год</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>					Период	Приток/отток ден.средств	Денежный поток нарастающим Итогом	Дисконтированный поток	Дисконтированный нарастающим итогом	0 год					1 год					2 год					3 год					4 год					5 год				
Период	Приток/отток ден.средств	Денежный поток нарастающим Итогом	Дисконтированный поток	Дисконтированный нарастающим итогом																																					
0 год																																									
1 год																																									
2 год																																									
3 год																																									
4 год																																									
5 год																																									

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства				
		6 год				
		7 год				
		8 год				
		9 год				
		10 год				
		Чистый дисконтированный поток нарастающим итогом Сумма, тыс.руб. 400 200 0 -200 -400 -600 -800 -1000 -1200 -1400 -1600 0 год 1 год 2 год 3 год 4 год 5 год 6 год 7 год 8 год 9 год 10 год				
2. Оценить возможные риски проекта в контрольной работе						
ОПК-4.3	Разрабатывает оптимальные экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	В контрольной работе разработать бизнес-план, обосновать его целесообразность и эффективность, рассчитать показатели прогнозного финансового состояния предприятия				
Корпоративные финансы						
ОПК-4.1	Выбирает и применяет рациональные методики расчета показателей, характеризующих деятельность экономических	Перечень теоретических вопросов к зачету: 1. Содержание, преимущества и недостатки корпоративной формы бизнеса.				



2. Оценить возможные риски проекта в контрольной работе

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	агентов на микро- и макроуровне	2. Понятие и функции корпоративных финансов. 3. Роль корпоративных финансов в финансовой системе государства. 4. Принципы и особенности организации корпоративных финансов. 5. Сущность и классификация капитала корпорации. 6. Понятие и элементы финансового капитала корпорации. 7. Понятие и элементы основного капитала корпорации. 8. Понятие и элементы оборотного капитала корпорации. 9. Понятие, основные принципы и этапы формирования корпоративной финансовой политики. 10. Понятие, основные принципы и этапы формирования дивидендной политики корпорации. 11. Понятие и состав корпоративной финансовой отчетности. 12. Роль корпоративной финансовой отчетности в принятии управленческих решений. 13. Собственный капитал корпорации, критерии эффективности его формирования, распределения и использования. 14. Заемный капитал корпорации, положительные и отрицательные последствия его привлечения. 15. Модели оценки стоимости финансового капитала корпорации. 16. Стоимость собственного капитала корпорации и способы ее определения. 17. Стоимость заемного капитала корпорации и способы ее определения. 18. Средневзвешенная и предельная стоимости капитала корпорации. 19. Источники и подходы к финансированию оборотного капитала корпорации. 20. Источники и подходы к финансированию основного капитала корпорации. 21. Показатели, характеризующие эффективность дивидендной политики корпорации. 22. Подходы и методы оценки стоимости корпорации. 23. Модели и методы управления основным капиталом корпорации, их преимущества и недостатки. 24. Показатели эффективности управления основным капиталом корпорации. 25. Критерии оценки эффективности инвестиций в основной капитал корпорации. 26. Модели и методы управления оборотным капиталом корпорации, их преимущества и недостатки. 27. Показатели эффективности управления оборотным капиталом корпорации. 28. Содержание и цели корпоративного финансового планирования. 29. Принципы корпоративного финансового планирования, их характеристика. 30. Методы корпоративного финансового планирования, их характеристика.
ОПК-4.2	Анализирует экономические и финансовые показатели деятельности экономических агентов на микро- и макроуровне, осуществляет критический анализ про-	Примерные практические задания для зачета: №1. Руководствуясь фрагментом бухгалтерского баланса корпорации, представленным в таблице, определите абсолютное значение, абсолютное и относительное изменения: основного капитала, оборотного капитала и финансового капитала.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства																																																																																																																									
	блемных ситуаций в профессиональной деятельности	<table><tr><td>Показатели актива и пассива баланса, тыс. руб.</td><td>Базовый год</td><td colspan="2">Отчетный год</td></tr><tr><td>I. Внеоборотные активы</td><td></td><td colspan="2"></td></tr><tr><td>Нематериальные активы</td><td>147,0</td><td colspan="2">113,0</td></tr><tr><td>Основные средства</td><td>157275,0</td><td colspan="2">152351,0</td></tr><tr><td>Прочие внеоборотные активы</td><td>1496,0</td><td colspan="2">3737,0</td></tr><tr><td>Итого по разделу I</td><td>160785,0</td><td colspan="2">158115,0</td></tr><tr><td>II. Оборотные активы</td><td></td><td colspan="2"></td></tr><tr><td>Запасы</td><td>84092,0</td><td colspan="2">103464,0</td></tr><tr><td>Дебиторская задолженность</td><td>37612,0</td><td colspan="2">31348,0</td></tr><tr><td>Финансовые вложения</td><td>0,0</td><td colspan="2">0,0</td></tr><tr><td>Денежные средства и денежные эквиваленты</td><td>126,0</td><td colspan="2">160,0</td></tr><tr><td>Прочие оборотные активы</td><td>173,0</td><td colspan="2">139,0</td></tr><tr><td>Итого по разделу II</td><td>122006,0</td><td colspan="2">135116,0</td></tr><tr><td>Баланс</td><td>282791,0</td><td colspan="2">293232,0</td></tr><tr><td>III Капитал и резервы</td><td></td><td colspan="2"></td></tr><tr><td>Уставный капитал</td><td>102768,0</td><td colspan="2">102768,0</td></tr><tr><td>Резервный капитал</td><td>1392,0</td><td colspan="2">1906,0</td></tr><tr><td>Нераспределенная прибыль</td><td>166117,0</td><td colspan="2">175883,0</td></tr><tr><td>Итого по разделу III</td><td>270277,0</td><td colspan="2">280557,0</td></tr><tr><td>IV Долгосрочные обязательства</td><td></td><td colspan="2"></td></tr><tr><td>Отложенные налоговые обязательства</td><td>49,0</td><td colspan="2">58,0</td></tr><tr><td>Итого по разделу IV</td><td>49,0</td><td colspan="2">58,0</td></tr><tr><td>V. Краткосрочные обязательства</td><td></td><td colspan="2"></td></tr><tr><td>Кредиторская задолженность</td><td>11169,0</td><td colspan="2">11247,0</td></tr><tr><td>Оценочные обязательства</td><td>1296,0</td><td colspan="2">1370,0</td></tr><tr><td>Итого по разделу V</td><td>12465,0</td><td colspan="2">12617,0</td></tr><tr><td>Баланс</td><td>282791,0</td><td colspan="2">293232,0</td></tr></table> №2. Рассчитайте эффект финансового рычага (левериджа) по данным, приведенным в таблице, и сделайте выводы. <table><tr><th rowspan="2">Показатель</th><th colspan="3">Корпорация</th></tr><tr><th>A</th><th>B</th><th>C</th></tr><tr><td>Сумма капитала, тыс. руб. в т.ч.:</td><td>2000,0</td><td>2000,0</td><td>2000,0</td></tr></table>			Показатели актива и пассива баланса, тыс. руб.	Базовый год	Отчетный год		I. Внеоборотные активы				Нематериальные активы	147,0	113,0		Основные средства	157275,0	152351,0		Прочие внеоборотные активы	1496,0	3737,0		Итого по разделу I	160785,0	158115,0		II. Оборотные активы				Запасы	84092,0	103464,0		Дебиторская задолженность	37612,0	31348,0		Финансовые вложения	0,0	0,0		Денежные средства и денежные эквиваленты	126,0	160,0		Прочие оборотные активы	173,0	139,0		Итого по разделу II	122006,0	135116,0		Баланс	282791,0	293232,0		III Капитал и резервы				Уставный капитал	102768,0	102768,0		Резервный капитал	1392,0	1906,0		Нераспределенная прибыль	166117,0	175883,0		Итого по разделу III	270277,0	280557,0		IV Долгосрочные обязательства				Отложенные налоговые обязательства	49,0	58,0		Итого по разделу IV	49,0	58,0		V. Краткосрочные обязательства				Кредиторская задолженность	11169,0	11247,0		Оценочные обязательства	1296,0	1370,0		Итого по разделу V	12465,0	12617,0		Баланс	282791,0	293232,0		Показатель	Корпорация			A	B	C	Сумма капитала, тыс. руб. в т.ч.:	2000,0	2000,0	2000,0
Показатели актива и пассива баланса, тыс. руб.	Базовый год	Отчетный год																																																																																																																									
I. Внеоборотные активы																																																																																																																											
Нематериальные активы	147,0	113,0																																																																																																																									
Основные средства	157275,0	152351,0																																																																																																																									
Прочие внеоборотные активы	1496,0	3737,0																																																																																																																									
Итого по разделу I	160785,0	158115,0																																																																																																																									
II. Оборотные активы																																																																																																																											
Запасы	84092,0	103464,0																																																																																																																									
Дебиторская задолженность	37612,0	31348,0																																																																																																																									
Финансовые вложения	0,0	0,0																																																																																																																									
Денежные средства и денежные эквиваленты	126,0	160,0																																																																																																																									
Прочие оборотные активы	173,0	139,0																																																																																																																									
Итого по разделу II	122006,0	135116,0																																																																																																																									
Баланс	282791,0	293232,0																																																																																																																									
III Капитал и резервы																																																																																																																											
Уставный капитал	102768,0	102768,0																																																																																																																									
Резервный капитал	1392,0	1906,0																																																																																																																									
Нераспределенная прибыль	166117,0	175883,0																																																																																																																									
Итого по разделу III	270277,0	280557,0																																																																																																																									
IV Долгосрочные обязательства																																																																																																																											
Отложенные налоговые обязательства	49,0	58,0																																																																																																																									
Итого по разделу IV	49,0	58,0																																																																																																																									
V. Краткосрочные обязательства																																																																																																																											
Кредиторская задолженность	11169,0	11247,0																																																																																																																									
Оценочные обязательства	1296,0	1370,0																																																																																																																									
Итого по разделу V	12465,0	12617,0																																																																																																																									
Баланс	282791,0	293232,0																																																																																																																									
Показатель	Корпорация																																																																																																																										
	A	B	C																																																																																																																								
Сумма капитала, тыс. руб. в т.ч.:	2000,0	2000,0	2000,0																																																																																																																								

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства			
		- сумма собственного капитала, тыс.руб.	2000,0	1500,0	1000,0
		- сумма заемного капитала, тыс. руб.	-	500,0	1000,0
		Сумма прибыли до уплаты процентов за пользование заемными средствами и уплаты налогов, тыс. руб.	800,0	800,0	800,0
		Экономическая рентабельность активов, %			
		Средний уровень платы за кредит, %	27,0	27,0	27,0
		Сумма процентов за кредит, уплаченная за пользование заемными средствами, тыс. руб.			
		Сумма прибыли до налогообложения, тыс. руб.			
		Ставка налога на прибыль, %			
		Сумма налога на прибыль, тыс. руб.			
		Сумма чистой прибыли, остающейся в распоряжении корпорации, тыс. руб.			
		Рентабельность собственного капитала, %			
		Эффект финансового рычага, %			
	№3. Располагая собственным капиталом в 100,0 млн.руб., корпорация решила существенно увеличить объем своей хозяйственной деятельности за счет привлечения заемного капитала. Экономическая рентабельность составляет 20,0% , минимальная ставка процента за кредит – 18,0%. Определите оптимальную (эффективную) структуру финансового капитала корпорации опираясь на критерии: А) максимизация уровня рентабельности собственного капитала; Б) минимизация стоимости капитала. Решение рекомендуется представить в табличной форме. №4. Переоцененная рыночная стоимость материальных активов корпорации – 200,0 млн. руб. Чистая рентабельность собственного капитала в отрасли, к которой принадлежит корпорация, равна 15,0 %. Средняя годовая чистая прибыль корпорации за предыдущие 5 лет в ценах года, когда производится оценка, составляет 35,0 млн. руб. Рекомендуемый коэффициент капитализации прибылей корпорации – 25,0%. Оцените стоимость «гудвилла» и суммарную рыночную стоимость корпорации согласно методу накопления активов. №5. Оцените обоснованную рыночную стоимость корпорации, используя сравнительный подход, если известно, что: - рыночная стоимость одной акции корпорации-аналога равна 113,0 руб.;				

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		- общее количество акций корпорации-аналога, указанное в её опубликованном финансовом отчете, составляет 130000 акций; - доли заёмного капитала оцениваемой корпорации и корпорации-аналога в стоимости совокупного финансового капитала одинаковы, а общие абсолютные размеры их задолженности составляют соответственно 5,0 и 10,0 млн. руб.; - средняя кредитная ставка по оцениваемой корпорации в 1,5 раза больше, чем по корпорации-аналогу; - объявленная прибыль корпорации-аналога до процентов и налогов равна 1,5 млн. руб., прибыль оцениваемой корпорации до процентов и налогов – 1,2 млн. руб.
ОПК-4.3	Разрабатывает оптимальные экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	Примерный перечень тем комплексного расчетно-аналитического задания: 1. Сравнительная характеристика механизма формирования, распределения и использования финансового капитала различных видов корпоративных форм бизнеса. 2. Особенности финансового капитала (основного капитала, оборотного капитала) корпораций по отраслям (отраслевая принадлежность корпорации – выбор обучающегося). 3. Отраслевые особенности анализа финансовой отчетности корпораций (отраслевая принадлежность корпорации – выбор обучающегося). 4. Анализ эффективности формирования, распределения и использования собственного капитала (заемного капитала) корпорации. 5. Оценка стоимости и эффективности структуры финансового капитала корпорации. 6. Особенности выбора источников финансирования основного капитала (оборотного капитала) корпораций по отраслям (отраслевая принадлежность корпорации – выбор обучающегося). 7. Выбор и обоснование эффективности подхода к формированию дивидендной политики корпорации. 8. Оценка стоимости корпорации. 9. Особенности выбора модели управления основным капиталом (оборотным капиталом) корпораций по отраслям (отраслевая принадлежность корпорации – выбор обучающегося). 10. Анализ эффективности управления основным капиталом (оборотным капиталом) корпорации. 11. Финансовые риски в деятельности корпораций различных отраслей и способы их минимизации (отраслевая принадлежность корпорации – выбор обучающегося). 12. Анализ системы финансового планирования корпорации. 13. Проблемы постановки системы бюджетирования в российских корпорациях. 14. Анализ и оценка финансовых взаимоотношений корпорации с другими хозяйствующими субъектами, органами государственной власти и местного самоуправления (объект финансовых взаимоотношений – выбор обучающегося).
Управление человеческими ресурсами		

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ОПК-4.1	Выбирает и применяет рациональные методики расчета показателей, характеризующих деятельность экономических агентов на микро- и макроуровне	1. Перечень теоретических вопросов к экзамену: 1. Основные категории управления. Перечислите основные функции управления. Охарактеризуйте функцию мотивации. 2. Перечислите основные функции управления. Охарактеризуйте функцию мотивации. Принципы мотивации 3. Перечислите основные функции управления. Охарактеризуйте функцию мотивации. Принципы мотивации. Особенности трудовой мотивации. 4. Стимулирование персонала. Принципы системы материального и нематериального стимулирования. 5. Вознаграждение персонала. Цели системы вознаграждения. Зависимость эффективности от стимулирования труда. 6. Основные категории управления. Перечислите основные функции управления. Охарактеризуйте функцию контроля. Особенность системы контроля персонала. 7. 17.Координация как общая функция управления. Принципы и виды координации. 8. Специальные функции управления персоналом. Принципы и стратегия управления знаниями. 9. Функции обучения персоналом. Принципы обучения. Контроль обучения персонала. 10. Основные категории управления. Понятие управленческого решения. Закон управленческого решения. 11. Основные категории управления. Организационная культура управления персоналом. 12. Основные категории управления. Категория технологии управления персоналом. Воздействие внешних и внутренних факторов на систему управления персоналом. 13. Основы теории «управления по результатам». 14. Персонал как объект управления, его структура и классификация. 15. Планирование потребности в персонале. 16. Показатели, характеризующие численность персонала в организации. Текучесть кадров. Абсентизм. 17. Концепция управления персоналом на предприятии. 18. Система управления персоналом. Основные функциональные подсистемы: экономико-организационные, социально-психологические, нормативно-правовые. 19. Цели и задачи управление персоналом.
ОПК-4.2	Анализирует экономические и финансовые показатели деятельности экономических агентов на микро- и макроуровне, осуществляет критический анализ проблемных ситуаций в профессиональной	Примерные практические задания для экзамена Практическое задание 1.3 <i>«Определение требований к кандидатам. Составление резюме»</i> Описание ситуации

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	деятельности	Молодой специалист, закончивший вуз по специальности «Менеджмент», прочитал в газете объявление о наборе в организацию специалистов его профиля, В объявлении излагается просьба составить резюме и представить его работодателю. Постановка задачи Составьте свое резюме на замещение должности менеджера по персоналу. Методические указания Резюме (в переводе с латинского означает «жизнеописание») – информация о себе, представляемая работодателем работодателю. По тому, как составлено резюме, уже можно составить предварительное мнение о кандидате. Удачное резюме может стать поводом для интервью, т.е. личной встречи с работодателем или его представителем. Резюме должно соответствовать определенным требованиям: без длинных предложений, пассивных форм. Главная цель резюме – продемонстрировать работодателю не то, что интересует вас как кандидата на работу, какова ваша личная цель или что вы хотите получить, а то, насколько вы, именно вы, можете быть полезны организации, почему именно вы лучше других кандидатов подходите для замещения объявленной конкурсной вакантной должности. При этом главное, что вы предлагаете именно выгодную для организации сделку, продавая свои способности, свой опыт, свои знания, свое время. Резюме открывается фамилией, именем и отчеством кандидата. Далее следуют персональные данные: гражданство, дата и место рождения, возраст и, главное, домашний адрес, телефоны для связи, возможно, адрес электронной почты или собственного сайта в Интернете. Кандидат должен ясно и четко сформулировать свою цель, какую работу он ищет, на какую должность он претендует. Последующие разделы: опыт работы или трудовая деятельность, образование, звания и награды – должны подтверждать заявленные притязания кандидата на замещение именно рассматриваемой должности. Данные о трудовой деятельности принято располагать в обратном хронологическом порядке. Особенно важно отразить в этой части резюме основные выполняемые функции, достижения и успехи. Четкость отражения выполняемых функций и конкретность достижений – вот основные черты этих разделов. Также следует указать: программное обеспечение, иностранные языки, которым Вы владеете и уровень их знания; наличие водительских прав; общественную деятельность, которой Вы занимаетесь. В заключение кандидаты перечисляют дополнительные навыки, дают некоторую личную информацию о чертах своего характера, отражают свои увлечения (хобби). Примерная форма резюме: Образец 1

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Иванов Иван Иванович Адрес: г. Киев, ул. Горького д. 123 кв. 321 Телефон: дом. 765-43-21 (20:00-23:00), 80684444444 Дата и место рождения: 23 марта 1977, г. Харьков Семейное положение: женат, сын. Опыт работы: ✓ С 31 марта 2003 года по данный момент, в ООО «Рога и Копыта» г. Киев (Рекламное агентство) на должности IT-maneger более 50 компьютеров Windows 95/98/2000/XP, несколько серверов Windows NT 4/ несколько серверов Windows 2000 Server / несколько Linux server (Apache, FTP, Postfix, Spamassassin, antivirus (Clam), iptables, и т.д.), удалённые сервера, так же в мои обязанности входит вся сеть (прокладка и обслуживание), телефонная сеть (прокладка, обслуживание внутренних и городских телефонов, мини АТС Panasonic 1238 подключение, настройка, обслуживание), Интернет (все взаимоотношения с провайдером по прокладке и поддержки HC), покупка, сборка, определение неисправности, ремонт компьютеров, взаимоотношение с фирмами предоставляющими услуги по заправке картриджей, обслуживание и небольшой ремонт оргтехники и периферии, учёт компьютерной и офисной техники. ✓ С 1 декабря 2000 года по март 2003, работал в ООО «СтримС» г. Киев (разработка программного обеспечения) на должности системный администратор / программист (сеть (витая пара) более 40 компьютеров Windows 98/NT4/2000/XP, серверы Windows NT4 / 2000 / Linux, база данных Oracle 8i, почтовый сервер, WEB, выделенные линии, маршрутизатор Cisco 1720, ip телефония, мини АТС Panasonic 308, программирование SQL, JAVA) ✓ С октября 2000 года работал на заводе «АвтоТрактор» г. Харьков на должности инженер-программист (программирование микроконтроллеров PIC фирмы Microchip); ✓ С сентября 1999 года, работал в ИКА «Оику» и ЧП «Сатик» г. Александрия (продажа, модернизация, ремонт компьютерной и офисной техники) на должности начальника тех. отдела; Образование: ✓ «Харьковский национальный университет радиоэлектроники», специальность «Компьютерные интеллектуальные системы и сети» (Закончил в 2002). ✓ «Харьковский индустриальный техникум», диплом математик техник программист (Закончил в 1996); Дополнительные сведения: ✓ Ответственный, энергичный, общительный, собран и целеустремлён, легко обучаюсь новому; ✓ Моё хобби – всё, что связано с компьютерами;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		✓ Английский – технический. Образец 2 Практическое задание 1.4 Иванов Иван Владимирович 1977г.р. тел: (044) 3333333, (050) 8888888 E-Mail: big.mir@big.mir Ищу вакансию 1) руководителя группы разработчиков; 2) разработчика программно-аппаратных комплексов и систем; 3) разработчика, наладчика РЭА; 4) системного администратора; 5) инженера-конструктора, технолога на механосборочное производство. Стаж работы Внештатно - Bystronic (Швейцария) - монтаж и настройка листогибочных прессов и машин для лазерного раскроя листового металла, обучение персонала, гарантийное и послегарантийные обслуживание (по СНГ). С 09.2000 по сей час - ООО Энеркон г.Киев - Системный инженер. Разработка узлов и систем телеконтроля и телеуправления. Разработка и руководство проектами. Клиентами разработанных систем являются предприятия коммунальной, нефтетранспортной, химической, металлургической, ядерной промышленности и др. С 09.1998 по 09.2000 - АО завод "Автоштамп" - Инженер-технолог лазерной резки листового металла. Создание разверток деталей и технологический контроль изготовления программ для лазерной резки листового металла станком BySprint 1800/3015 фирмы Bystronic (Швейцария). Обслуживание станков от Haemmerle, Beyeler, Bystronic. С 02.1998 по 09.1998 - АО завод "Автоштамп" - Техник-программист. Создание управляющих программ для BySprint 1800/3015, а также администрирование участка лазерной резки. С 1997 по 02.1998 - СКБ "Микроконт" – Программист. Разработка программ управления бетонными заводами, заводами сухих смесей и др. С 1995 по 1996 - Телестудия "НТА" г. Александрия - Оператор монтажа и эфира. Видеосъемки, монтаж. Работа в полевых условиях. Компьютерный монтаж. С 1994 по 1995 - АО "Аркад" - Наладчик.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Сборка, наладка и ремонт ПК. Установка и монтаж сетей "под ключ". Образование С 1991 по 1996 - Александрийский Индустриальный техникум. Математик- программист. С 1996 по 2002 - Кременчужский Государственный Политехнический Университет. Электропривод и автоматизация технологических процессов. О себе Длительное время работаю в области разработки и внедрения информационных и машиностроительных технологий. Имею большой опыт в проектировании и внедрении систем автоматизации. Хорошее знание номенклатуры рынка IT и современной элементной базы. Из личных качеств хотелось бы отметить ответственность и целеустремленность. Требователен к подчиненным. Неконфликтен. Администрирование компьютерных сетей и их монтаж.(Novell, NT, 2000, 9x). Всестороннее знание ПК software и hardware. Разработка микроконтроллеров на Z80, 8085, 8252, PICX, AT89 X, AT90 X, IPC@CHIP. Программирование на Pascal, Delphi, Assembler, C. Работа с OrCad, P-Cad, PCAD-2001(Accel EDA), Corel Draw!, Visio и др. Не чуждо машиностроение. Разработка чертежей в Компас-график, AutoCad-2000. Разработка и изготовление металлоконструкций различной степени сложности. Работа с видеосъемочным и видеомонтажным оборудованием. Хорошее знание английского языка (в основном технического). Интересы / хобби Основные области интересов: микроконтроллеры, сети, PC периферия, фантастическая литература, музыка и велотехника. P.S. Имею личную лабораторную базу (серьезную). Возможна телеработа или работа по контракту.
ОПК-4.3	Разрабатывает оптимальные экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	Тест 1. Развитие персонала — это... а) процесс подготовки сотрудника к выполнению новых производственных функций, занятию новых должностей, решению новых задач; б) процесс непосредственной передачи новых профессиональных навыков или знаний сотрудникам организации; в) система взаимосвязанных видов деятельности, необходимых, чтобы гарантировать организации эффективную управленческую структуру и менеджеров для достижения организационных целей; г) процесс и результат усвоения систематизированных знаний, умений, навыков и способов поведения

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		ния, необходимых для подготовки человека к жизни и труду; д) процесс и результат подготовки человека к определенному виду трудовой деятельности, подтвержденный документом об окончании соответствующего учебного заведения. 2. Специально сформированная группа работников, по своим качествам соответствующая требованиям, предъявляемым к руководителям определенного ранга, прошедших аттестационный отбор, специальную управленческую подготовку и достигших положительных результатов в производственно-коммерческой деятельности организации: а) резерв руководителей на выдвижение; б) аттестационная комиссия; в) резерв кадров; г) кадровая служба. 3. Доверительные обращения руководителя к сотруднику есть проявления внутриорганизационной карьеры: а) горизонтального типа; б) вертикального типа; в) центростремительного типа. 4. Правовой акт, регулирующий трудовые, социально-экономические, профессиональные отношения между работодателем и наемными работниками в организации, есть: а) трудовое соглашение; б) трудовой договор; в) коллективный договор; г) трудовой контракт. 5. Оценка деятельности подразделений управления персоналом — это системный процесс, направленный на (выберите все правильные ответы): а) соизмерение затрат и результатов, связанных с деятельностью кадровых служб; б) соотношение результатов деятельности кадровых служб с итогами деятельности организации в целом; в) соотношение результатов деятельности кадровых служб с итогами деятельности других подразделений 6. Постулаты теории человеческих отношений гласят (при необходимости указать несколько вариантов ответов): а) труд не приносит удовлетворения индивиду; б) индивиды стремятся к самостоятельности; в) требуется жесткий контроль за работниками;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		г) труд приносит удовлетворение индивиду; д) индивиды стремятся внести свой вклад в реализацию целей предприятия. е) большинство индивидов ответственно, способно к самостоятельности, к творчеству, к личному самоконтролю; ж) индивиды стремятся быть полезными и значимыми.
Оценка и управление недвижимостью		
ОПК-4.1	Выбирает и применяет рациональные методики расчета показателей, характеризующих деятельность экономических агентов на микро- и макроуровне	Задачи. 1. Владелец кафе предполагает в течение шести лет получать ежегодный доход от аренды в сумме 200 тыс.руб. В конце шестого года кафе будет продано за 4000 тыс. руб. Расходы по ликвидации составляют 5,0% от продажной цены. Прогнозирование доходов от аренды имеет большую степень вероятности, чем возможность продажи объекта за указанную цену. Различия в уровне риска определяют выбранные оценщиком ставки дисконта для дохода от аренды и продажи: 8,0% и 20,0% соответственно. Определите стоимость кафе. 2. Определите полную стоимость объекта недвижимости, суммарный взнос и рыночную стоимость, если на участке имеется дом площадью 2500 кв. м., при этом стоимость воспроизводства дома, включая прямые и косвенные затраты, составляет 50 денежных единиц за кв.м., стоимость воспроизводства гаража площадью 300 кв.м. – 20 денежных единиц за кв.м., стоимость воспроизводства всех сооружений во дворе 10 000 денежных единиц, общий устранимый физический износ 5000 денежных единиц, общее неустраняемое функциональное устаревание 5000 денежных единиц, стоимость земли, исходя из сопоставимых продаж 50 000 денежных единиц. 3. Проводя оценку объекта недвижимости, оценщик установил, что аналогичный объект в том же секторе рынка недвижимости продан за 350 000 руб. После реконструкции отчета по этому объекту оценщик установил, что чистый операционный доход по нему составляет 85 000 руб. Определите общую ставку капитализации. 4. Сопоставимый объект был продан за 100 млн. руб. Оцениваемый объект от сопоставимого имеет пять отличий: уступает оцениваемому на 5,0%; уступает оцениваемому на 4,5%; превосходит оцениваемый на 2,6%; превосходит оцениваемый на 8,0%. Определите стоимость объекта, предполагая, что: - отличия не имеют взаимного влияния; - отличия оказывают взаимное влияние. 5. Двухкомнатная квартира с балконом была продана на 500 тыс.руб. дороже, чем такая же квартира без балкона. Трехкомнатная квартира с балконом была продана на 490 тыс.руб. дороже, чем такая же без балкона. Однокомнатная квартира с балконом была продана на 520 тыс. руб. дороже, чем такая же

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		без балкона. Определите величину корректировки на наличие балкона. 6. Объект оценки - двухкомнатная квартира вблизи метро на четвертом этаже без лифта, с балконом, отдельным санузлом, со спаренным телефоном. Имеется информация: средняя стоимость двухкомнатной квартиры, площадью 70 кв.м. с телефоном, двумя балконами, совмещенным санузлом в трех остановках от станции метро составляет 2500 тыс.руб. Корректировочные данные: дополнительная площадь увеличивает стоимость на 22,5 тыс.руб. за кв.м.; близость от станции метро увеличивает стоимость на 7,0%; наличие телефона увеличивает стоимость на 25 тыс.руб.; отдельный санузел увеличивает стоимость на 4,0%; наличие лифта оценивается в 30 тыс.руб.; наличие балкона оценивается в 22,5 тыс.руб. Определите стоимость двухкомнатной квартиры.
ОПК-4.2	Анализирует экономические и финансовые показатели деятельности экономических агентов на микро- и макроуровне, осуществляет критический анализ проблемных ситуаций в профессиональной деятельности	Примерный перечень тем рефератов: 1. Методологические основы оценки недвижимости 2. Сущность и виды операций на рынке недвижимости 3. Договор купли-продажи объектов недвижимости 4. Договор аренды. 5. Договор дарения. 6. Наследование недвижимого имущества. 7. Договор ренты. 8. Договор аренды. 9. Оценочная деятельность на рынке недвижимости 10. Экономические отношения собственности как составная часть предмета гражданского-правового регулирования. 11. Роль и значение частной собственности в формировании гражданского общества: исторический генезис и современное состояние. 12. Принцип неприкосновенности собственности как одно из основных начал гражданского законодательства. 13. Сущность доверительного управления имуществом собственника и его отличие от института «доверительной собственности» (траста).
ОПК-4.3	Разрабатывает оптимальные экономические и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	Вопросы для аттестации 1. Сущность и особенности оценочной деятельности. 2. Основные виды стоимости недвижимости, их характеристика. 3. Цели, принципы оценки стоимости недвижимого имущества. 4. Регулирование оценочной деятельности.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		5. Сравнительный подход оценки объекта недвижимости, его сущность. 6. Доходный подход оценки объекта недвижимости, его сущность. 7. Затратный подход оценки объекта недвижимости, его сущность. 8. Понятие и этапы процесса оценки недвижимого имущества. 9. Заключение договора на проведение оценки как этап процесса оценки недвижимого имущества. 10. Разработка, построение и оформление технического задания на проведение оценки рыночной стоимости объекта недвижимости. 11. Сбор и анализ информации необходимой для проведения оценки как этап процесса оценки недвижимого имущества. 12. Выбор методов оценки недвижимого имущества и проведение оценки, характеристика этапа оценки недвижимого имущества. 13. Согласование результатов применения подходов к оценке и определение итоговой величины стоимости объекта оценки, характеристика этапа оценки недвижимого имущества. 14. Разработка, построение и оформление отчета об оценке объекта недвижимого имущества. 15. Особенности процесса оценки земельных участков. 16. Основы построения систем эффективного управления продажами объектов жилой недвижимости. 17. Цели, уровни управления продажами объектов жилой недвижимости и доминирующий критерий. 18. Классические концепции эффективного управления продажами объектов жилой недвижимости. 19. Оценка эффективности концепции управления продажами объектов жилой недвижимости. 20. Инновационные концепции эффективного управления продажами объектов жилой недвижимости. 21. Основы построения систем эффективного управления продажами объектов нежилой недвижимости. 22. Цели, уровни управления продажами объектов нежилой недвижимости и доминирующий критерий. 23. Классические концепции эффективного управления продажами объектов нежилой недвижимости. 24. Оценка эффективности концепции управления продажами объектов нежилой недвижимости. 25. Инновационные концепции эффективного управления продажами объектов нежилой недвижимости.
Учебная - практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности		
ОПК-4.1	Выбирает и применяет рациональные методики расчета показателей, характеризующих деятельность экономических агентов на микро- и макроуровне	Задание: 1. Анализ организационной структуры организации. 2. Анализ технического задания на выполнение научно-исследовательской работы (НИР), целей и задач исследований, исходных данных, требований и ограничений. 3. Изучить компоненты организационной структуры организации.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		4. Изучить правовое обеспечение деятельности по организации государственного управления и местного самоуправления развитие 5. Изучить информационную систему управления организации (базы данных, коммуникационный процесс, информационный процесс, документооборот и организация делопроизводства, совершенствование информационной системы управления).
ОПК-4.2	Анализирует экономические и финансовые показатели деятельности экономических агентов на микро- и макроуровне, осуществляет критический анализ проблемных ситуаций в профессиональной деятельности	Задание: 1. Ознакомление с обоснованиями актуальности исследований, научной новизны и практической значимости результатов работы. 2. Изучение примененных методов исследований 3. Изучение нормативно-методической базы исследований. 4. Анализ программного обеспечения исследования. 5. Анализ отчетной документации, изучение правил оформления отчета о НИР
ОПК-4.3	Разрабатывает оптимальные экономические и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	Задание: 1. Анализ организационной структуры организации. 2. Анализ технического задания на выполнение научно-исследовательской работы (НИР), целей и задач исследований, исходных данных, требований и ограничений. 3. Изучить компоненты организационной структуры организации. 4. Изучить правовое обеспечение деятельности по организации государственного управления и местного самоуправления развитие Изучить информационную систему управления организации (базы данных, коммуникационный процесс, информационный процесс, документооборот и организация делопроизводства, совершенствование информационной системы управления).
ОПК-5 – Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных		
Информационные технологии в профессиональной деятельности		
ОПК-5.1	Выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, современные информационные технологии и программное обеспечение	<i>Примерный перечень вопросов к зачету в форме</i> 1. Данные об объектах, событиях и процессах, это а. содержимое баз знаний; б. необработанные сообщения, отражающие отдельные факты, процессы, события; в. предварительно обработанная информация; г. сообщения, находящиеся в хранилищах данных. 2. Экономический показатель состоит из а. реквизита-признака;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		б. графических элементов; в. арифметических выражений; г. реквизита-основания и реквизита-признака; д. реквизита-основания; е. одного реквизита-основания 3. Укажите правильную характеристику реквизита-признака экономического показателя а. Реквизит-признак определяет качественную сторону предмета или процесса. б. Реквизит-признак определяет количественную сторону предмета или процесса. в. Реквизит-признак определяет временную характеристику предмета или процесса. г. Реквизит-основание определяет составляющие элементы объекта. 4. Укажите направления в развитии инфокоммуникационных технологий а. Варианты ответа: б. Электронный бизнес. в. Решение экономических задач. г. Банковские сетевые расчеты. д. Принятие решений с помощью экспертных систем. е. Дистанционное обучение и выполнение работ. ж. управление взаимоотношения с клиентами. з. Информационная система, обеспечивающая планирование потребности в производственных мощностях. и. Интегрированная система, обеспечивающая планирование и управление всеми ресурсами предприятия, его снабжением, сбытом, кадрами и заработной платой, производством, научно-исследовательскими и конструкторскими работами. к. Информационная система, обеспечивающая управление поставками.
ОПК-5.2	Использует для решения профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, предварительно оценив возможность и целесообразность их использования	Пример практического задания 1. Вы работаете в отделе кадров. Ваша должность подразумевает использование и контроль кадрового документооборота. Ваша организация представляет из себя (ниже Вам необходимо выбрать один из видов предприятия): 1. ВУЗ (количество сотрудников около тысячи, есть три филиала в других городах); 2. муниципальное образование (количество сотрудников около ста человек); 3. промышленное предприятие (количество сотрудников около полтора тысяч человек, предприятие сосредоточено в одном месте);

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		2. Служба ИТ вашего предприятия предложила Вам на выбор несколько систем электронного документооборота: – Дело – Е1 Евфрат – БОСС-Референт – 1С: Документооборот 4. Составляете сводную таблицу сравнения систем электронного документооборота и делаете аргументированный вывод о наиболее эффективной системе электронного документооборота. 3. Для выбранной вами системы составляете развернутое описание по тем критериям, которые вы посчитали нужным отобрать. Например: функциональные характеристики системы (регистрация документов,
Методы обработки экономической информации		
ОПК-5.1	Выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, современные информационные технологии и программное обеспечение	Вопросы к зачету: 1. Роль и направления использования информационных технологий в решении экономических задач. 2. Понятие и классификация информационных технологий в экономике. 3. Корпоративные информационные системы и факторы, влияющие на их развитие. 4. Роль и место информационных технологий электронных таблиц в экономике. 5. Применение информационных технологий электронных таблиц при решении оптимизационных задач. 6. Роль и место информационных технологий баз данных в экономике. 7. Способы прогнозирования в электронной таблице MS Excel. 8. Прогнозирование с помощью команды Подбор параметра. 9. Постановка экономической задачи и технология решения с помощью команды Подбор параметра. 10. Использование команды Поиск решения для решения оптимизационных задач управления. 11. Создание отчета по результатам поиска решения. 12. Анализ данных с помощью Диспетчера сценариев. 13. Применение таблиц данных для решения задач прогнозирования. 14. Способы прогнозирования в электронной таблице MS Excel. 15. Анализ данных с помощью Диспетчера сценариев

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		16. Виды рисков и их отражение в экономико-математических моделях. 17. Оценка адекватности модели. 18. Поиск решения в MS Excel. 19. Понятие оптимизационной модели. 20. Понятие экономико-математического анализа оптимального решения. 21. Понятие экономико-математического моделирования. Задания 1. из отобранных ценных бумаг сформировать портфель и оптимизировать его 2-мя способами По своему варианту оценить риск выбора конкретного инвестиционного решения, матрицу чувствительность-предсказуемости, сценарный анализ: метод Монте-Карло.
ОПК-5.2	Использует для решения профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, предварительно оценив возможность и целесообразность их использования	Задания <i>Поиск по известным реквизитам</i> 1. Необходимо найти Трудовой кодекс (Кодексы). Описать его реквизиты 2. Найти информацию о возможности и порядке привлечения сотрудников к работе в праздники "Работа в праздники"). 3. Необходимо найти Федеральный закон "Об обществах с ограниченной ответственностью" – "закон об ООО"). 4. Необходимо найти ст. 330 Гражданского кодекса РФ – "ст. 330 ГК"). 5. Найдите ст. 54 Гражданского кодекса, используя Быстрый поиск. Определите, какие законы регулируют определение наименований юридических лиц (умная ссылка). 6. Найдите Закон от 9.12.1991 №2003-1 "О налогах на имущество физических лиц". 7. Если в задании на поиск есть номер документа, то этот реквизит должен быть указан при поиске в первую очередь, затем можно уточнить запрос. В словаре номеров ярким цветом указываются доступные разделы, блеклым цветом – разделы не подключенные (номера недоступны). 8. Найти Указ Президента РФ от 06.03.1997 № 188. 9. 8. Найти Федеральный закон от 26.03.1998 № 41-ФЗ. 10. Если в результате поиска документов нет, это означает, что документы относятся к категории секретных или "Для служебного пользования". 11. Найти приказы Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, принятые в мае 2005 г. 12. Для этого необходимо будет выполнить следующие запросы: Вид документа – приказ, Принявший

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		орган – Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. Название можно вводить в виде аббревиатуры или можно выбрать в названии уникальное слово в нужном падеже. 10. Найти Закон "О государственном флаге Российской Федерации". В полученном списке не должно быть документов, вносящих изменения или дополнения в него (Вид документа – закон, Название документа – государственный флаг (на вкладке Расширенный поиск), кроме – (изменения или дополнения).
Информационные системы маркетинга		
ОПК-5.1	Выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, современные информационные технологии и программное обеспечение	Вопросы для подготовки 1. Единое информационное пространство предприятия 2. Экономическая информация. Определение. Особенности экономической информации. 3. Показатели информации. Реквизит-основание. Реквизит-признак. 4. Свойства экономической информации. 5. Этапы использования средств вычислительной техники. 6. Характерные особенности АСУП, разрабатываемые на 1-м этапе. 7. Характерные особенности АСУП, разрабатываемые на 2-м этапе. 8. Характерные особенности АСУП, разрабатываемые на 3-м этапе. 9. Основополагающие принципы создания корпоративных систем. 10. Принцип системности. 11. Принцип развития. 12. Принцип совместимости. 13. Принцип стандартизации. 14. Принцип эффективности. 15. Бизнес-моделирование как метод управления. 16. Корпоративные системы. 17. Бизнес-процесс и бизнес-функция системы управления персоналом. 18. Корпоративная система управления бизнес-процессами. 19. Информационная система и информационная технология. 20. Классификация информационных систем. Виды классификаций. 21. Управленческие информационные системы. 22. Системы поддержки принятия решений.

<i>Код индикатора</i>	<i>Индикатор достижения компетенции</i>	<i>Оценочные средства</i>
		23. Системы поддержки принятия стратегических решений. 24. Типы информационных систем. 25. Структура информационной системы. 26. Информационное обеспечение информационной системы. 27. Техническое обеспечение информационной системы. 28. Математическое и программное обеспечение информационной системы. 29. Организационное обеспечение информационной системы. 30. Правовое обеспечение информационной системы. 31. Классификация информационных систем по признаку структурированности задач. 32. Виды информационных систем, используемых для решения частично структурированных задач. 33. Информационные системы, разрабатывающие альтернативы решений. 34. Классификация информационных систем по функциональному признаку и уровням управления. 35. Функциональное назначение информационных систем. 36. Информационные системы оперативного (операционного) уровня. 37. Информационные системы специалистов. 38. Информационные системы для менеджеров среднего звена. 39. Стратегические информационные системы. 40. Информационные системы в фирме. 41. Классификация ИС по степени автоматизации. 42. Информационно-поисковые системы. 43. Классификация ИС по сфере применения. 44. Классификация интегрированных информационных систем. 45. Техническое обеспечение информационных технологий. 46. Коммуникационное обеспечение ИТ. 47. Средства оргтехники ИТ. 48. HRM-система. 49. Классификация HRM-систем. 50. HRMS-системы. 51. ERP-системы. 52. Отечественные ERP-системы. 53. Российский рынок автоматизированных систем управления персоналом. 54. Система «Мотив».

<i>Код индикатора</i>	<i>Индикатор достижения компетенции</i>	<i>Оценочные средства</i>
		55. «Персонал Система». 56. Система «ПАРУС». 57. Нормативно-методические документы. 58. Стандартизация в области информационных технологий. Основные направления в области стандартизации информационных технологий. 59. Мировые стандарты ИТ управления персоналом. 60. Регламентация системы управления персоналом. 61. Информационная безопасность организации. 62. Критерии информационной безопасности. 63. Стандарты в области информационной безопасности. 64. Методы обеспечения информационной безопасности. 65. Средства информационной безопасности. 66. Вычислительная сеть. Назначение. Классификация. 67. Локальные вычислительные сети. 68. Аппаратные компоненты локальной сети. 69. Глобальная сеть Интернет. Основные характеристики. 70. Адресация и маршрутизация в сети Интернет. 71. Службы сети Интернет. 72. Нейросетевые технологии. 73. Назначение нейросети. 74. Использование технологии искусственных нейронных сетей. 75. Сферы применения нейросетей. 76. Мультимедиа. 77. Мультимедиа технология. Мультимедийный продукт. 78. Аппаратные средства мультимедиа. 79. Программные средства мультимедиа. 80. Структура мультимедийной технологии. 81. Аудиоадаптер. 82. Манипуляторы. 83. Видеоадаптер. 84. TV-тюнер.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		85. Фрейм – грабберы. 86. Преобразователи VGA-TV. 87. Мультимедиа-презентация. 88. Интеллектуальные информационные технологии. 89. Этапы развития информационных интеллектуальных технологий. 90. Перспективы развития интеллектуальных информационных технологий. 91. Системы поддержки принятия решений (СППР). 92. Аналитические системы СППР. 93. OLAP-системы. 94. Типы СППР. 95. Области применения СППР. 96. Эффективность. Основные показатели эффективности ИТ. 97. Вычисление эффективности ИТ. 98. Показатели экономической эффективности информационных технологий. 99. Расчет экономического эффекта при внедрении автоматизированных информационных технологий
ОПК-5.2	Использует для решения профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, предварительно оценив возможность и целесообразность их использования	Итоговое задание. Необходимо сделать реферат-презентацию по какому-либо программному продукту, предназначенному для автоматизации процессов управления кадрами. В презентации необходимо раскрыть такие вопросы: – название, производитель, тип продукта – на какого потребителя рассчитан – функциональные возможности (плюсы и минусы) – удобство пользования – насколько распространен на рынке (доля рынка), с какими аналогичными программами конкурирует – информация важная для оценки программного продукта и принятия решения о приобретении Тестовые задания 1. Цель информатизации общества заключается в а. 1 справедливом распределении материальных благ; б. 2 удовлетворении духовных потребностей человека; в. 3 максимальном удовлетворении информационных потребностей отдельных граждан, их групп, предприятий, организаций и т. д. за счет повсеместного внедрения компьютеров и средств комму-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		никаций 2. В каком законе отображается объективность процесса информатизации общества Варианты ответа: а. Закон убывающей доходности. б. Закон циклического развития общества. в. Закон “необходимого разнообразия”. г. Закон единства и борьбы противоположностей. 3. Данные об объектах, событиях и процессах, это а. 1 содержимое баз знаний; б. 2 необработанные сообщения, отражающие отдельные факты, процессы, события; в. 3 предварительно обработанная информация; г. 4 сообщения, находящиеся в хранилищах данных. 4. Информация это а. 1 сообщения, находящиеся в памяти компьютера; б. 2 сообщения, находящиеся в хранилищах данных; в. 3 предварительно обработанные данные, годные для принятия управленческих решений; г. 4 сообщения, зафиксированные на машинных носителях. 5. Экономический показатель состоит из а. 1 реквизита-признака; б. 2 графических элементов; в. 3 арифметических выражений; г. 4 реквизита-основания и реквизита-признака; д. 5 реквизита-основания; е. 6 одного реквизита-основания и относящихся к нему реквизитов-признаков. 6. Укажите правильную характеристику реквизита-основания экономического показателя а. Реквизит-основание определяет качественную сторону предмета или процесса. б. Реквизит-основание определяет количественную сторону предмета или процесса. в. Реквизит-основание определяет временную характеристику предмета или процесса. г. Реквизит-основание определяет связь между процессами. 7. Чем продиктована необходимость выделения из управленческих документов экономических показателей в процессе постановки задачи а. 1 для идентификации структурных подразделений, генерирующих управленческие документы; б. 2 стремлением к правильной формализации расчетов и выполнения логических операций;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		в. 3 необходимостью защиты информации. 8. Какое определение информационной системы приведено в Федеральном законе «Об информации, информатизации и защите информации» а. Информационная система – это замкнутый информационный контур, состоящий из прямой и обратной связи, в котором, согласно информационным технологиям, циркулируют управленческие документы и другие сообщения в бумажном, электронном и другом виде. б. Информационная система – это организационно упорядоченная совокупность документов (массив документов) и информационных технологий, в том числе с использованием средств вычислительной техники и связи, реализующих информационные процессы (процесс сбора, обработки, накопления, хранения, поиска и распространения информации). в. Информационная система – организационно-техническая система, предназначенная для выполнения информационно-вычислительных работ или предоставления информационно-вычислительных услуг; г. Информационная система – это совокупность внешних и внутренних прямых и обратных информационных потоков, аппарата управления организации с его методами и средствами обработки информации. 9. Укажите правильное определение информационного бизнеса: а. Информационный бизнес – это производство и торговля компьютерами. б. Информационный бизнес – это предоставление инфокоммуникационных услуг. в. Информационный бизнес – это производство, торговля и предоставление информационных продуктов и услуг. г. Информационный бизнес – это торговля программными продуктами. 10. Укажите правильное определение информационного рынка: а. Под информационным рынком понимается множество производителей, предлагающих инфокоммуникационные услуги. б. Под информационным рынком понимается множество субъектов, поставляющих средства вычислительной техники. в. Под информационным рынком понимается сеть торговых предприятий, реализующих программное обеспечение. г. Под информационным рынком понимается совокупность хозяйствующих субъектов, предлагающих покупателям компьютеры, средства коммуникаций, программное обеспечение, информационные и консалтинговые услуги, а также сервисное обслуживание технических и программных средств.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
Основы цифрового маркетинга		
ОПК-5.1	Выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, современные информационные технологии и программное обеспечение	Перечень теоретических вопросов к зачету 1. Развитие цифрового маркетинга. 2. Современные направления и инструменты развития маркетинга. 3. Эволюция маркетинга: основные концепции. 4. Направления развития маркетинга товаров и услуг: нейромаркетинг; интернет-маркетинг; сенсорный, вирусный, экологический, латеральный, когнитивный маркетинг и др. 5. Инструменты маркетинга вовлечения в условиях цифровой экономики. 6. Практика организации маркетинга: международный и современный российский опыт. 7. Основные задачи и принципы деятельности маркетинговых подразделений современной организации. 8. Сущность, характеристика и классификация информационного обеспечения цифрового маркетинга. 9. Преимущества интернет-ресурсов как инструментов маркетинговой деятельности: вариативность, доступность, эффективность, информативность, адаптивность. 10. Маркетинговые функции Интернет-сайтов: имиджевая, информационная, справочная, рекламная, реализация прямых продаж. 11. Классификация Интернет-ресурсов как инструментов маркетинговой деятельности 12. Оценка эффективности и результативности цифрового маркетинга. 13. Показатели эффективности Digital-маркетинга, определяемые поисковыми системами 14. Показатели эффективности интернет-рекламы 15. Методы управления рисками в цифровом маркетинге. 16. Мобильный маркетинг: определение, цели, преимущества и недостатки 17. Продвижение с помощью блогеров и лидеров мнений. 18. Вирусный маркетинг. 19. Геймификация как перспективное направление цифрового маркетинга 20. Современные технологии цифрового маркетинга: классификация, виды и условия применения. 21. Классификация технологий цифрового маркетинга. 22. Поисковой маркетинг: понятие, преимущества, недостатки, цели применения.
ОПК-5.2	Использует для решения профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, предварительно оценив	Практические задания 1. «Разработка уникального торгового предложения (УТП) нового товара. 2. Продвижение нового товара (услуги) с применением современных маркетинговых инструментов». Мини-кейсы

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	возможность и целесообразность их использования	1. «Экономика 4.0», «Управление взаимоотношениями с клиентами в сети», «Конкурентная борьба в Интернете». 2. «Использование технологий Интернет-маркетинга для предложения продукта на рынке». Также будет выполнена практическая работа на тему: «Сбор и анализ первичной маркетинговой информации методом онлайн-анкетирования» 3. практического задания по теме «Разработка таргетированной и контекстной рекламной кампании в системах Яндекс. Директ и GoogleAdwords». 4. практическое задание по теме «Анализ эффективности продвижения сайта в поисковых системах».
Современные технологии и инструменты цифрового маркетинга		
ОПК-5.1	Выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, современные информационные технологии и программное обеспечение	Темы докладов с презентацией 1. Создание рекламной кампании в сети Интернет 2. Специфика мероприятий Интернет-маркетинга в России. 3. Электронная коммерция в США. 4. Электронная коммерция в Европе. 5. Электронная коммерция в Китае 6. Электронная коммерция в России 7. Маркетинг Web3.0. 8. Маркетинг Web4.0. 9. Особенности цифровой экономики на современном этапе 10. Цифровой маркетинг Аналитическая работа Задание 1. Создайте сайт с помощью конструкторов на готовых движках Битрикс24 и Tilda и установите на него GTM. Лендинг должен содержать: — Создание брифа с указанием специфики бизнеса и цели создания сайта; — Нахождение «изюминки» (УТП) для создания лендинга; — Создание лендинга под аватар клиента (с учетом потребностей будущих клиентов); — Разработка структуры (прототипирование): стиль лендинга, блоки, смысл послания, порядок элементов, кнопки призыва; — Копирайтинг: продающий текст, попадающий в цель; — Дизайн: определение продающих смыслов для улучшения восприятия текстовой информации, повышения узнаваемости бренда, укрепления позиционирования;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		После того как сайт будет готов на него необходимо внедрить систему аналитики код счетчика GTM. Аналитический отчет должен включать результаты: – внедрение на сайт через GTM счётчик Яндекс Метрики; – внедрение на сайт через GTM счётчик Google Аналитикс Аналитическое задание 2 Задания для подготовки аналитического отчета. Задания лучше выполнять самостоятельно на примере своего собственного сайта. Для промежуточной аттестации необходимо выполнить все задания. 1. Разработка SEO-продвижения. SEO-продвижение включает в себя: – Планирование продвижения сайта: определение целей, сроков и результатов; – Формирование семантического ядра: ключевые слова, по которым будет осуществляться продвижение, кластеризация запросов по наиболее релевантным запросам; – Работа со ссылками: анализ ссылочной структуры продвигаемого сайта и его конкурентов; – Улучшение юзабилити и дизайна сайта: анализ кликабельности, продолжительность пребывания на сайте, удобство просмотра с различных гаджетов; – Мониторинг действий посетителей сайта через систему GTM: глубина просмотра, отправка событий, топ-5 купленных товаров через мобильные устройства, из какого города чаще всего переходят на сайте. – Подготовить презентацию по результатам SEO-продвижения. Аналитическое задание 3 Прежде, чем запускать продвижение, нужно подготовить посадочные и инструменты для отслеживания: откуда пришел клиент. Это позволит в дальнейшем оценивать эффективность каналов и управлять ценой лида. Опишите процедуру создания посадочных инструментов сайта компании, которая работает в сфере B2B.
ОПК-5.2	Использует для решения профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, предварительно оценив возможность и целесообразность их использования	1. Вопросы для самостоятельного изучения 2. В чем суть концепции цифрового маркетинга? Обоснуйте ответ. 3. Что главное в Agile маркетинге, на что он опирается, как она связана с цифровым маркетингом? Обоснуйте ответ. 4. Назовите критерии (принципы) сегментации на B2C рынках. Обоснуйте ответ. 5. Что такое Look-Alike таргетирование? Обоснуйте ответ.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		6. Какие модели монетизации мобильных приложений вы знаете (минимум 4)? Обоснуйте ответ. 7. В чем различие нативных и веб мобильных приложений? Обоснуйте ответ. 8. Назовите основные элементы посадочной страницы. Обоснуйте ответ. 9. Назовите основные этапы создания сайта? Обоснуйте ответ. 10. Как работает поисковая система по сайтам? Обоснуйте ответ. 11. Что такое семантическое ядро сайта и как оно формируется? Обоснуйте ответ. 12. Что такое мета теги и для чего они нужны? Обоснуйте ответ. 13. Какие вы знаете принципы оплаты рекламы в Интернет? Обоснуйте ответ. 14. Как назначаются ставки и проводятся аукционы в Яндекс Директ и Google AdWords? Обоснуйте ответ. 15. Что такое «ключевые слова» и «минус слова»? Обоснуйте ответ. 16. Назовите последовательность создания рекламной кампании контекстной рекламы. Обоснуйте ответ. 17. Назовите типы писем в e-mail маркетинге Обоснуйте ответ. 18. Откуда берется база данных для рассылок? Обоснуйте ответ. 19. Чем отличается показатель отказов в Яндекс. Метрике и Google Analytics? Обоснуйте ответ. 20. Зачем используется инструмент WebVisor? Обоснуйте ответ. 21. Назовите самые популярные соцсети в России и их отличия. Обоснуйте ответ. 22. Каким образом можно сделать рекламу в аудиозаписях VK? Обоснуйте ответ. 23. С чего начинается рекомендательный маркетинг? Обоснуйте ответ. 24. В чем основная идея провокационного маркетинга? Обоснуйте ответ. 25. Каковы три основных способа продвижения через блогеров? Обоснуйте ответ. 26. Чем отличаются пассивная и активная реклама в AR? Обоснуйте ответ. АПР №1 1. На аукционе в Google AdWords три рекламодателя. Первый имеет максимальную ставку 3, показатель качества 9, второй - максимальную ставку 4, показатель качества 7, третий - максимальную ставку 1, показатель качества 10. Кто займет первую позицию при показе 2. Для рекламы салона красоты «Нежность» на одной из страниц женского интернет-журнала разместили баннер. Через две недели после размещения рекламы была получена информация о том, что рекламу показали 2000 раз, при этом кликнули на нее 440 пользователей. Рассчитайте эффективность

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		размещенной рекламы 3. С посадочной страницы туристической компании продается горячие туры, например, туры в Сочи. Целевое действие – заявка. За сутки сайт посетили 544 человека, из них 37 оформили заявку на обратный звонок. Рассчитайте конверсию посадочной страницы сайта туристической компании. АПР № 2 1. Показатель CTR для баннера составляет 2,11 %. Сколько необходимо осуществить показов баннера, чтобы количество кликов (переходов на сайт) составило 500 2. Рекламная кампания сайта по оптовой продаже мужской одежды имела следующие данные: Затраты на продвижение сайта в поисковых системах = 145 500 руб. Количество обращений=398. Рассчитайте цену лид. 3. На главной странице одного из новостных сайтов был размещен баннер с рекламой новой модели автомобиля. Согласно информации, полученной от владельцев рекламной площадки, количество показов баннера составило 7000 в неделю, 3600 уникальных пользователей увидели баннер. Рассчитайте частоту показов баннера.
Цифровое управление экономическими процессами		
ОПК-5.1	Выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, современные информационные технологии и программное обеспечение	Перечень теоретических вопросов к экзамену: 1. Понятие цифровой экономики. 2. Уровни цифровой экономики. 3. Цифровая экосистема. 4. Источники правового регулирования отношений в сфере развития цифровой экономики. 5. Указ Президента РФ от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»: содержание, значимость для развития цифровой экономики. 6. Правовые основы организации проектной деятельности в Правительстве РФ. 7. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации»: основные направления преобразований экономики и социальной сферы, особенности реализации. 8. Федеральные проекты Национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» 9. Система управления реализацией Национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации»: общие положения. 10. Полномочия Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Феде-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		рации в области развития цифровой экономики. 11. Центры компетенций. 12. Проектный офис Национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации»). 13. Правовые условия для формирования единой цифровой среды доверия (по Национальной программе «Цифровая экономика Российской Федерации»). 14. Правовые условия для формирования электронного гражданского оборота (по Национальной программе «Цифровая экономика Российской Федерации»). 15. Правовые условия для сбора, хранения и обработки данных (по Национальной программе «Цифровая экономика Российской Федерации»). 16. Правовые условия для внедрения и использования инновационных технологий на финансовом рынке (по Национальной программе «Цифровая экономика Российской Федерации»). 17. Правовые условия в сфере судопроизводства и нотариата в связи с развитием цифровой экономики (по Национальной программе «Цифровая экономика Российской Федерации»). 18. Реестровая модель предоставления государственных и муниципальных услуг. 19. Проактивность и экстерриториальность предоставления государственных и муниципальных услуг. 20. Машиночитаемое описание процесса оказания государственных и муниципальных услуг, типизация и стандартизация приоритетных региональных и муниципальных услуг. 21. Цифровая трансформация отношений в сфере государственной и муниципальной службы (по Национальной программе «Цифровая экономика Российской Федерации»). 22. Государственные информационные системы, используемые на гражданской службе. 23. Создание сквозной цифровой инфраструктуры (по Национальной программе «Цифровая экономика Российской Федерации»). 24. Создание цифровых платформ (по Национальной программе «Цифровая экономика Российской Федерации»). 25. Электронный паспорт в РФ. 26. Цифровая повестка Евразийского экономического союза. 27. Национальный механизм реализации цифровой повестки Евразийского экономического союза.
ОПК-5.2	Использует для решения профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, предварительно оценив возможность и целесообразность их использования	Тестовые задания 1. Функции федерального органа исполнительной власти, ответственного за реализацию Национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», осуществляет (ненужное зачеркнуть): а) Президент РФ; б) Правительство РФ; в) Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		г) Министерство экономического развития Российской Федерации. 2. В Национальную программу «Цифровая экономика Российской Федерации» не входят следующие федеральные проекты (ненужное зачеркнуть): а) цифровые технологии; б) информационная безопасность; в) цифровая образовательная среда; г) информационная среда. 3. Особенностью четвертой промышленной революции является: а) ориентация на человека б) движение к дегуманизации в) искусственный интеллект и умные взаимосвязанные машины г) вытеснение из производства фактора труда. 4. Глобальный характер четвертой промышленной революции связан: а) с охватом всех стран и народов; б) со стиранием временных и пространственных движения капитала; в) с развитием сетевой информационной экономики г) с уменьшением индивидуализации потребностей человека 5. При переходе к цифровой экономике: а) растет производительность капитала и труда б) труд вытесняется цифровым капиталом и искусственным интеллектом в) расширяется рынок капитала и сужается рынок труда Выбрать правильный ответ и аргументировать 6. В результате цифровой трансформации прибыль компаний: а) стремительно растет б) стремительно падает в) остается неизменной в долгосрочном плане. 7. Цель создания электронного правительства - а) создание системы, обеспечивающей прямую связь населения с правительством страны. б) создание государственного форума в) создание системы государственных органов, объединенных в одну информационную сеть. г) создание сайта правительства д) эффективное государственное управление, прозрачность работы государственной власти и разрушение монополии чиновников на информацию. 8. Основу единой интегрированной архитектуры электронного правительства составляют:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		а) архитектура деятельности, системная архитектуру, техническая архитектуры б) федеративная архитектура, региональная архитектура, муниципальная архитектуру. в) системная и региональная архитектура. г) портал, шлюз, репозиторий д) базовые технические сервисы и инструменты. 9. Инструмент описания и стандартизации форматов, процедур, систем всех уровней – это а) репозиторий. б) портал в) шлюз г) типовые технические стандарты. д) объекты управления.
Учебная - практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности		
ОПК-5.1	Выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, современные информационные технологии и программное обеспечение	Задание: 1. Анализ организационной структуры организации. 2. Анализ технического задания на выполнение научно-исследовательской работы (НИР), целей и задач исследований, исходных данных, требований и ограничений. 3. Изучить компоненты организационной структуры организации. 4. Изучить правовое обеспечение деятельности по организации государственного управления и местного самоуправления развитие Изучить информационную систему управления организации (базы данных, коммуникационный процесс, информационный процесс, документооборот и организация делопроизводства, совершенствование информационной системы управления).
ОПК-5.2	Использует для решения профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, предварительно оценив возможность и целесообразность их использования	Задание: 1. Ознакомление с обоснованиями актуальности исследований, научной новизны и практической значимости результатов работы. 2. Изучение примененных методов исследований 3. Изучение нормативно-методической базы исследований. 4. Анализ программного обеспечения исследования. Анализ отчетной документации, изучение правил оформления отчета о НИР
ОПК-6 – Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности		

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
Информатика		
ОПК-6.1	Осуществляет поиск, анализ и синтез информации с использованием информационных технологий	К основным способам поиска информации в Интернет относят: a. указание адреса страницы; b. передвижение по гиперссылкам; c. обращение к поисковой системе; d. указание номера страницы в Интернет. Поисковая система – это ... a. веб-сайт, предоставляющий возможность поиска информации в Интернете; b. одна из самых востребованных на практике система, которая решает любую проблему пользователя Интернет; c. технология и предоставляемые ею услуги по пересылке и получению электронных сообщений; d. система поиска информации Информационная технология – это: a. Совокупность технических средств b. Совокупность организационных средств c. Совокупность операций по сбору, обработке, передаче и хранению данных с использованием методов и средств автоматизации d. Множество информационных ресурсов Задача. Произвести поиск информации в доступных ЭБС университета по поиску книг к каждому разделу дисциплины, по своей специальности, по заданной тематике: – Использовать простой и расширенный поиск. – Произвести поиск данных по заданным ключевым характеристикам книги, автора, уровням образования. Сформировать отчет в LibreCalc. Используя статистические и логические функции электронных таблиц, ответить на вопросы: 1. Сколько книг издано за определенный период? 2. Сколько книг по конкретному предмету есть в библиотеке? 3. Сколько книг по уровню ВО являются учебниками и учебными пособиями? Построить гистограмму для визуализации данных.
ОПК-6.2	Применяет технологии обработки дан-	Задача. Бригада работает по основному рабочему тарифу 100 руб/час. Вычислить размер заработ-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	ных, выбора данных по критериям; строит типичные модели решения предметных задач по изученным образцам	ной платы рабочего с учетом уральского коэффициента, который составляет 15%, и налога – 12 %. За-работная плата рассчитывается по следующему правилу: если количество отработанных часов < 35 в неделю, оплата производится по основному рабочему тарифу; если количество часов < 45, формула для расчета – $1,5 \cdot \text{основного тарифа}$, если > 45, рабочий получает 1,5 рабочего тарифа и премию в размере 50% от базового тарифа. Найти решение с применением статистических и логических функций электронных таблиц. Построить гистограмму распределения денежных средств. Задача В таблице «Сотрудники» с полями (Таб.№, ФИО, Разряд, Оклад, Должность) по заданным критериям произвести поиск информации: – По Таб.№ получить ФИО, – По ФИО определить Оклад. Создать формулы для ответа на вопросы: – Сколько человек имеет 14-ый разряд? – Найти суммарный оклад администраторов. – Найти средний оклад финансовых директоров.
ОПК-6.3	Использует современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности	Задача. Даны значения общих затрат на производства товара и Q_i - объем продаж из i-го отдела. Выдать результат в виде среднего арифметического значения объема по всем отделам. Задача. Дана таблица стоимости потребительских цен по месяцам. Сформировать список месяцев, в которых произошло увеличение цен более чем на 10%. Использовать функции электронных таблиц.
Информационные технологии в профессиональной деятельности		
ОПК-6.1	Осуществляет поиск, анализ и синтез информации с использованием информационных технологий	Пример практического задания Подготовить материал по теме: 1. Разработка интеллектуальной карты понятий: «Методологии моделирования бизнес-процессов» и «Инструментальные средства моделирования бизнес-процессов». 2. Построение функциональной IDEF0-модели с использованием График-студии Лайт или MS Visio. 3. Построение модели потоков данных (DFD- модели) с использованием График-студии Лайт или MS Visio. 4. Разработка модели потоков работ IDEF3. 5. Формирование словаря данных. 6. Разработка Миниспецификаций по процессам диаграммы потоков данных. 7. Проведение сравнительного анализа SADT-моделей и моделей потоков данных. Составление срав-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		нительной таблицы. 8. Построение модели бизнес-процессов Aris eEPC (расширенная цепочка процессов, управляемая событиями) с использованием MSVisio 9. Построение диаграммы прецедентов (Use Case Diagram) с использованием WhiteStarUML. 10. Проведение сравнительного анализа методологий моделирования бизнес- процессов. Составление сравнительной таблицы
ОПК-6.2	Применяет технологии обработки данных, выбора данных по критериям; строит типичные модели решения предметных задач по изученным образцам	<i>Примерный перечень вопросов к зачету в форме теста:</i> 1. Укажите характеристики информационной системы, которые можно использовать для ее оценки и выбора Варианты ответа: 1. Функциональные возможности. 2. Количество программных модулей. 3. Форматы данных. 4. Надежность и безопасность. 5. Практичность и удобство. 6. Структура баз данных. 7. Эффективность. 8. Сопровождаемость
ОПК-6.3	Использует современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности	2. Укажите правильное определение ERP-системы а. Информационная система, обеспечивающая работа с файлами (электронными документами), работа с поручениями, работа с проектами документов, формирование дел, информационно – справочная работа и т.д.); б. виды и параметры отчетов; в. иные критерии (удобный интерфейс, ТСО и т.п.). Всю наработанную информацию оформляете в виде электронного отчета и защищаете преподавателю.
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ		
ПК-1 – Способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые стратегии		
<i>Стратегическое управление портфелем проектов и программ</i>		
ПК-1.1	Разрабатывает маркетинговые стратегии, используя новые платформы, методы маркетинговых исследований, техниче-	Примерный перечень стандартных задач

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	ского анализасовременных рыночных трендов, анализа активности конкурентов, веб-аналитику; создает и внедряет стратегии для повышения узнаваемости, продаж и лояльности к бренду	Задание 1. Руководство компании «Fisher – Price Toys», специализирующейся на производстве игрушек, решило расширить свою деятельность за счет производства одежды для детей. В целях проведения маркетингового исследования путем наблюдений за покупателями маркетологи прятались за зеркалами магазинов и подслушивали, как отзывались женщины о различных моделях детской одежды. Матери были как раз тем источником сведения, который компания надеялась найти. Маркетинговые исследования убедили компанию в том, что со своим известным именем и уникальным дизайном, она сможет найти нишу на прибыльном, но весьма опасном в плане конкуренции рынке детской одежды. Предполагалось, что одежда для игр компании «Fisher – Price Toys» будет иметь следующие преимущества: мягкие прокладки на коленях и локтях, манжеты, которые можно отвернуть вниз, как только дети подрастут и довольно широкие вырезы горловины для детей с нестандартным размером головы. Компания «Fisher – Price Toys», как и другие крупные компании, начала внедряться на рынок детской одежды, соблазненная предстоящим демографическим "бэби - бумом" - прогнозами роста числа младенцев. Но переход от игрушек к производству одежды для игр не был простым. «Fisher – Price Toys» до момента перехода работала в отрасли, где стиль и внешний вид значили гораздо больше, чем прочность и качество изделий. «Очень трудно найти позицию на рынке одежды в соответствии с функциональными и операционными возможностями фирмы» - говорил Питер Браун из консультационной фирмы по менеджменту. Вопросы: 1. Какие существующие преимущества использовала компания «Fisher – Price Toys» при организации производства детской одежды? 2. Какие ограничивающие факторы действовали при этом? 3. Укажите, какие рыночные проблемы (возможности) «Fisher – Price Toys» должна была рассмотреть, прежде чем внедряться на рынок одежды? 4. Какие маркетинговые исследования были проведены компанией «Fisher – Price Toys»? Как вы их оцениваете? 5. Проанализируйте демографические и социально-экономические тенденции в России. Являются ли эти тенденции удачными для стратегического развития подобного рода компаний?
ПК-1.2	Анализирует динамику продаж, управляет рекламным бюджетом и рассчитывает эффективность вложений, устанавливает	Проектная работа. Может проводиться индивидуально или в группе из 3-4 человек. Обязательной частью проектной работы является формирование оптимального портфеля на основе самостоятельно собранной ин-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	приоритеты для проектов	формации о ходе торгов финансовыми инструментами. Основным результатом является аналитическая записка о проделанной работе, которая сдается в виде домашнего задания. Оцениваются не только полученные результаты проектной работы, но и их оформление в виде логически связного и доступного для понимания текста. Также предполагается проведение устной защиты результатов проектной работы. Оценивается как способность ясно и четко излагать основные результаты, так и умение визуализировать соответствующую информацию с целью улучшения восприятия со стороны заинтересованной аудитории. Примеры тем для проектных работ: 1. Исследование влияния риск-факторов на структуру доходности инвестиционного портфеля. 2. Анализ транзакционных издержек на рынке, организованном в виде книги лимитированных заявок. 3. Стратегии ликвидации портфеля с использованием хеджирования на основе доступных производных финансовых инструментов. 4. Определение ликвидационной стоимости инвестиционного портфеля. 5. Исследование поведения рынка в условиях экстремальных колебаний цен. Выявление случаев манипулирования ценами на рынке ценных бумаг.
ПК-1.3	Использует маркетинговые стратегии по оптимизации товарной, ценовой, коммуникационной политики и потребительского поведения, интернет-маркетинга	Примерный перечень прикладных задач Задание 1. TitlesMiror Corp. — это информационная компания, деятельность которой связана в основном с изданием газет, книг, журналов и другой печатной продукции, владеющая кабельным телевидением и другими телевизионными каналами. Определите особенности приведенной формулировки миссии. Задание 2. В основе стратегии фирмы — проникновение в другие отрасли производства. Данная стратегия используется для того, чтобы организация не стала чересчур зависимой от одного стратегического хозяйственного подразделения. Фирма, располагая большими капиталами, полученными в основной сфере бизнеса, рассматривает эту стратегию как наиболее подходящий путь для инвестирования капитала и уменьшения степени риска, особенно в связи с тем, что дальнейшая экспансия в основной сфере бизнеса ограничена. При ее осуществлении фирма выходит за рамки промышленной цепочки, внутри которой она действовала и ищет новые виды деятельности, дополняющие существующие в технологическом и коммерческом плане, с целью добиться эффекта синергизма и осваивает виды деятельности, не связанные с ее традиционным портфелем, с целью обновления портфеля. Определите, какую стратегию реализует фирма, и уточните ее варианты, связанные с получением эффекта синергизма. Задание 3 Малое предприятие «Строитель» выделилось из крупного строительного треста в период прива-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		тизации. Его возглавил один из начальников строительно-монтажного управления (СМУ), известный своей деловой хваткой, ответственностью, жесткостью в управлении подчиненными, хорошо знающий строительное дело и своих поставщиков стройматериалов. Фирма развивалась достаточно быстро и заняла большую долю рынка индивидуального жилищного строительства (ИЖС), получив устойчивый имидж быстро и качественно работающей фирмы, сдающей объекты с «нулевого цикла - под ключ». В последние годы условия работы изменились. Появились многочисленные конкуренты. Многие клиенты, имеющие средства, отказываются от услуг предприятия «Строитель», особенно при проведении столярных работ и при отделке, предпочитая стиль «евро», который требует более высокой квалификации исполнителей, иного подхода к дизайну, подбору материалов. Фирма может вести относительно недорогое и качественное строительство для менее обеспеченных слоев населения, но они потеряли свою платежеспособность, нуждаются в кредитах под низкий процент, чтобы закончить строительство, даже если и имеют средства для его начала и «возведения стен». Вопросы 1. Какой должна быть стратегия предприятия, если основной его целью на ближайшие два года являются: восстановление потерянного рынка ИЖС в городе, его расширение? 2. Каким будет комплекс новых управленческих задач в соответствии с принятой стратегией?
Бенчмаркинг		
ПК-1.1	Разрабатывает маркетинговые стратегии, используя новые платформы, методы маркетинговых исследований, технического анализа современных рыночных трендов, анализа активности конкурентов, веб-аналитику; создает и внедряет стратегии для повышения узнаваемости, продаж и лояльности к бренду	Вопросы 1. Сущность и понятие бенчмаркинга 9. Цель и задачи бенчмаркинга 10. Этапы проведения бенчмаркинга 11. Эволюция бенчмаркинга 12. Объект и предмет исследования бенчмаркинга 13. Целеполагание и виды анализа бенчмаркинга 14. Процесс обучения с применением анализа превосходства 15. Принципы бенчмаркинга 16. Стратегический бенчмаркинг 17. Глобальный бенчмаркинг 18. Ассоциативный бенчмаркинг 19. Общий бенчмаркинг 20. Функциональный бенчмаркинг 21. Внутренний бенчмаркинг 22. Бенчмаркинг конкурентоспособности 23. Бенчмаркинг издержек

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		24. Бенчмаркинг — характеристики 25. Бенчмаркинг клиента (потребителя) 26. Операционный бенчмаркинг.
ПК-1.2	Анализирует динамику продаж, управляет рекламным бюджетом и рассчитывает эффективность вложений, устанавливает приоритеты для проектов	Примерные практические задания 1. Охарактеризовать основные виды маркетинговых исследований. 2. Выполнить сравнительный анализ методов маркетинговых исследований 3. Конкурентный бенчмаркинг в системе стратегического управления зарубежными компаниями 4. Конкурентная разведка, ее отличия от деловой разведки. 5. Применение бенчмаркинга крупнейшими фармацевтическими компаниями мира
ПК-1.3	Использует маркетинговые стратегии по оптимизации товарной, ценовой, коммуникационной политики и потребительского поведения, интернет-маркетинга	Тест 1. Дайте определение понятия бенчмаркинг а) передача стороннему подрядчику некоторых бизнес-функций или частей бизнес-процесса предприятия б) метод, с помощью которого компания проводит сравнение своей деятельности с практикой других компаний в) способ улучшения деловых коммуникаций с партнерами по бизнесу г) способ достижения лидерства на рынке 2. Стратегические преимущества от использования бенчмаркинга а) фокусирование внимания на основном бизнесе, быстрая реакция на изменения во внешней и внутренней среде б) снижение себестоимости, накладных расходов, издержек в) повышение конкурентоспособности компании за счет использования опыта лидеров рынка г) улучшение финансово-экономических показателей деятельности 3. Функциональный бенчмаркинг – это: а) сравнение эффективности отдельных подразделений внутри компании б) сравнение эффективности деятельности компании с прямыми конкурентами в) сравнение эффективности определенных функций компании с аналогичными функциями других компаний этой же отрасли г) сравнение ключевых показателей деятельности компаний 4. Целью бенчмаркинга является: а) адаптация успешного опыта других компаний для собственного успеха б) оценка конкурентоспособности компании в) анализ внутренней и внешней среды организации

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		г) анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности организации 5. Бенчмаркинг отличается от конкурентной разведки тем, что он: а) использует для анализа коммерческие источники информации б) использует для анализа открытые источники информации в) использует для анализа внутренние источники информации г) использует для анализа данные социальных сетей 6. Какие типы бенчмаркинга вы знаете: а) функциональный и общий б) торговый и посреднический в) отраслевой и межотраслевой г) открытый и закрытый 7. В бенчмаркинге "партнером" называют: а) контрагентов предприятия б) конкурента для анализа в) поставщиков и потребителей продукции предприятия г) договороспособных рыночных агентов 8. В процессе бенчмаркинга сравниваются: а) прибыли и капиталы предприятий б) качество продукции и услуг в) состав и численность сотрудников г) уровень рентабельности хозяйственных операций 9. Выберите правильный ответ: а) бенчмаркинг является самостоятельным и закрытым процессом б) инструментом бенчмаркинга являются социальные сети в) бенчмаркинг сопряжен с огромными финансовыми рисками г) бенчмаркинг является открытым, совместным процессом 10. Бенчмаркинг позволяет: а) устранить конкурентов б) лучше понимать бизнес-процессы и получать дополнительную прибыль в) количественно оценить конкурентоспособность продукции г) лучше понимать своих потребителей и конкурентов 11. Бенчмаркинг является разновидностью: а) маркетинговых исследований б) научных исследований

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		в) лабораторных экспериментов г) опроса экспертов 12. Бенчмаркинг является основой для: а) научно-исследовательской деятельности б) разработки стратегии предприятия в) инвестиционного анализа г) усиления конкурентной борьбы 13. Отметьте верное утверждение: а) бенчмаркинг – это процесс, состоящий из определенных этапов б) бенчмаркинг – это способ устранения конкурентов в) бенчмаркинг используется в текущей деятельности организации г) система бенчмаркинга зародилась в России. 14. Для реализации бенчмаркинг-проекта: а) создается новое юридическое лицо б) создается специальная команда в) создается и регистрируется специальный фонд г) заключаются специальные сделки и контракты 15. Выберите верное утверждение: а) бенчмаркинг приводит к существенному изменению процедуры принятия решения в маркетинге б) бенчмаркинг является основой для принятия инвестиционных решений в) бенчмаркинг является основой для реализации новой бизнес-идеи г) бенчмаркинг начинается с разработки бизнес-плана
Менчардаизинг		
ПК-1.1	Разрабатывает маркетинговые стратегии, используя новые платформы, методы маркетинговых исследований, технического анализа современных рыночных трендов, анализа активности конкурентов, веб-аналитику; создает и внедряет стратегии для повышения узнаваемости, продаж и лояльности к бренду	Перечень вопросов к зачету: 1. Понятие и сущность мерчандайзинга. 2. Цели и задачи, объект и субъект мерчандайзинга. 3. Принципы мерчандайзинга. 4. Функции мерчандайзинга. 5. Стандарт мерчандайзинга. 6. Происхождение и эволюция мерчандайзинга. 7. Развитие мерчандайзинга на современном этапе. 8. Психологические особенности человеческого восприятия.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		9. Функции отдела мерчандайзинга в компании. 10. Основные функции мерчандайзера в торговой точке. 11. Понятие эффективности мерчандайзинга. 12. Запас как принцип эффективного мерчандайзинга. 13. Расположение товаров и сегментация площади торгового зала как принцип эффективного мерчандайзинга. 14. Правила представления товара как принцип эффективного мерчандайзинга. 15. Атмосфера как фактор создания привлекательного образа магазина. Факторы, формирующие атмосферу магазина 16. Особенности поведения покупателей в торговом зале. Анализ «холодных» и «горячих» зон. 17. Подходы к распределению площади торгового зала: зональное расположение групп товаров 18. Размещение площади подсобных помещений. 19. Виды торгово-технологического оборудования. 20. Оборудование для торгового зала: корзины, тележки, системы ограждения. 21. Влияние системы размещения оборудования на управление движением покупателей внутри магазина и вид планировки торгового зала. 22. Общие принципы и стандарты выкладки. 23. Изучение влияния принципов выкладки товаров на изменение объемов товарооборота. 24. Понятие, значение и виды POS-материалов. 25. Возможности и ограничения мерчандайзинга
ПК-1.2	Анализирует динамику продаж, управляет рекламным бюджетом и рассчитывает эффективность вложений, устанавливает приоритеты для проектов	Тематика докладов: 1. Понятие и сущность мерчандайзинга. 2. Цели и задачи, объект и субъект мерчандайзинга. 3. Принципы мерчандайзинга. 4. Функции мерчандайзинга. 5. Стандарт мерчандайзинга. 6. Происхождение и эволюция мерчандайзинга. 7. Развитие мерчандайзинга на современном этапе. 8. Психологические особенности человеческого восприятия. 9. Функции отдела мерчандайзинга в компании. 10. Основные функции мерчандайзера в торговой точке. 11. Понятие эффективности мерчандайзинга. 12. Запас как принцип эффективного мерчандайзинга.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ПК-1.3	Использует маркетинговые стратегии по оптимизации товарной, ценовой, коммуникационной политики и потребительского поведения, интернет-маркетинга	Перечень заданий: 1. Расположение товаров и сегментация площади торгового зала как принцип эффективного мерчандайзинга. 2. Правила представления товара как принцип эффективного мерчандайзинга. 3. Атмосфера как фактор создания привлекательного образа магазина. Факторы, формирующие атмосферу магазина 4. Особенности поведения покупателей в торговом зале. Анализ «холодных» и «горячих» зон. 5. Подходы к распределению площади торгового зала: зональное расположение групп товаров 6. Размещение площади подсобных помещений. 7. Виды торгово-технологического оборудования. 8. Оборудование для торгового зала: корзины, тележки, системы ограждения. 9. Влияние системы размещения оборудования на управление движением покупателей внутри магазина и вид планировки торгового зала. 10. Общие принципы и стандарты выкладки. 11. Изучение влияния принципов выкладки товаров на изменение объемов товарооборота. 12. Понятие, значение и виды POS-материалов. 13. Возможности и ограничения мерчандайзинга.
Управление ценообразованием в маркетинге		
ПК-1.1	Разрабатывает маркетинговые стратегии, используя новые платформы, методы маркетинговых исследований, технического анализа современных рыночных трендов, анализа активности конкурентов, веб-аналитику; создает и внедряет стратегии для повышения узнаваемости, продаж и лояльности к бренду	Перечень теоретических вопросов: 1. Понятие «цена» как экономическая категория. 2. Функции цены. 3. Правила поведения потребителя. 4. Равновесие производителя. 5. Формирование цен в рыночных условиях и ценообразующие факторы. 6. Эластичность спроса и предложения. 7. Сущность системы цен. Основные блоки системы цен. 8. Признаки классификации цен и их основные виды. 9. Состав и структура цены. 10. Методологические вопросы ценообразования. 11. Условия и факторы ценообразования. 12. Содержание этапов процесса ценообразования. 13. Информация, необходимая для установления цен.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		14. Политика, стратегия и тактика ценообразования. 15. Сущность и этапы разработки стратегии ценообразования. 16. Конкурентные стратегии ценообразования. 17. Стратегии дифференцированного ценообразования. 18. Стратегии ценообразования, ориентированные на конкурентную ситуацию на рынке. Стратегии ценообразования на разных фазах жизненного цикла товаров. 19. Особенности ценообразования на различных типах рынка и методы расчета конкурентных показателей уровня концентрации рынка. 20. Затратные методы ценообразования. 21. Рыночные методы ценообразования. 22. Эконометрические методы ценообразования. 23. Скидки как инструмент ценовой политики фирмы. 24. Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровням цен. 25. Риски в установлении цен. 26. Ценовая дискриминация. 27. Цели, задачи, формы и виды государственного регулирования цен. 28. Вопросы ценообразования в Гражданском кодексе РФ. 189 29. Вопросы ценообразования в Налоговом кодексе РФ. 30. Государственное регулирование цен в зарубежных странах. 31. Взаимодействие цен с финансово-кредитной системой. 32. Взаимодействие цен и налогов. 33. Денежное обращение, инфляция и изменение цен. 34. Международная торговля: понятие, факторы, особенности развития. 35. Цена во внешнеторговых сделках. 36. Характеристика поправок, применяемых к ценам на экспортируемую и импортируемую продукцию. 37. Роль государства в регулировании внешнеэкономической деятельности
ПК-1.2	Анализирует динамику продаж, управляет рекламным бюджетом и рассчитывает эффективность вложений, устанавливает приоритеты для проектов	Задание 1. Вы являетесь менеджером организации, осуществляющей продажу продуктов питания. Перед вами поставлена задача увеличения выручки на 8%. Для достижения этой задачи вы предлагаете снизить цены на 10%. Проверить обоснованность ваших предположений реакции покупателей на изменение цен можно, первоначально изменив цены в одном из магазинов, а затем, в случае положительного результата, распространить акцию по снижению цен на более широкую сеть магазинов. Определите коэффициент эластичности спроса по цене, используя тот факт, что индексы прироста по-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства			
		казателей соотносятся так же, как сами показатели. Допустим, в результате снижения цены в одном из магазинов на 10% выручка увеличилась на 5%. При каком изменении цен, при рассчитанной вами эластичности спроса по цене, можно ожидать увеличения объема продаж на 8%? Задание 2. Определите возможное изменение выручки в результате повышения цены на 15%, если коэффициент эластичности спроса по цене данного товара равен 2,5. Задание 3. На основе исходных данных определите, что выгоднее для предприятия - производство фасованного молока, кефира или сметаны. Калькуляции затрат на производство молочной продукции			
		Статьи затрат	Затраты на 1 т продукции, руб.		
			молоко фасованное 2,5%	кефир фасованный 2,5%	сметана весовая 15%
		Сырье и основные материалы	2132	2308	11040
		Транспортные расходы	204	204	1236
		Вспомогательные материалы	740	788	60
		Топливо и энергия на технологические цели	266	288	1 250
		Заработная плата производственных рабочих с начислениями	50	58	34
		Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	320	426	1 202
		Переменные затраты			
		Цеховые расходы	110	90	100
		Общезаводские расходы	380	454	486
		Полная себестоимость			
		Рыночная цена в розничной торговле	10000	11000	26000
		Снабженческо-сбытовая надбавка, в % к отпускной цене	25	25	25
		Торговая надбавка, в % к цене закупки	15	15	15
		Прибыль производителя по полным затратам			
		Прибыль производителя по сокращенным затратам			
		Рентабельность по полным затратам			
		Рентабельность по сокращенным затратам			

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства																								
		Задание 4. Производитель готовится вывести на рынок новую модель фотоаппарата. В зависимости от затрат на единицу продукции рассматриваются три варианта цен, каждому из которых соответствует определенный объем продаж. <table><tr><th>Показатель</th><th>1-й вариант</th><th>2-й вариант</th><th>3-й вариант</th></tr><tr><td>Цена, руб.</td><td>7 000</td><td>5 500</td><td>4 000</td></tr><tr><td>Ожидаемый объем продаж 8 год, шт.</td><td>2 000</td><td>2 500</td><td>3 000</td></tr><tr><td>Прямые переменные затраты на единицу продукции, руб.</td><td>2 000</td><td>2 000</td><td>2 000</td></tr><tr><td>Годовые постоянные затраты, руб.</td><td>4 000 000</td><td>320 000</td><td>2 450 000</td></tr><tr><td>Капитальные вложения, руб.</td><td>24 000 000</td><td>2 400 000</td><td>24 000 000</td></tr></table> Срок окупаемости капитальных вложений - 8 лет. Определите, какой уровень цены будет наиболее приемлем с точки зрения получения наибольшей прибыли. Задание 5. Молочный завод, расположенный в небольшом городе, является единственным поставщиком продукции на местный рынок. Емкость местного рынка значительно меньше мощности завода. Молочный завод поставляет основную часть своей продукции в два крупных города, которые расположены на расстоянии 250-300 км от завода. Цены, по которым продается продукция молочного завода, в этих городах на 10-15% ниже, чем в родном городе. Охарактеризуйте стратегию ценообразования данного завода. Дайте ей оценку с точки зрения факторов, влияющих на эффективность стратегии.	Показатель	1-й вариант	2-й вариант	3-й вариант	Цена, руб.	7 000	5 500	4 000	Ожидаемый объем продаж 8 год, шт.	2 000	2 500	3 000	Прямые переменные затраты на единицу продукции, руб.	2 000	2 000	2 000	Годовые постоянные затраты, руб.	4 000 000	320 000	2 450 000	Капитальные вложения, руб.	24 000 000	2 400 000	24 000 000
Показатель	1-й вариант	2-й вариант	3-й вариант																							
Цена, руб.	7 000	5 500	4 000																							
Ожидаемый объем продаж 8 год, шт.	2 000	2 500	3 000																							
Прямые переменные затраты на единицу продукции, руб.	2 000	2 000	2 000																							
Годовые постоянные затраты, руб.	4 000 000	320 000	2 450 000																							
Капитальные вложения, руб.	24 000 000	2 400 000	24 000 000																							
ПК-1.3	Использует маркетинговые стратегии по оптимизации товарной, ценовой, коммуникационной политики и потребительского поведения, интернет-маркетинга	Ситуационные задания: Ситуация 1. Первоначально известная медицинская фирма предлагает свой продукт – медицинскую мазь для смягчения поверхности губ – просто как белый вазелин (на долю этого вещества в структуре мази приходится 93,8 %) с добавками камфоры, ментола и фенола по низкой цене. Продажи незначительны. После того, как фирма позиционировала свой продукт как мазь от герпеса на губах и подняла цену на 100 % (без изменений в формуле продукта и, соответственно, его свойствах, а главное – затратах на производство), она смогла добиться куда более высокой прибыльности при возросшем объеме продаж. Ситуация 2. Крупная фирма – производитель кетчупа – потратила большие средства на научные исследования и сумела найти секретную формулу нового состава томатной пасты-приправы, благодаря кото-																								

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		рой кетчуп стал плотнее, чем у конкурентов, и лучше держался на поверхности блюд. Фирме удалось, благодаря этому нововведению, повысить свою долю на рынке на 21 %. Причем этот результат был получен на фоне повышения оптовой цены на 15 % – именно такую премиальную надбавку к цене эта фирма установила на новый кетчуп. Ситуация 3. В первые годы после массового выброса на рынок проигрывателей компакт-дисков могло создаться впечатление, что изготовители проигрывателей для виниловых дисков, равно как и изготовители таких дисков, обречены: компакт-диски станут единственным вариантом аудиотехники. Однако такой прогноз не сбывся: к середине 1990-х гг. стало ясно, что и проигрыватели виниловых дисков, и сами эти диски удержались на рынке. Ситуация 4. Резкое подорожание бензина в результате энергетического кризиса в США в свое время не вызвало немедленного скачка спроса на более экономичные автомобили европейского и японского производства. Автовладельцы предпочитали ворчать, но платить куда больше за заправку. (Справедливости ради следует сказать, что через несколько лет покупатели стали дружно приобретать маленькие и экономичные европейские и японские автомобили.) Ситуация 5. Одна из отечественных фирм создала в начале 2000-х гг. весьма удобный и универсальный программный продукт для анализа финансового положения предприятий и разработки финансовых разделов бизнес-планов. Товар был предложен на рынок по весьма умеренной цене, учитывающей ограниченность финансовых ресурсов потенциальных отечественных покупателей. Однако продажи не пошли, хотя претензий к качеству продукта не было. Тогда руководители предприятия решительный шаг – существенно повысили цену, приблизив ее к ценам импортных компьютерных программ и номинировав в долларах. Объем продаж немедленно вырос. Ситуация 6. Отечественный автомобилестроительный завод для производства легковых автомобилей покупает металлический лист и заготовки у предприятий черной металлургии России. Пока этот автомобиль был дефицитным и за ним стояла очередь, руководство автозавода было не слишком чувствительно к уровню цены на металл. Однако к середине 2000-х гг. завод столкнулся с затовариванием – покупатели не хотели приобретать отечественные авто по столь высоким ценам, которые завод был вынужден назначать из-за порожденного инфляцией роста затрат на производство. В конце концов, руководство завода было вынуждено провести переговоры со своими поставщиками-металлургами и заключить с ними договор. По этому договору, в частности, металлурги обязались не повышать цены чаще, чем раз в квартал, и предупреждать об этом завод. Завод, со своей стороны, обещал не допускать неплательщиков за поставленный ему металл и создать со временем финансово-промышленную группу, чтобы помочь металлургам с получением инвестиций. Примерные практические задания: Задание 1. Некоторые экономисты считают, что России необходимы финансово-промышленные груп-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		пы, которые смогут организовать и упорядочить движение товарных и денежных потоков. Крупный оптовый продавец выгодно отличается от мелкого и розничного продавца тем, что не гонится за большой прибылью с единицы товара, предпочитая высокую прибыль от массы реализованных товаров. Крупные оптовики сами определяют розничную цену автомобиля, телевизора и т.п., а розничный продавец может лишь договариваться о своей доле в этой цене. Доводом в пользу финансово-промышленных групп является также опыт индустриально развитых стран, где около половины продукции реализуется по ценам, устанавливаемым лишь несколькими десятками ведущих транснациональных корпораций. Только такими методами можно преодолеть накрутки цен и хаос в реализации продукции. Согласны ли вы с таким решением проблемы? Приведите аргументы «за» и «против». Задание 2. Рассчитайте цену товара на момент поставки исходя из следующих условий. Цена товара на момент заключения договора поставки составила 1200 руб., доля заработной платы в цене товара на момент заключения договора составила 20%, доля сырья - 35%. Стоимость 1 кг сырья на момент заключения договора - 300 руб., на момент исполнения договора - 450 руб., заработная плата на момент заключения договора - 2200 руб., на момент исполнения договора - 3300 руб. Задание 3. Предприятие-изготовитель занимает ведущее положение на рынке определенной группы товаров. Оно рассылает в торговую сеть прейскурант по предлагаемому к продаже ассортименту товаров, в котором указаны отпускные цены поставщика, рекомендуемые конечные цены и скидки с розничной цены. Обязаны ли организации розничной торговли исполнять рекомендации? Будут ли они это делать на практике? По какой цене розничный продавец будет покупать товар, если рекомендуемая конечная цена составляет 5000 руб., а скидка розничной торговле - 20% от розничной цены?
Антикризисные стратегии маркетинга		
ПК-1.1	Разрабатывает маркетинговые стратегии, используя новые платформы, методы маркетинговых исследований, технического анализа современных рыночных трендов, анализа активности конкурентов, веб-аналитику; создает и внедряет стратегии для повышения узнаваемости, продаж и лояльности к бренду	Тематика докладов: 1. Роль маркетинга в управлении современным предприятием 2. Стандартные маркетинговые стратегии: роста, портфельная, конкурентная и их применение в бизнес-практике 3. Обоснование выбора подхода к охвату рынка, анализ примеров дифференцированного и массового маркетинга 4. Методы воздействия на спрос конечных потребителей и посредников). 5. Понятие комплекса маркетинга и рассмотрение его особенностей в разных отраслях и сферах (торговля, финансовые услуги, промышленные рынки и т.п.) 6. Стратегические решения по выведению нового продукта на рынок. Примеры удачных инновационных продуктов.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		7. Роль бренда в жизни современного потребителя: атрибуты и ценности бренда, выгоды потребления. 8. Психологические аспекты ценообразования 9. Роль розничных торговых посредников в создании дополнительной потребительской ценности. 10. Формирование взаимоотношений с потребителями, анализ современных программ лояльности
ПК-1.2	Анализирует динамику продаж, управляет рекламным бюджетом и рассчитывает эффективность вложений, устанавливает приоритеты для проектов	Вопросы к зачету: 1. Маркетинг на предприятии. Стратегия и тактика маркетинга. Управление маркетингом на корпоративном, функциональном и инструментальном уровнях. 2. Матрица Ансоффа, матрица БКГ, общая конкурентная матрица Портера и их использование в маркетинге. 3. Сегментации рынка. Критерии выбора целевого сегмента. Сущность и основные способы позиционирования товаров на рынке. 4. Спрос: уровни и структура, методы измерения. 5. Комплекс маркетинга. Состав, взаимодействие и приоритеты выбора инструментов. 6. Многоуровневые модели товара по Котлеру. 7. Жизненный цикл товаров. Использование инструментов маркетинга на различных этапах жизненного цикла товаров. 8. Основные этапы разработки и вывода нового товара на рынок. Методы лабораторного и рыночного тестирования новых товаров. 9. Марочная политика предприятия. Методы оценки силы и стоимости марки. 10. Маркетинговое ценообразование. Расчет цен на основе затрат на производство и реализацию продукции. Методы ценообразования, ориентированные на спрос. Конкурентное ценообразование. 11. Каналы распределения и критерии их выбора. Торговые посредники. Прямой маркетинг. 12. Маркетинг взаимоотношений. Формирование лояльности потребителей. Партнерские отношения. 13. Модель маркетинговых коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации. 14. Персональные продажи. Определение эффективности персональных продаж. 15. Типы и методы стимулирования сбыта. 16. Цели и средства рекламных и PR-кампаний. Методы оценки эффективности рекламных кампаний. 17. Организация маркетинга на предприятии. Координирующая роль маркетинга. Требования к специалистам. 18. Последовательность и содержание основных этапов планирования маркетинга. Техника проведения SWOT – анализа. Определение маркетинговых целей и стратегий. Система мероприятий. Бюджет и контроль маркетинга.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		19. Факторы, влияющие на поведение потребителей. Модель поведения типа «Стимул – Реакция». 20. Процесс принятия решения потребителем о покупке. Познавательный диссонанс и действия компании по его минимизации. 21. Назначение и состав маркетинговой информационной системы. Последовательность разработки и содержание основных этапов маркетингового исследования. 22. Панельные исследования. Определение рыночной доли отдельных товаров (на основе данных потребительских и торговых панелей) 23. Наблюдения и эксперименты в маркетинговых исследованиях. Качественные и количественные маркетинговые исследования. 24. Типы выборок и методы их составления. Случайная и неслучайная выборка. Стратифицированная, кластерная и квотная выборки. Определение размера случайной выборки. Понятие точности и надёжности результатов выборочного исследования. 25. Метод анкетирования. Типы вопросов анкеты. Требования к составлению анкеты. Техника проведения фокус-групп. 26. Методы измерения отношений. Типы основных шкал. Шкала Оскуда. Шкала Лайкерта.
ПК-1.3	Использует маркетинговые стратегии по оптимизации товарной, ценовой, коммуникационной политики и потребительского поведения, интернет-маркетинга	Примеры тестов для контроля знаний: 1. Что такое личная продажа а) реклама, пропаганда и стимулирование сбыта товара или услуги; б) устное представление товара в ходе беседы с потенциальным покупателем; в) продажа товаров покупателям в розничной торговой сети (магазинах); г) продажа товаров покупателям через сети Internet. 2. Оценочное суждение потребителя о способности товара удовлетворить его потребности называется потребительская ... а) реакция; б) потребность; в) корзина; г) ценность. 3. Определите понятие маркетинговых возможностей фирмы а) наиболее прибыльные направления деятельности; б) наименее издержкоёмкие направления деятельности; в) привлекательные направления маркетинговых усилий, на которых фирма может добиться конкурентных преимуществ; г) привлекательные с точки зрения сбыта рынки.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		4. Что представляет собой стратегия маркетинговых фирм а) набор правил поведения на рынке; б) рекомендации по извлечению максимально возможной прибыли; в) рациональное логическое построение, руководствуясь, которым фирма достигает своих маркетинговых целей; г) наиболее рациональный способ рекламирования и стимулирования сбыта товара и услуг. 5. Какая из стратегий роста, указанных ниже, не имеет отношения к стратегиям роста Ансоффа: а. развитие рынка б. развитие продукта в. прямая интеграция г. диверсификация. 6. Характеристика, определяющая процесс одновременного предоставления и потребления услуги - ... а) непостоянство качества; б) неотделимость; в) несохраняемость; г) неосвязаемость. 7. Главные функции упаковки. а) утилизация, повторное использование; б) гигиена, звукоизоляция; в) увеличение престижа; г) увеличение удобства, коммуникация. 8. Почему оптовик является связью между производителями и розничными торговцами. а) он повышает доходы производителя; б) он повышает эффективность распределения; в) он занимается транспортировкой товара от производителя к розничной торговой точке; г) он повышает доходы владельца розничной торговой точки. 9. Что такое маркетинг организации. а) маркетинговая деятельность внутри организации; б) деятельность по созданию, поддержанию или изменению позиций, а также поведения целевых аудиторий по отношению к конкретной организации; в) организация службы маркетинга на предприятии, фирме;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		г) деятельность по переосмыслению и перестройке маркетинга предприятия, фирме. 10. Демпинговая цена – это: а) цена ниже средней рыночной цены товара; б) цена ниже себестоимости товара; в) цена равная себестоимости товара;
Туристический маркетинг		
ПК-1.1	Разрабатывает маркетинговые стратегии, используя новые платформы, методы маркетинговых исследований, технического анализасовременных рыночных трендов, анализа активности конкурентов, веб-аналитику; создает и внедряет стратегии для повышения узнаваемости, продаж и лояльности к бренду	Вопросы 1. Основные тенденции развития современной индустрии туризма. 2. Принципы построения системы маркетинга и продаж в туристской индустрии. 3. Особенности маркетинга-микс в индустрии туризма. 4. Техники и технологии управления маркетингом и продажами в туризме. 5. Логика карьеры продавца услуг индустрии туризма. 6. Теоретические основы грамотной организации продаж в индустрии туризма. 7. Основные структурные схемы предприятий индустрии туризма и положение отдела маркетинга и продаж в них. 8. Основы применения офисного дизайна в отделе маркетинга и продаж предприятий туристской индустрии. 9. Должностные обязанности работников отдела маркетинга и продаж в туристской индустрии. 10. Принципы налаживания системы коммуникации отдела маркетинга и продаж на предприятиях индустрии туризма. 11. Оценки деятельности отдела маркетинга и продаж, 12. Теоретические основы организации внутреннего маркетинга и внутренних продаж на предприятиях индустрии туризма. 13. Основные направления деятельности руководства и персонала предприятия в осуществлении внутренних продаж. 14. Мерчандайзинга в индустрии туризма. 15. Технологии разработки специальных услуг и организации продвижения на предприятиях индустрии туризма. 16. Технология проведения маркетинговых исследований на рынке туристских услуг. 17. Основные этапы маркетинговых исследований. 18. Количественные и качественные методы маркетинговых исследований. 19. Разработка анкеты.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		20. Планирование выборки.
ПК-1.2	Анализирует динамику продаж, управляет рекламным бюджетом и рассчитывает эффективность вложений, устанавливает приоритеты для проектов	Примерные практические задания Практическое задание 1. ЦЕЛЬ: изучить московский рынок туроператорских предприятий и выяснить, какой именно туристический продукт необходим современному покупателю и какие методы торговли наиболее эффективны. ЗАДАЧИ: — изучение требований рынка к товару, т.е. требований покупателей; — анализ мотивации принятия решения о покупке; — изучение экономической конъюнктуры; — анализ рыночной сегментации; — изучение типа покупателей; — изучение фирменной структуры рынка; — анализ социально-психологических особенностей покупателей; — исследование форм и методов торговой практики по данному товару на данном рынке и его сегментах; — определение емкости рынка. Практическое задание 2. ЦЕЛЬ: обеспечить процесс обслуживания и продаж в туристской индустрии с учетом требований потребителей и (или) туристов ЗАДАЧИ: — изучение требований рынка к товару, т.е. требований покупателей; — анализ последовательности действий сотрудников туристской индустрии при обслуживании клиентов; — изучение конфликтных ситуаций при общении туроператоров и потребителей; — анализ отзывов потребителей о деятельности туристских компаний; — анализ причин несостоявшихся продаж; — анализ маркетинговой концепции предприятий; — создание инструкции по обеспечению процесса обслуживания потребителей и (или) туристов в туристической компании
ПК-1.3	Использует маркетинговые стратегии по	Тест

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	оптимизации товарной, ценовой, коммуникационной политики и потребительского поведения, интернет-маркетинга	1. Научно организованный сбор и использование информации, предназначенной для удовлетворения информационно-аналитических потребностей предприятий сферы гостеприимства и общественно-гопитания – это 1. наблюдение 2. анкетирование 3. эксперимент 2. Панельные исследования – это 1. исследования, предполагающие неоднократный опрос группы потребителей через равных промежутки времени 2. исследование панелей экспертов, обладающих знаниями в определенной области 3. опрос отдельных представителей конкретной панели через равные промежутки времени 3. Глубинное интервью как метод опроса 1. реализуется в виде тематической беседы при свободной формулировке вопросов 2. реализуется в виде опроса участников эксперимента 3. это разновидность панельных исследований. 4. К преимуществам кабинетных методов исследования НЕ относятся 1. быстрота и относительная дешевизна 2. возможность мониторинга основных рыночных тенденций 3. возможность получения данных, которые фирма не в состоянии собрать самостоятельно 4. низкая релевантность информации 5. Планирование и создание маршрутов, программ и пакетов услуг для поездок туристов на индивидуальной или групповой основе осуществляет 1. туроператор 2. турагент 3. менеджер 6. Процесс маркетинга на туристском предприятии начинается 1. с выбора перспективных целей 2. с анализа рыночных возможностей 3. с выбора перспективных рынков 7. В связи с какими колебаниями спроса на услуги присутствует так называемый феномен насыщения 1. сезонными 2. финансовыми 8. К формированию информационной базы для анализа рынка туристских услуг не относится

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		1. выбор методов исследования рынка туристских услуг 2. использование экспертных оценок 3. размещение рекламных материалов про туристские услуги фирмы 9. Факторный анализ данных исследований – это 1. статистический метод изучения различий между выборочными средними для двух или больших совокупностей 2. статистический метод изучения степени связи между двумя переменными 3. статистический метод, используемый для сокращения числа переменных и их обобщения 10. Объем выборки определяется по формуле 1. $n = z^2 * p * g / e^2$ 2. $n = z * p^2 * g / e^2$ 3. $n = z * p^2 * g / 1$ 4. $n = z * p^2 * g / e$ 11. Измерение – это 1. построение шкал 2. присвоение объектам исследования цифровых значений 3. формула для определения объема выборки 12. Основные преимущества проведения маркетинговых исследований силами собственной службы маркетинга 1. специалисты исследовательского отдела не обладают обширными специальными знаниями особенностей продукта, конфиденциальность высокая, так как круг посвященных участников узок 2. исследования собственными силами обходятся дешевле; специалисты исследовательского отдела обладают обширными специальными знаниями особенностей продукта 3. конфиденциальность не высокая, так как круг посвященных участников узок 13. Полностью структурированная анкета – это 1. анкета только с закрытыми вопросами 2. анкета только с открытыми вопросами 3. анкета со шкалой Лайкерта 4. анкета, содержащая закрытые и открытые вопросы 14. Жизненный цикл товара – это 1. интервал времени от момента приобретения до момента утилизации, прекращения существования товара 2. совокупность фаз внедрения товара, роста, насыщения и спада продаж

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		3. интервал времени, в котором спрос на сезонный товар проходит все возможные фазы и возвращается к исходной точке 4. процесс развития продаж товара и получения прибылей
Банковский маркетинг		
ПК-1.1	Разрабатывает маркетинговые стратегии, используя новые платформы, методы маркетинговых исследований, технического анализасовременных рыночных трендов, анализа активности конкурентов, веб-аналитику; создает и внедряет стратегии для повышения узнаваемости, продаж и лояльности к бренду	Вопросы 1. Понятие банковского маркетинга. 2. Цель, задачи банковского маркетинга. 3. Основные принципы банковского маркетинга. 4. Специфика банковского маркетинга. 5. Отдельные элементы банковского маркетинга в России. 6. Функции банковского маркетинга. 7. Концепции банковского маркетинга. 8. Общая схема организации маркетинговой деятельности в банке. 9. Понятие банковского продукта. 10. Основные виды банковских продуктов и услуг. 11. Основные принципы сегментирования рынка банковских услуг и их признаки. 12. Основные субъекты маркетинговой микросреды функционирования банка. 13. Группы объективных факторов маркетинговой макросреды и основные тенденции их развития. 14. Системы внутренней отчетности и внешней текущей маркетинговой информации в деятельности банка. 15. Внутренние и внешние источники получения банковской маркетинговой информации. 16. Основные направления маркетинговых исследований банка. 17. Этапы проведения маркетингового исследования в банке. 18. Методы и инструменты маркетингового исследования. 19. Основные этапы разработки новой банковской услуги. 20. Характеристика стадий жизненного цикла банковских услуг.
ПК-1.2	Анализирует динамику продаж, управляет рекламным бюджетом и рассчитывает эффективность вложений, устанавливает приоритеты для проектов	Примерные тематические задачи Задание 2. Определите какой из нижеперечисленных банков предлагает более выгодные условия вклада на год в размере 100 тыс. р.: 1. ИНВЕСТТОРБАНК Вклад «Душевный» новогоднее предложение.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Проценты по вкладу, выплаты каждые 185 дней, не капитализируются. Срок вклада 370 дней. Сумма вклада – от 10 000 р. Процентная ставка (годовых): первые 185 дней (1-185 дн.) – 8,50 %, следующие 185 дней (186-370 дн.) – 10,50 %. 2. ЛокоБАНК Вклад «Удачный». Срок вклада 400 дней. Вклад пополняемый в течение первых 100 дней. Минимальная сумма вклада – 100 000 р. Максимальная сумма вклада – 2 000 000 р. Минимальная сумма дополнительного взноса 30000 р. Процентная ставка (годовых): до истечения 300 дней с даты внесения вклада включительно – 10,0 %, по истечении 301 дня с даты внесения вклада – 11,0 %. 3. СОВКОМБАНК Вклад «Максимальный доход». а) Срок вклада 9-12 месяцев без возможностей досрочного расторжения. Процентная ставка (годовых): 10 % с выплатой по истечении срока вклада на депозитную карту. б) Срок вклада 36 месяцев с возможностью досрочного расторжения без потери процентов: 12 мес. – 10,25 %, 24 мес. – 10,5 %, 36 мес. – 10,7 %. Вклад «Проценты на проценты» с ежемесячной капитализацией процентов. а) Срок вклада 9-12 месяцев без возможностей досрочного расторжения. Процентная ставка (годовых): 9,5 % с ежемесячным начислением, капитализацией, и выплатой процентов в конце действия вклада. б) Срок вклада 36 месяцев с возможностью досрочного расторжения без потери процентов: 12 мес. – 9,5 %, 24 мес. – 10,0 %, 36 мес. – 10,3 % с ежемесячным начислением, капитализацией, и выплатой процентов в конце действия вклада. Задание 3. Здесь необходимо провести описание продукта по восьми основным свойствам, рассмотренным в первой теме лекций: – абстрактность; – неотделимость от источника; – непостоянство качества (неодинаковость); – несохраняемость;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		– договорной характер обслуживания; – связь обслуживания с деньгами; – протяженность обслуживания во времени; – вторичность удовлетворяемых потребностей. В задании необходимо описать особенности проявления каждого свойства применительно к выбранному продукту и определить то, каким образом эти свойства влияют на специфику маркетинга в отношении этого продукта. Объем ответа на задания – 2–3 страницы. Задание 4. Необходимо изучить сущность и особенности применения схемы ОПЦ (особенности, преимущества и ценности) и провести описание выбранного продукта по данной схеме, составив таблицу. Для описания необходимо использовать 6–7 особенностей. Эти особенности должны отличаться от тех, которые изложены в представленном материале. Объем ответа на задания – 1–2 страницы.
ПК-1.3	Использует маркетинговые стратегии по оптимизации товарной, ценовой, коммуникационной политики и потребительского поведения, интернет-маркетинга	Тест 1. Что является главным в определении банковского маркетинга? 1. установление цены на банковский продукт; 2. комплекс мероприятий, направленных на продвижение банковских услуг; 3. реализация банковских услуг; 4. повышение качества предлагаемых услуг. 2. Какой из формулировок целей банковского маркетинга вы отдадите предпочтение? 1. создание необходимых условий приспособления к требованиям рынка капитала; 2. разработка системы мероприятий по изучению рынка; 3. повышение конкурентоспособности и прибыльности; 4. всем перечисленным целям одновременно. 3. Справедливо ли утверждение: «Цели банка являются отражением целей маркетинга?» а. да б. нет. 4. В составе перечисленных назовите понятие, характеризующее принцип банковского маркетинга: 1. комплексность маркетингового процесса; 2. банковский продукт; 3. стимулирование сбыта; 4. ценообразование. 5. Какая концепция банковского маркетинга ориентируется на потребителя и общество в целом? 1. концепция совершенствования производства;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		2. концепция совершенствования товара; 3. концепция социально-этического маркетинга; 4. концепция чистого маркетинга. 6.Какую концепцию банковского маркетинга вы бы использовали на рынке, где предложение превышает спрос (ситуация конкуренции)? 1. сбытовую; 2. товарную; 3. социально-этического маркетинга; 4. производственную. 7.Какую концепцию банковского маркетинга вы бы использовали на рынке, где спрос превышает предложение (ситуация дефицита)? 1. товарную; 2. производственную; 3. чистого маркетинга; 4. сбытовую. 8.Укажите среди перечисленных функции банковского маркетинга: 1. аналитическая; 2. инновационная; 3. ситуационное управление; 4. функция продвижения. 9.К какой функции относится общерыночный анализ и прогнозирование развития банковских услуг? 1. инновационной; 2. функции продвижения; 3. аналитической; 4. функции сбыта. 10.Укажите среди перечисленных состояния спроса на банковские услуги 1.фиксированный спрос; 2.альтернативный спрос; 3.стратегический спрос 4. импульсный спрос
Исследование рынка		
ПК-1.1	Разрабатывает маркетинговые стратегии, используя новые платформы, методы	Перечень теоретических вопросов к зачету 1. Особенности и модели рынка труда.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	маркетинговых исследований, технического анализа современных рыночных трендов, анализа активности конкурентов, веб-аналитику; создает и внедряет стратегии для повышения узнаваемости, продаж и лояльности к бренду	2. Понятие, структура трудовых ресурсов. 3. Соотношение понятий «экономически активное население» и «трудовые ресурсы». 4. Количественные и качественные характеристики трудовых ресурсов. 5. Численность населения и проблемы демографии в России. 6. Конкурентоспособность работника на рынке труда. 7. Движение трудовых ресурсов. 8. Миграция трудовых ресурсов и ее виды. 9. Миграционная политика, управление миграционными процессами. 10. Экстенсивный и интенсивный тип использования трудовых ресурсов. 11. Методы планирования трудовых ресурсов. 12. Соотношение понятий «рабочая сила», «персонал», «кадровая политика». 13. Результативность трудовых ресурсов. 14. Трудовой потенциал человека. 15. Структура модели человека в социально-экономических системах. 16. Понятие занятости. Принципы занятости. 17. Полная, рациональная, эффективная занятость. 18. Виды и формы занятости. 19. Понятие безработицы. Виды безработицы. Измерение безработицы. 20. Сущность и содержание скрытых форм безработицы. 21. Структура и задачи службы занятости. 22. Рынок труда как регулятор занятости, безработицы. 23. Структуризация и сегментация рынков труда. 24. Прогнозирование на рынке труда. 25. Дискриминация на рынке труда. 26. Государственное регулирование рынка труда и занятости. 27. Исторический опыт регулирования рынка труда. 28. Механизм реализации государственной политики занятости. 29. Политика на рынках труда по улучшению занятости и снижению безработицы. 30. Сокращение рабочей силы. 31. Понятие социальной защиты и ее основные направления в сфере труда. 32. Понятие гарантий и компенсаций. Социальные гарантии и компенсации гражданам, потерявшим работу, высвобожденным с предприятий, впервые ищущим работу.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		33. Зарубежный опыт регулирования процессов занятости. 34. Регулирование рынка труда в индустриально развитых странах.
ПК-1.2	Анализирует динамику продаж, управляет рекламным бюджетом и рассчитывает эффективность вложений, устанавливает приоритеты для проектов	Примерные практические задания по темам для зачета Тема № 1: Рынок труда и занятость. Проблемы занятости населения. 1.1. Количество работающих равно 180 чел., безработных – 20 чел., взрослых – 400 чел. Определите: ✓ численность рабочей силы; ✓ уровень безработицы; ✓ уровень участия; ✓ долю безработных. 1.2. Уровень безработицы равен 7%, уровень участия – 60%. Определите долю безработных во взрослом населении. 1.3. Все население составляет 500 тыс. чел., из них: 120 тыс. чел. – не достигло трудоспособного возраста, 150 тыс. чел. – выбыло из состава рабочей силы, 23 тыс. чел. – безработные, 10 тыс. чел. – заняты неполный рабочий день и ищут работу. Определите: численность рабочей силы; уровень безработицы. 1.4. Определите уровень безработицы, используя следующие данные: ✓ Население города.....450 тыс. чел. ✓ Дети до 16 лет.....80 тыс. чел. ✓ Пенсионеры.....60 тыс. чел. ✓ Безработные.....13 тыс. чел. ✓ Военнослужащие.....5 тыс. чел. ✓ Работающие пенсионеры.....10 тыс. чел. ✓ Студенты ВУЗов и техникумов.....30 тыс. чел. ✓ Домохозяйки.....5 тыс. чел. 1.5. Предположим, что в данном году естественный уровень безработицы составлял 5%, а фактический – 8%. Определите величину отставания фактического Y (в %), а также объем Y (в млрд. долл.), потерянный из-за безработицы, если номинальный Y был равен 500 млрд. долл.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		1.6. Экономические показатели безработицы в стране на 2015 год следующие: ✓ фрикционная безработица - 3 %, ✓ структурная безработица – 3 %, ✓ циклическая безработица – 10 %. Объём номинального ВВП составил 27600 ден. ед. при коэффициенте Оукена – 2,5 %. Определите, каков был бы объём ВВП, если безработица не превысила своего естественного уровня. 1.7. Уровень безработицы по состоянию на 2010 год составил 8,3 %. Задача правительства – снизить показатели безработицы до 6 %. Каким должен быть темп роста фактического ВВП для достижения этой цели? Коэффициент чувствительности ВВП к динамике циклической безработицы равен 2. 1.8. В условной экономической системе имеются следующие данные о составе населения на 2015 год: Численность рабочей силы – 350 млн. чел., безработные – 30 млн. чел., в том числе: ✓ 15 млн. чел. стали безработными в результате банкротства предприятий; ✓ 3 млн. чел. обучаются новой профессии; ✓ 3 млн. чел. уволены в результате сокращения производства; ✓ 5 млн. чел. уволены в результате переориентации предприятия на новые виды деятельности; ✓ 4 млн. чел. не работают, так как имеют маленьких детей и престарелых родителей. Рассчитайте естественный и фактический уровень безработицы, используя закон Оукена. Определите потери, если номинальный валовой национальный продукт составил 4 млрд. ден. ед. 1.9. В США в 2005 г. доля безработных во взрослом населении составляла 4%, а доля экономически активного населения во взрослом населении – 66%. Определите уровень безработицы в данном году. 1.10. Численность населения составляет 100 млн. чел., из них: 24 млн. чел. – дети до 16 лет, а также люди, находящиеся в длительной изоляции; 30 млн. чел. – выбыло из состава рабочей силы; 6.9 млн. чел. – безработные; 1 млн. чел. – работники, занятые неполный рабочий день и ищущие работу. Определите: ✓ численность рабочей силы; ✓ уровень безработицы. 1.11. В таблице представлены данные о трудовых ресурсах и занятости за несколько лет.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Год 1-й 2-й 3-й 4-й 5-й Рабочая сила 82500 84900 89100 93200 95300 Работающие 80700 83100 85500 86200 87000 Безработные Уровень безработицы Рассчитайте численность безработных и уровень безработицы для каждого года. Данные занесите в таблицу. Как можно объяснить одновременный рост числа занятых и уровня безработицы? 1.12. Номинальный Y в некотором году составил 1000 млрд. долл. Естественный уровень безработицы составил в этом же году 6%, а фактический – 8%. Используя закон Оукена. Определите потенциальный Y данного года. Тема № 2: Уровень и качество жизни. Изменение стоимости жизни. 2.1. По приведенным в таблице данным рассчитайте индексы Ласпейреса, Пааше и Фишера. Сделайте выводы. Товар Объем производства, шт. Цена, руб./ шт. 2015 г. 2016 г. 2015 г. 2016 г. A 45 70 9 18 B 100 90 12 18 2.2. Заполните таблицу, сделайте выводы. Год Номинальный Y Дефлятор (в %, 2006=100) Реальный Y 2013 1700 50 2014 2100 70 2015 3200 100 2016 4800 120 2.3. По приведенным ниже данным рассчитайте недостающие показатели и сделайте соответствующие выводы: Годы 1 2 3 4 5 НоминальныйY(млрд.руб.) 240 800 1350 2240 Индекс цен (%) 30 35 50 Реальный Y (млрд. руб.) 1200 1400 3200

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства																										
		2.4. Номинальный Y Великобритании за 2010 год увеличился с 480 млрд. руб. до 600 млрд. руб., а дефлятор Y – со 120 до 150%. Определите, как изменилась величина реального Y страны? 2.5. В данном году в Ватикане произведено 22 кг муки и 60 кг яблок. Цена муки – 4 руб./кг, цена яблок – 6 руб./кг. В базовом году цена яблок составляла 5 руб./кг, а цена муки была такой же. Вычислите дефлятор Y. 2.6. Данные об объемах продаж и ценах картофеля на двух рынках представлены в таблице. Определите индивидуальный индекс цены картофеля. <table><tr><td>Рынок</td><td colspan="2">Объем продаж, кг</td><td colspan="2">Цена, руб./кг</td></tr><tr><td></td><td>2015 г.</td><td>2016 г.</td><td>2015 г.</td><td>2016 г.</td></tr><tr><td>Первый</td><td>40</td><td>50</td><td>10</td><td>15</td></tr><tr><td>Второй</td><td>80</td><td>70</td><td>12</td><td>14</td></tr></table> Тема № 3: Персонал предприятия на рынке труда Задача 1. В таблицах представлено изменение общего продукта при найме дополнительных работников и цены продукта на рынке совершенной конкуренции и монополии. По таблицам определите, как изменяется предельный продукт и предельная доходность труда в условиях совершенной конкуренции и в условиях несовершенной конкуренции (монополии). Рассчитайте недостающие показатели, заполните таблицы. Если ставка заработной платы 10 дол, сколько работников сможет нанять конкурентная фирма и сколько работников – монополия? Решение. Для решения задачи применяем правило спроса на ресурс $MRP_L = MRC_L$ или для конкурентного рынка $MRP_L = P_L (= MRC_L)$. Рассчитаем и внесем в таблицу 1 и 2 необходимые показатели: предельный продукт MP_L, общий доход TR_L, предельный продукт в денежном выражении MRP_L. Таблица 1. Изменение предельного продукта на рынке совершенной конкуренции <table><tr><th>Количество единиц труда L</th><th>Общий продукт труда TP_L</th><th>Предельный продукт MP_L (кол-во единиц)</th><th>Цена продукта P (ден.ед)</th><th>Общий доход $TR_L = TP_L * P$</th><th>Предельный продукт в денежном выражении</th></tr></table>	Рынок	Объем продаж, кг		Цена, руб./кг			2015 г.	2016 г.	2015 г.	2016 г.	Первый	40	50	10	15	Второй	80	70	12	14	Количество единиц труда L	Общий продукт труда TP_L	Предельный продукт MP_L (кол-во единиц)	Цена продукта P (ден.ед)	Общий доход $TR_L = TP_L * P$	Предельный продукт в денежном выражении
Рынок	Объем продаж, кг		Цена, руб./кг																									
	2015 г.	2016 г.	2015 г.	2016 г.																								
Первый	40	50	10	15																								
Второй	80	70	12	14																								
Количество единиц труда L	Общий продукт труда TP_L	Предельный продукт MP_L (кол-во единиц)	Цена продукта P (ден.ед)	Общий доход $TR_L = TP_L * P$	Предельный продукт в денежном выражении																							

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства					
							MRP _L
		1	8	8	2	16	16
		2	15	7	2	30	14
		3	21	6	2	42	12
		4	26	5	2	52	10
		5	30	4	2	60	8
		6	33	3	2	66	6
		Таблица 2. Изменение предельного продукта на рынке монополии					
		Количество единиц труда L	Общий продукт труда TP _L	Предельный продукт MP _L (кол-во ед-ц)	Цена продукта P _L	Общий доход TR _L = TP _L *P	Предельный продукт в денежном выражении MRP _L
		1	8	8	2,0	16	16
		2	15	7	1,8	27	11
		3	21	6	1,6	33,6	6,6
		4	26	5	1,4	36,4	2,8
		5	30	4	1,2	36	-0,4
		6	33	3	1,0	33	-3
		Применяя правило $MRP_L = MRC_L$, определяем спрос на труд. В условиях чистой конкуренции фирма нанимает 4 работника, ориентируясь на правило $MRP_L = P_L (= MRC_L) = 10$ дол. Монополия, по данным задачи, сможет нанять только 2-х работников, когда $MRP_L = 11 > P_L (= MRC_L) = 11$ дол. По таблице видно, что предельная доходность следующего работника меньше, чем ставка з/платы, значит, что этот работник добавит к прибыли отрицательную величину, прибыль начнет снижаться; поэтому фирма не будет нанимать этого работника. Ниже представлен график, иллюстрирующий правило спроса на ресурс на рынке совершенной конкуренции и на рынке монополии. Задача 2. Определите, при каком соотношении труда и капитала достигается минимизация издержек, если цена труда $P_L = 2$ дол, цена капитала $P_C = 4$ дол? Достигается ли максимизация прибыли,					

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства																																																										
		если цена товара $P= 0,5$дол? Если нет, то, каким должно быть сочетание труда и капитала, с учетом приведенных данных. а) 4ед.тр. - $MP_L = 10$ 5ед. к. - $MP_C = 12$ б) 6ед.тр. - $MP_L = 8$ 4ед.к. - $MP_C = 16$ <i>Тема № 4: Ценообразование на рынке ресурсов.</i> <i>Задача 1.</i> На основе первых двух колонок таблицы 1 рассчитайте показатели общих и предельных издержек на рынке труда в условиях монополии. Постройте график предложения труда и график предельных издержек, объясните особенности по сравнению с чистой конкуренцией. Пусть предельная доходность MRP_Lизменяется следующим образом: <table><tr><td>L</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td></tr><tr><td>MRP_L</td><td>10</td><td>8</td><td>6</td><td>5</td><td>4</td><td>3</td><td>2</td><td>1</td></tr></table> 1. Какую ставку требуют установить профсоюзы, как в этом случае изменится ситуация на рынке труда? 2. Какое количество работников, и по какой ставке з/ платы были бы заняты на конкурентном рынке? Таблица 1. Ставка з/платы и предельные издержки в условиях монополии <table><tr><th>Ставка з/платы W</th><th>Количество работников L</th><th>Общие издержки TCL</th><th>Предельные издержки MRC_L</th><th>Расчет предельных издержек MRC_L</th></tr><tr><td>2</td><td>1</td><td>2</td><td>2</td><td>+2 + 0</td></tr><tr><td>3</td><td>2</td><td>6</td><td>4</td><td>+3 + (3-2)* 1</td></tr><tr><td>4</td><td>3</td><td>12</td><td>6</td><td>+4 + (4-3)* 2</td></tr><tr><td>5</td><td>4</td><td>20</td><td>8</td><td>+5 + (5-4)* 3</td></tr><tr><td>6</td><td>5</td><td>30</td><td>10</td><td>+6 + (6-5)* 4</td></tr><tr><td>7</td><td>6</td><td>42</td><td>12</td><td>+7 + (7-6)* 5</td></tr><tr><td>8</td><td>7</td><td>56</td><td>14</td><td>+8 + (8-7)* 6</td></tr></table>	L	1	2	3	4	5	6	7	8	MRP_L	10	8	6	5	4	3	2	1	Ставка з/платы W	Количество работников L	Общие издержки TCL	Предельные издержки MRC_L	Расчет предельных издержек MRC_L	2	1	2	2	+2 + 0	3	2	6	4	+3 + (3-2)* 1	4	3	12	6	+4 + (4-3)* 2	5	4	20	8	+5 + (5-4)* 3	6	5	30	10	+6 + (6-5)* 4	7	6	42	12	+7 + (7-6)* 5	8	7	56	14	+8 + (8-7)* 6
L	1	2	3	4	5	6	7	8																																																				
MRP_L	10	8	6	5	4	3	2	1																																																				
Ставка з/платы W	Количество работников L	Общие издержки TCL	Предельные издержки MRC_L	Расчет предельных издержек MRC_L																																																								
2	1	2	2	+2 + 0																																																								
3	2	6	4	+3 + (3-2)* 1																																																								
4	3	12	6	+4 + (4-3)* 2																																																								
5	4	20	8	+5 + (5-4)* 3																																																								
6	5	30	10	+6 + (6-5)* 4																																																								
7	6	42	12	+7 + (7-6)* 5																																																								
8	7	56	14	+8 + (8-7)* 6																																																								
ПК-1.3	Использует маркетинговые стратегии по оптимизации товарной, ценовой, комму-	Тест 1. Уровень безработицы находится путем соотнесения следующих показателей:																																																										

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	никационной политики и потребительского поведения, интернет-маркетинга	а) кол-ва безработных и трудоспособного населения; б) кол-ва безработных и экономически активного населения; в) кол-ва безработных и трудоспособного населения в трудовом возрасте. 2. Безработица, связанная с динамическим характером рынка труда, постоянным переходом работников из состояния занятости в категорию безработных и наоборот: а) сезонная; б) структурная; в) фрикционная; г) циклическая. 3. Вид безработицы, относящийся к кейнсианской: а) сезонная; б) структурная; в) циклическая. 4. Основные причины возникновения циклической безработицы: а) нарушение макроэкономического равновесия; б) несовершенство рынка труда; в) политика государства; г) действия профсоюзов; д) нет правильных ответов. 5. Рынок рабочей силы по степени государственного воздействия не делится на: а) контролируемый; б) неконтролируемый; в) черный. 6. По определению МОТ безработным является человек, который: а) не работает, но способен работать (готов приступить к работе и активно ищет работу в течение последних 4 недель); б) работает; в) не работает, не хочет работать. 7. По российским стандартам относятся к числу занятых: а) проходящие военную службу; б) временно отсутствующие на работе; в) писатели; г) все ответы верны; д) нет правильных ответов.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		8. Потребность экономики в определенном количестве работников в каждый данный момент времени: а) спрос на рабочую силу; б) предложение рабочей силы; в) потребность в рабочих местах; г) вакансии. 9. Лица, формально занятые в народном хозяйстве, но которые в связи с сокращением объемов производства или изменением его структуры без ущерба для производства могли бы быть высвобождены: а) скрытая безработица; б) безработные; в) неучтенная безработица; г) явная безработица; д) скрываемая безработица. 10. Часть населения, по возрастному признаку относящаяся к молодежи: а) 16-29; б) 16-31; в) 18-30; г) 18-29. 11. Система общественных отношений в согласовании интересов работодателей и наёмной рабочей силы: а) рынок труда; б) коллективный договор; в) трудовые отношения. 12. Не относится к особенностям функционирования рынка труда: а) отсутствие не денежных аспектов сделки; б) высокая степень индивидуализации сделок; в) большая продолжительность контакта продавца и покупателя; г) неотделимость права собственности на товар от его владельца. 13. Не является субъектом рынка: а) государство; б) работодатель; в) наёмные работники; г) институты, повышающие квалификацию. 14. Разделение рабочих мест и работников на устойчивые замкнутые сектора, зоны, которые

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		ограничивают мобильность рабочей силы своими границами: а) сегментация рынка труда; б) границы рынка; в) устойчивые рабочие группы; г) низкая мобильность трудовых ресурсов. 15. Характерные черты этого рынка труда – велика текучесть кадров, низкий уровень заработной платы, отсутствуют профсоюзы, практически не существует продвижение по служебной лестнице, технология производства примитивна: а) вторичный; б) первичный; в) незавершённый.

Маркетинг товаров и услуг

ПК-1.1	Разрабатывает маркетинговые стратегии, используя новые платформы, методы маркетинговых исследований, технического анализасовременных рыночных трендов, анализа активности конкурентов, веб-аналитику; создает и внедряет стратегии для повышения узнаваемости, продаж и лояльности к бренду	Перечень теоретических вопросов к зачету 1. Как вы понимаете понятия «рынок», «рыночная система»? В чем заключается специфика рыночной системы? 2. Какие бывают рынки? Охарактеризуйте типы и виды рынков. 3. Что такое «емкость» рынка? Как она рассчитывается? 4. Какие три этапа развития концепций маркетинга можно выделить? 5. Что такое сегментирование рынка? В чем заключаются отличия между маркетингом сегмента маркетингом ниши, маркетингом региона и индивидуальным маркетингом? 6. Охарактеризуйте этапы порядка проведения сегментирования рынка. 7. Какие признаки сегментации существуют? Назовите переменные, соответствующие каждому признаку. Приведите примеры. Какие критерии сегментации можно выделить? 8. Какие варианты охвата рынков существуют? Представьте их сравнительную характеристику. Как фирма выявляет наиболее выгодные для себя сегменты рынка? 9. В чем заключается позиционирование товара? Охарактеризуйте матрицу Ансоффа и Бостонскую матрицу. 10. Назовите факторы, определяющие поведение потребителя. Объясните, как культурные факторы 11. (особенно культура, субкультура и принадлежность к определенному социальному классу) влияют на покупательское поведение? 12. Какие критерии разделения общества на классы существуют, и какие социальные классы им соответствуют? Охарактеризуйте основные социальные классы США и России, в чем их принципиальное отличие?
--------	---	--

<i>Код индикатора</i>	<i>Индикатор достижения компетенции</i>	<i>Оценочные средства</i>
		13. Что вы понимаете под референтными группами, какое влияние они оказывают на индивида? 14. Охарактеризуйте такое важнейшее социальное объединение потребителей-покупателей как семья. 15. Приведите примеры традиционного разделения влияния супругов при покупке продуктов. 16. Дайте определение роли и статуса. Какие роли на протяжении жизни выполняет человек? 17. Какие личностные факторы влияют на решение покупателя? 18. Объясните термин «мотивация». Какие концепции мотивации вы знаете? 19. Что такое потребность? Какие виды потребностей можно выделить? Изобразите процесс материализации потребностей на рынке. 20. Кто является покупателем на потребительском рынке? Классификация потребителей. 21. Как вы понимаете процессы восприятия, усвоения и убеждения? 22. Процесс покупки и поведение покупателей. Каким образом покупатель принимает решение о покупке и какие этапы при этом преодолевает? Какой может быть конечная судьба купленного товара? 23. Каковы особенности принятия решения о покупке товара-новинки? 24. Если вы изучите рекомендуемую литературу, то сможете ответить на следующие вопросы, предлагаемые для самоконтроля. 25. Что понимают под ценностью товара? Какие факторы определяют ценность, ощущаемую потребителем? 26. Какие существуют варианты удовлетворенности потребителя покупкой? 27. Какие вы знаете методы измерения степени удовлетворения покупателя? 28. Раскройте содержание цепочки создания ценности продукта М.Портера. 29. Кто такой «выгодный потребитель»? По каким причинам необходимо удерживать потребителя? Как можно снизить уровень утечки потребителей? 30. Дайте понятие и характеристику качества. В чем заключается различие между сравнительным качеством и качеством соответствия? 31. Что предполагает управление тотальным качеством? Охарактеризуйте маркетинговую стратегию тотального качества принимает фирма-производитель? 32. Что такое упаковка товара, и какую роль она выполняет? Какие три слоя упаковки вы знаете? 33. Какие решения необходимо принять для того, чтобы разработать эффективную упаковку? 34. Дайте определение понятиям «товарный ассортимент» и «широта товарного ассортимента». Как вы понимаете решение о наращивании товарного ассортимента вверх и наращивании вниз? 35. Что такое товарная номенклатура? Опишите товарную номенклатуру фирмы с точки зрения ее

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		широты, насыщенности, глубины и гармоничности. 36. Что такое жизненный цикл товара? Представьте графическое изображение изменения объема продаж и прибыли на протяжении жизненного цикла товара. Какие этапы здесь можно выделить 37. Какие разновидности кривых жизненного цикла товара вы знаете? Как стиль, мода и фетиш влияют на форму кривых? Чем внутренний отечественный жизненный цикл товара отличается от глобального? 38. Какие стратегии маркетинга используются на каждом этапе жизненного цикла товара? 39. В чем сущность и роль цены? Классификация цен. 40. Когда возникает необходимость установления исходной цены? В чем заключается методика расчета исходной цены? 41. Какие цели может преследовать компания при постановке задач ценообразования? 42. Каким образом происходит определение спроса на товар?
ПК-1.2	Анализирует динамику продаж, управляет рекламным бюджетом и рассчитывает эффективность вложений, устанавливает приоритеты для проектов	Задание 1. Планирование открытия нового филиала по сбыту продукции Фирма, действующая на российском рынке, планирует открыть новый торговый филиал в регионе с населением 10 тыс. человек. В принципе, если исходить из консервативных взглядов, неизвестно, сколько человек будет посещать этот магазин в день. Субъективная вероятность определенного числа возможных посетителей магазина в день, следующая: Число посетителей в день N, чел. Субъективная вероятность составляет $P(N)=20\%$, если предполагается в день посещение торгового филиала 1000 чел. Вероятность $P(N)$ называется в этом случае априорной (предварительной) вероятностью. По оценке фирмы, доход от посещения филиала одним посетителем составляет 10 тыс. руб. (одна покупка — 1000 руб.). Расходы торгового филиала планируются на уровне 2,2 млн. руб. в день. Вопросы и задания 1. Принимая априорную вероятность за факт, определите ожидаемую оценку прибыли в случае открытия филиала. 2. Проанализируйте исходную информацию и дайте заключение о целесообразности или нецелесообразности открытия торгового филиала в данном регионе. Задание 2. Выбрать канал распределения, согласно критерию эффективности, если: 1. Канал нулевого уровня – расходы, связанные с содержанием собственной розничной торговой сети, составляют 150 тыс. руб., издержки обращения - 100 тыс. руб., прибыль от реализации товара – 500 тыс. руб. 2. Одноуровневый канал – издержки обращения – 60 тыс. руб., прибыль 30 тыс. руб. 3. Двухуровневый канал – издержки обращения – 40 тыс. руб., прибыль 120 тыс. руб. $O = * 100\%$ O – отдача вложенного капитала, % P – прибыль, полученная от вложения капитала, руб.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		ВК – величина вложенного капитала, руб. Задание 3. Используя затратный метод ценообразования, владелец киоска получает 20% прибыли(П) к затратам. Закупочная цена (ЗЦ) товара А – 2 р., товара Б – 20 р/кг. Объем закупок товара А – 2 тыс.шт., товара Б – 100кг. Коммерческие расходы (КР) – 2 р., стоимость аренды (А) – 100руб в день, заработная плата (ЗП) продавца 300 руб. в неделю. Товар предполагается продать за неделю. Определить продажные цены товара. 1. Рассчитать затраты (З), по товарам А и Б по закупочным ценам 2. Рассчитать долю товара (Д) в общих затратах 3. Рассчитать продажную цену товаров А и Б
ПК-1.3	Использует маркетинговые стратегии по оптимизации товарной, ценовой, коммуникационной политики и потребительского поведения, интернет-маркетинга	Тестовые задания. 1. Маркетинговая концепция управления фирмой – это: a. концепция определения наиболее оптимальных сфер расходов и инвестиций b. позиционирование по отношению к конкуренту c. концепция улучшения качественных показателей товарной продукции d. концепция, ориентированная на выяснение и удовлетворение запросов потребителей определенного целевого рынка. 2. Перечислите условия эффективного функционирования производственно-сбытовой маркетинговой системы: a. рынок покупателя b. рынок продавца c. низкие издержки d. увязка задач производства с конкретными потребностями покупателей e. товары производятся и реализуются под конкретный сегмент рынка. 3. Основные принципы маркетинговой деятельности – это: a. Ориентация на потребителя b. Адаптивность и воздействие на потребителя c. Инновация и концентрация усилий d. Системность e. Программно-целевой подход. 4. маркетинг основной упор делает на изучение психологии потребителя, мотиваций покупательского поведения.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		5. маркетинг характеризуется прямым способом продажи товаров и услуг и предполагает организацию сбытовой деятельности в форме персональных продаж через сбытовых агентов — коммивояжеров. 6. маркетинг направлен не только на удовлетворение запросов конечных потребителей, но и на оптимальное решение экономических и социальных задач, стоящих перед всем обществом, соблюдение его долговременных интересов. 8. Перечислите фазы ЖЦТ в порядке следования: - Рост и развитие - Внедрение - Насыщение и спад - Зрелость 9. В жизненном цикле товара на стадии зрелости... - норма прибыли от продажи единицы товара падает, а масса прибыли является наибольшей и - расходуется на поддержку товаров, находящихся в других фазах жизненного цикла - норма прибыли в расчете на единицу товара, как правило, достигает своего максимума - стабильный объем продаж - растущее число разновидностей товарного ассортимента. 10. В жизненном цикле товара на стадии роста... - Проводятся дополнительные рекламные кампании для осведомления потребителей о расширении ассортимента товара - Осуществляется быстрый рост объема продаж - Объем продаж стабильный - Потребители – новаторы.
Маркетинговые исследования в экономике и управлении		
ПК-1.1	Разрабатывает маркетинговые стратегии, используя новые платформы, методы маркетинговых исследований, технического анализасовременных рыночных трендов, анализа активности конкурентов, веб-аналитику; создает и внедряет стратегии для повышения узнаваемости, продаж и лояльности к бренду	Перечень теоретических вопросов к зачету с оценкой: 1. Предпосылки и развитие теории маркетинговых исследований. 2. Маркетинговые исследования как самостоятельная научная дисциплина. 3. Объекты и предметы маркетинговых исследований и их специфика. 4. Цели и примеры маркетинговых задач, требующих исследования. 5. Развитие технологии и направлений маркетинговых исследований. 6. Разнообразие спектра направлений маркетинговых исследований. 7. Принципы маркетинговых исследований. 8. Характеристика общенаучных методов маркетинговых исследований.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		9. Характеристика аналитико-прогностических методов маркетинговых исследований. 10. Методы и приемы, заимствованные из разных областей знаний. 11. Понятие и признаки маркетинговой информации. 12. Свойства маркетинговой информации. 13. Классификационные признаки и виды маркетинговой информации. 18. Источники и методы сбора маркетинговой информации. 14. Первичные источники информации. 15. Вторичные источники информации. 16. Этапы и процедуры маркетинговых исследований по Голубкову Е.П. 17. Этапы и процедуры маркетинговых исследований по Аакеру Д., Кумару В., и Дей Дж. 18. Этапы и процедуры маркетинговых исследований по Малхорте Н.К. 19. Этапы и процедуры маркетинговых исследований по Черчиллю Г.А. 20. Раскройте этап определения проблемы и целей исследования. 21. В чем заключается метод логико-смыслового моделирования? 22. Содержание и методы проведения отдельных видов исследований по направлениям исследований. 23. Разведочные исследования. 24. Описательные исследования. 25. Казуальные исследования. 26. Эксперименты и их роль в проведении маркетинговых исследований. 27. Методы анализа документов (традиционный и формализованный). 28. Общая характеристика методов сбора данных (количественные и качественные). 29. Наблюдение и его роль при проведении маркетинговых исследований. 30. Метод фокус-группы, его достоинства и недостатки. 31. Глубинное интервью и анализ протокола. 32. Проекционные методы. 33. Методы опроса, их достоинства и недостатки. 34. Панельный метод обследования. 35. Методы получения данных от респондентов. 36. Разработка форм сбора данных. 37. Измерения в маркетинговых исследованиях (характеристики шкал : описание, порядок, расстояние, начальная точка). 38. Уровни измерения, определяющие тип шкалы измерений (наименований, порядка, интервальный, отношений). 39. Перечислите методы измерений и дайте им краткую характеристику.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		40. Составление анкет на одном из конкретных примеров. 41. Этапы разработки выборочного плана. 42. Определение объема выборки. 43. Организация проведения сбора данных. 44. Ошибки сбора данных и контроль качества собираемых данных. 45. Подготовка заключительного отчета и его содержание. 46. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях. 47. Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинговых исследований.
ПК-1.2	Анализирует динамику продаж, управляет рекламным бюджетом и рассчитывает эффективность вложений, устанавливает приоритеты для проектов	Задание. Какие, по-вашему, цели преследовали организации, заказавшие маркетинговым компаниям эти исследования? Какие методы исследования будут использовать организаторы этих исследований. Предыдущие исследования показали, что, в отличие от мужчин, стиль межличностного общения женщин менее агрессивный, менее самоуверенный и носит ярко выраженный социальный характер. Было решено провести исследование, чтобы определить, насколько эти аспекты межличностного общения отражаются на политической рекламе кандидатов обоего пола. Была выдвинута гипотеза, что политическая реклама с участием женщин не столь агрессивна и напориста, как политическая реклама с участием мужчин, и носит ярко выраженный характер. Восприятие роли женщин и мужчин на политической арене изменилось в обществе за последние 20 лет. Было принято решение провести исследование, для определения степени отражения этих общественных установок, в рекламе. Была выдвинута гипотеза, что печатная реклама, опубликованная в 1975 году, содержит больше примеров стереотипизации роли мужчин и женщин, чем реклама 1995 года.
ПК-1.3	Использует маркетинговые стратегии по оптимизации товарной, ценовой, коммуникационной политики и потребительского поведения, интернет-маркетинга	Тестовые задания - Вид исследовательских проектов, первичной целью которого является доскональное определение и осмысление сущности стоящей перед исследователем проблемы, носит название: а) дескриптивное; б) разведывательное; в) причинно-следственное. - Наблюдение, в ходе которого фиксируются только те виды поведения, которые заранее определены, носит название: а) прямое; б) скрытое; в) структурированное. - Метод опроса, в ходе которого интервьюер может задать собеседнику больше вопросов и дополнить результаты беседы личными впечатлениями, — это: а) почтовый опрос;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		б) личное интервью; в) интервью по телефону. 4. Совокупность персонала, оборудования, процедур сбора, сортировки, анализа, оценки, передачи, используемой при принятии маркетинговых решений информации — это: а) система внутренней отчетности фирмы; б) система маркетинговых исследований; в) маркетинговая информационная система. 5. Документ, содержащий характеристики респондентов, представление и анализ полученной информации, практические рекомендации, выводы, а также графический материал, называется: а) программой исследования; б) рабочим планом исследования; в) отчетом.
Производственная- технологическая (проектно-технологическая) практика		
ПК-1.1	Разрабатывает маркетинговые стратегии, используя новые платформы, методы маркетинговых исследований, технического анализа современных рыночных трендов, анализа активности конкурентов, веб-аналитику; создает и внедряет стратегии для повышения узнаваемости, продаж и лояльности к бренду	Типовые вопросы и задания для защиты отчета по практике: 1. Открытый вопрос на проверку готовности к коммуникации в устной форме и способности оперировать специальной терминологией 1.1. Опишите особенности, этапы, процедуру и технологию бюджетного процесса 1.2. Охарактеризуйте ключевые финансово-экономические и социально-экономические показатели 1.3. Назовите и охарактеризуйте особенности финансовых взаимоотношений организаций и органов государственной и муниципальной власти (в соответствии с местом прохождения практики) 2. Открытый вопрос на оценку способности к анализу, планированию и организации профессиональной деятельности 2.1. Какой метод планирования (в том числе финансового планирования) используется организациями и (или) органами государственной и муниципальной власти (в соответствии с местом прохождения практики) 2.2. Обозначьте иерархию целей и задач организации, являющейся местом прохождения практики, перечислите финансовые цели и задачи 2.3. Обозначьте основные методологические принципы анализа и планирования социально-экономических и финансовых показателей 3. Комплексный вопрос, содержащий исходные данные для оценки аналитических способностей, способности к диагностике и решению проблем, связанный с выполнением профессиональных задач. 3.1. Назовите индикаторы социально-экономических и финансовых проблем на макро-(микро) уровне

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		3.2.Обоснуйте выбор методов диагностики информации экономического плана для обоснования решений по управлению общественными финансами 3.3.С использованием данных отечественной и зарубежной статистики о социально- экономических процессах и явлениях, выявите тенденции изменения социально-экономических показателей Обозначьте показатели, приведите алгоритм расчета для оценки эффективности финансовой политики на макро-(микро) уровне
ПК-1.2	Анализирует динамику продаж, управляет рекламным бюджетом и рассчитывает эффективность вложений, устанавливает приоритеты для проектов	Задания для практики: 1. Создание и редактирование информационных ресурсов, подготовка обзоров, отчетов и публикаций. 2. Поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации в экономике, управлении и ИКТ 3. Исследование и анализ рынка инноваций, ИС и ИКТ. 4. Исследование и анализ спроса и поведения потребителей в сети интернет 5. Анализ архитектуры предприятия. 6. Анализ и оценка применения ИС и ИКТ для управления бизнесом 7. Исследование и анализ рынка инноваций, ИС и ИКТ 8. Разработка стратегии продвижения в сети интернет. 9. Планирование работ по реализации стратегии продвижения в сети интернет. 10. Согласование с заказчиком сроков и бюджетов кампании по продвижению в сети интернет 11. Управление электронным предприятием и подразделениями электронного бизнеса несетевых компаний. 12. Управление ИТ-сервисами и контентом информационных ресурсов предприятия. 13. Разработка ИТ-сервисов предприятия и интернет-ресурсов. 14. Оценка объектов интеллектуальной собственности. 15. Исследование рынка патентных разработок 16. Защита прав на интеллектуальную собственность 17. Планирование и организация работы малых проектно-внедренческих групп. Разработка проектной документации на выполнение работ по совершенствованию и регламентацию стратегии и целей, бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры предприятия. 18. Планирование этапов проекта в соответствии с заданием. организация процесса исполнения работ проекта. 19. Организация процесса исполнения работ проекта. Разработка проектов совершенствования бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры предприятия.
ПК-1.3	Использует маркетинговые стратегии по	Типовые вопросы и задания для защиты отчета по практике:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	оптимизации товарной, ценовой, коммуникационной политики и потребительского поведения, интернет-маркетинга	2. Открытый вопрос на проверку готовности к коммуникации в устной форме и способности оперировать специальной терминологией 2.1.Опишите особенности, этапы, процедуру и технологию бюджетного процесса 2.2.Охарактеризуйте ключевые финансово-экономические и социально-экономические показатели 2.3.Назовите и охарактеризуйте особенности финансовых взаимоотношений организаций и органов государственной и муниципальной власти (в соответствии с местом прохождения практики) 3. Открытый вопрос на оценку способности к анализу, планированию и организации профессиональной деятельности 3.1. Какой метод планирования (в том числе финансового планирования) используется организациями и (или) органами государственной и муниципальной власти (в соответствии с местом прохождения практики) 3.2. Обозначьте иерархию целей и задач организации, являющейся местом прохождения практики, перечислите финансовые цели и задачи 3.3. Обозначьте основные методологические принципы анализа и планирования социально-экономических и финансовых показателей 4. Комплексный вопрос, содержащий исходные данные для оценки аналитических способностей, способности к диагностике и решению проблем, связанный с выполнением профессиональных задач. 4.1.Назовите индикаторы социально-экономических и финансовых проблем на макро-(микро) уровне 4.2.Обоснуйте выбор методов диагностики информации экономического плана для обоснования решений по управлению общественными финансами 4.3.С использованием данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявите тенденции изменения социально-экономических показателей Обозначьте показатели, приведите алгоритм расчета для оценки эффективности финансовой политики на макро-(микро) уровне
Производственная – преддипломная практика		
ПК-1.1	Разрабатывает маркетинговые стратегии, используя новые платформы, методы маркетинговых исследований, технического анализа современных рыночных трендов, анализа активности конкурентов, веб-аналитику; создает и внедряет стратегии для повышения узнаваемости,	В ходе выполнения общего задания обучающемуся надлежит изучить следующие вопросы: — общая характеристика места прохождения преддипломной практики: специализация организации (предприятия) и подразделения; тип организации (тип производства), назначение и характер продукции (услуг, товаров); — характеристика основных направлений деятельности организации (предприятия), перспективы развития;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	продаж и лояльности к бренду	— доля рынка (по товарам и рынкам, сегментам рынка) и конкурентная позиция компании, анализ конъюнктуры рынка, динамики и тенденций развития; — анализ основных экономических показателей деятельности организации (предприятия); — организационная структура предприятия, структура маркетинговой службы; — рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия и решению маркетинговой проблемы; — материалы необходимые для написания выпускной квалификационной работы, их анализ и соответствующие расчеты.
ПК-1.2	Анализирует динамику продаж, управляет рекламным бюджетом и рассчитывает эффективность вложений, устанавливает приоритеты для проектов	Индивидуальное задание (примеры) Продажи (объем и структура по товарам и рынкам). Доля рынка (по товарам и рынкам, сегментам рынка). Лояльность и число клиентов (покупателей), динамика их количественного роста или сокращения, число недовольных клиентов, жалобы и рекламации. Организационная структура маркетинга. Планирование и контроль маркетинговой деятельности. Количество и характеристика проведенных маркетинговых исследований (самостоятельно или по заказам).
ПК-1.3	Использует маркетинговые стратегии по оптимизации товарной, ценовой, коммуникационной политики и потребительского поведения, интернет-маркетинга	Примерная тематика научно-аналитических исследований в период проведения преддипломной практики. Концепция маркетинга и ее развитие. 1. Анализ тенденций развития маркетинга в условиях российского рынка. 2. Стратегический маркетинг (создание потребительской ценности и акционерной стоимости компании). 3. Маркетинг и современные информационные технологии. 4. Тенденции и перспективы развития электронной коммерции в России. 5. Интернет-маркетинг. 6. Развитие маркетинга партнерских отношений. 7. Опыт разработки маркетинговых стратегий транснациональных компаний. 8. Региональный (территориальный) маркетинг. 9. Особенности маркетинга партнерских отношений. 10. Некоммерческий маркетинг. Поведение потребителей. 1. Коммуникативное поведение потребителей. 2. Разработка программы лояльности потребителей.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		3. Формирование потребительских предпочтений. Управление маркетингом. 1. Организация маркетинга на предприятии. 2. Маркетинговое планирование на предприятии. 3. Портфельный анализ и развитие структуры деятельности компании. 4. Анализ направлений роста предприятия (товар/рынок). 5. Критические факторы успеха и формирование конкурентных преимуществ. 6. Определение целей и формирование маркетинговой стратегии. 7. Оценка привлекательности и выбор целевых рынков для компании. 8. Стратегии освоения новых рынков. 9. Процесс сегментации и позиционирования. 10. Разработка бюджета маркетинга. 11. Аудит маркетинга. 12. Финансовое обоснование маркетинговых решений. 13. Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия. Продвижение товаров и услуг. 1. Интегрированные маркетинговые коммуникации. 2. Маркетинговое обоснование рекламной компании. 3. Обоснование стратегий продвижения продукции на рынок. 4. Исследование коммуникативных возможностей комплекса маркетинга. 5. Организация взаимодействия предприятия и рекламного агентства. 6. Оценка экономической и коммуникативной эффективности рекламы. 7. Организации и эффективность персональных (личных) продаж. 8. Организация выставочной деятельности и оценка ее эффективности. 9. Обоснование, выбор форм и методов стимулирования продаж (сбыта). 10. Организация и анализ форм продвижения продукции посредством Internet. 11. Разработка программ лояльности. 12. Разработка программ партнерских отношений. Международная деятельность.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		1. Стратегии выхода компании на международные рынки. 2. Исследование страновых и культурных различий в программах международного маркетинга. Маркетинговые исследования и консалтинг. 1. Проведение качественных исследований (по конкретным видам товаров и услуг). 2. Проведение количественных исследований (по конкретным товарам и услугам). 3. Применение статистических методов и моделей обработки результатов выборочных исследований. 4. исследований. 5. Исследование предпочтений, лояльности и удовлетворенности потребителей. 6. Анализ состояния, оценка емкости и тенденции развития товарных рынков. 7. Проведение тестирования новой продукции. 8. Разработка системы маркетинговой информации предприятия. 9. Организация и методы сбора маркетинговой информации в Internet. 10. Консалтинговая деятельность в сфере маркетинга.
ПК-2 - Способен организовывать и управлять маркетинговой деятельностью организации		
Бенчмаркинг		
ПК-2.1.	Использует современные методики маркетинга, развития и управления брендом компании, современные техники и методы продаж	Вопросы 27. Сбор внутренней и внешней информации для маркетинговых исследований 28. Бенчмаркинговое исследование 29. Значения бенчмаркинга в процессе проведения стратегически ориентированных маркетинговых исследований 30. Разработка стратегии маркетинга на базе бенчмаркингового подхода 31. Концентрация внимания на управлении качеством 32. Необходимость и степень важности бизнес-процессов 33. Учет несовершенства моделей, применяемых в процессе планирования бенчмаркинга 34. Перманентное проведение внешнего бенчмаркинга 35. Бенчмаркинг как фактор выживания предприятия, 36. Цели и система маркетинговой информации. 37. Виды информации основные требования к информационному обеспечению на рынке туристских услуг. 38. Концепция системы маркетинговой информации.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		39. Зарубежные системы поддержки маркетинговых решений и проблемы российских предприятий их применения. 40. Понятие и роль бенчмаркинга 41. Перспективы использования бенчмаркинга для развития бизнеса 42. Бенчмаркинг как основа успешной стратегии развития бизнеса 43. Внешний конкурентный бенчмаркинг: сущность, значение 44. Внутренний бенчмаркинг: сущность, значение 45. Виды бенчмаркинга, их характеристика 46. Конкурентный бенчмаркинг, его характеристика 47. Основные этапы конкурентного анализа. 48. Функциональный бенчмаркинг: сущность, особенности применения. 49. Основные этапы и процедуры маркетингового исследования 50. Методические основы оценки эффективности бенчмаркинга 51. Методы сбора информации в процессе маркетинговых исследований 52. Характеристика видов маркетинговых исследований. 53. Этапы проведения маркетинговых исследований 54. Виды опросов в процессе маркетингового исследования. 55. Основные инструменты маркетингового исследования. 56. Методы анализа данных в процессе маркетингового исследования. 57. Конкурентоспособность предприятия и конкурентный анализ. 58. Виды и методы конкурентного анализа. 59. Характеристика основных этапов конкурентного анализа
ПК-2.2.	Оценивает возможность перехода к клиентоориентированной модели управления, правовое обеспечение в маркетинге	Практическое задание 1. Эссе: 1. Индикаторы рыночной конъюнктуры 2. Проблемы электронной коммерции в России 3. Иллюзия качества и воспринимаемое качество 4. Специфика, ценообразования информационных товаров и услуг 5. Ролевые группы товаров
ПК-2.3.	Применяет различные варианты управленческих решений по развитию маркетинговых служб, маркетинга базы данных	Тест 1. Сегментирование рынка – это 1. деление конкурентов на однородные группы

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		2. деление потребителей на однородные группы 3. деление товара на однородные группы 4. все ответы верны 2. Сущность товарного подхода к пониманию маркетинга заключается не в том, чтобы рассматривать товар 1. учитывая существующих на товарном рынке проблем, которые предстоит решать инструментами маркетинга 2. с учетом определенного этапа жизненного цикла товара и применения соответствующего 3. комплекса маркетинга 4. с учетом конструкторско-технологических аспектов производства товара 5. с учетом потребности в осуществлении определенных научно-технических, экспериментально-конструкторских и испытательных работ, включая исследования рынка, на начальных стадиях создания продукта 3. Процесс управления маркетинговыми коммуникациями начинается с определения 1. миссии компании 2. целей 3. задач 4. нужды потребителя 4. Что входит в понятие «управлять маркетингом»? 1. материально стимулировать труд работников 2. стимулировать эффективную работу всего персонала, занятого в маркетинге, для получения максимальной отдачи 3. укреплять рыночные позиции фирмы 5. Какой критерий представляет собой интерес для исследователей? 1. географический 2. демографический 3. социально-экономический 4. психофизический
Правовое регулирование маркетинговой деятельности		
ПК-2.1.	Использует современные методики маркетинга, развития и управления брендом компании, современные техники и методы продаж	Вопросы к экзамену: 1. Право в маркетинговой деятельности. 2. Правовые отношения как элемент внешней среды маркетинга.

<i>Код индикатора</i>	<i>Индикатор достижения компетенции</i>	<i>Оценочные средства</i>
		3. Внутрифирменные документы как элемент внутренней среды маркетинга. 4. Источники права маркетинговой деятельности. 5. Законодательство о защите прав потребителей. 6. История отечественного законодательства о защите прав потребителей. 7. Права потребителя, определенные в Законе РСФСР «О защите прав потребителей». 8. Государственная и общественная защита прав потребителей. 9. Полномочия федерального антимонопольного органа и федеральных органов исполнительной власти, осуществляющих контроль за качеством и безопасностью товаров (работ, услуг); органов местного самоуправления. 10. Общественные объединения потребителей. 11. Ответственность продавца (изготовителя, исполнителя) за нарушение прав потребителей. 12. Конкуренция как фактор внешней среды маркетинга. 13. Понятие антимонопольного законодательства. 14. Специфика российского антимонопольного законодательства. 15. Субъекты антимонопольного законодательства. 16. Основные понятия: товар, товарный рынок, конкуренция. 17. Понятие монополистической деятельности. Условия, характеризующие положение хозяйственного субъекта на рынке. 18. Признаки доминирования. 19. Формы недобросовестной конкуренции. Типы соглашений между хозяйствующими субъектами, ограничивающими конкуренцию. 20. Правовое регулирование естественных монополий. 21. Управление антимонопольной деятельностью в РФ 22. Ответственность за нарушение российского антимонопольного законодательства. 23. Зарубежное антимонопольное законодательство. 24. Основы и принципы антитрестовского законодательства США 25. Антимонопольное законодательство Западной Европы 26. Правила конкуренции, установленные Римским договором о создании ЕЭС. 27. Особенности взаимодействия государства и бизнеса в Японии. 28. Информация как объект гражданских правоотношений. 29. Основные понятия в области правового регулирования получения и исследования информации: документированная информация, информационные ресурсы, персональные данные, конфиденциаль-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		ная информация. 30. Коммерческая и служебная тайна: понятие и виды. 31. Методы получения информации. Условия сохранности коммерческой тайны. Средства защиты коммерческой тайны. 32. Договор возмездного оказания услуг как юридическое оформление процесса получения информации. 33. Виды договора возмездного оказания услуг. 34. Объекты интеллектуальной собственности. 35. Авторское право: понятие, субъекты, объекты. 36. Охрана и защита авторских прав. 37. Патентное право: понятие, субъекты, объекты. 38. Охрана и защита патентных прав. 39. Понятие товара как категории маркетинга и его виды (собственно товар и услуги). 40. Законодательство, определяющее правовой статус товара. 41. Законодательство, обеспечивающее безопасность и уровень качества товара. Закон РФ «О стандартизации»: основные понятия. 42. Закон РФ «О сертификации продукции и услуг»: основные понятия, сертификат и знак соответствия, виды сертификации. 43. Правила и порядок проведения сертификации в Российской Федерации. 44. Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименования мест происхождения товаров». 45. Товарный знак: понятие и функции. 46. Правовая охрана товарного знака. 47. Виды товарного знака. Субъекты товарного знака. 48. Исключительное право владельца товарного знака. 49. Использование товарного знака. 50. Договор об уступке товарного знака. 51. Лицензионный договор. 52. Договор франшизы. 53. Наименование места происхождения товара и его правовая охрана. 54. Использование наименования места происхождения товара. Регистрация и предоставление права пользования наименованием места происхождения товара.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		55. Ответственность за незаконное использование товарного знака и наименования места происхождения товара. 56. Правовое регулирование системы ценообразования. Структура и особенности формирования цен. 57. Цена в возмездных гражданско-правовых договорах в соответствии со ст. 424 Гражданского кодекса Российской Федерации. Изменение цены в договорах. 58. Особенности цены, определяемой условиями поставки в соответствии с правилами «ИНКО-ТЕРМС». 59. Определение каналов распределения как категории маркетинга. 60. Торговые посредники: простые и торговцы. Сферы деятельности посредников, способы выплат вознаграждения. Условия работы посредников на рынке. 61. Договор поручения 62. Договор комиссии 63. Договор консигнации 64. Агентский договор.
ПК-2.2.	Оценивает возможность перехода к клиентоориентированной модели управления, правовое обеспечение в маркетинге	Примерные темы практических заданий: 1. Правила уличной торговли на территории Магнитогорска. 2. Правила работы предприятий, осуществляющих розничную торговую деятельность на территории Магнитогорска. 3. Торги: понятие, виды, организация и порядок проведения торгов. 4. Заключение гражданско-правовых договоров на торгах. 5. Последствия нарушения правил проведения торгов. 6. Понятие маркетинговых коммуникаций. Методы стимулирующего воздействия на потребителя. 7. Законодательство о рекламной деятельности. 8. Цели и сфера применения Федерального закона «О рекламе». 9. Определение рекламы. 10. Реклама как объект авторского права и смежных прав. 11. Ненадлежащая реклама: понятие, виды. 12. Общие и специальные требования к рекламе. 13. Распространение рекламы: время, место, способы и форма. 14. Особенности рекламы отдельных товаров. 15. Реклама для несовершеннолетних. 16. Защита несовершеннолетних при производстве, размещении и распространении рекламы.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		17. Социальная реклама. 18. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей, рекламораспространителей. 19. Контроль в области рекламы. 20. Ответственность за ненадлежащую рекламу. 21. Правила размещения средств наружной рекламы и информации в Магнитогорске. 22. Применение правил «ИНКОТЕРМС». 23. Правила продажи товаров на территории Магнитогорска
ПК-2.3.	Применяет различные варианты управленческих решений по развитию маркетинговых служб, маркетинга базы данных	Тематика рефератов: 1. Классификации маркетинговой деятельности в зависимости от области рынка, вида товара, типов потребителей, сферы рынка, области предпринимательства. 2. Формирование, продвижение и реализация туристского продукта 3. Законодательство, регулирующее банковскую и страховую деятельность. 4. Договор банковского вклада. 5. Договор банковского счета. 6. Договор страхования. 7. Договор факторинга. 8. Экспортный маркетинг. Внешнеторговые сделки: предмет, форма, содержание, ответственность сторон, прекращение. 9. Международные правила в области рекламы. 10. Формирование общественного мнения. 11. Гражданский кодекс Российской Федерации о защите чести, достоинства и деловой репутации.
Методы принятия решений в информационном маркетинге		
ПК-2.1.	Использует современные методики маркетинга, развития и управления брендом компании, современные техники и методы продаж	Задание: – найти информационные ресурсы по выбранному варианту задания; – ознакомиться с описанием, структурой и особенностями работы электронной торговой площадки; – проанализировать практику работы на электронных торговых площадках; – составить перечень мероприятий по организации работы на электронных торговых площадках на предприятии; – подготовить краткую аналитическую записку (цель, задачи работы, найденные ресурсы и их краткая характеристика, достоинства, недостатки, выводы, предложения); – подготовить сообщение (презентацию) на практическом занятии;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		– ответить на контрольные вопросы. Варианты задания. Наименование электронной торговой площадки 1. МЭРТ, выход на региональные торговые площадки 2. В2В-Энерго 3. Госзаказ Санкт-Петербурга 4. Норильский Никель Госзаказ Ленинградской области 5. Газпром 6. Площадки размещения муниципального заказа 7. Госзаказ 8. Министерства обороны 9. Госзаказ на приобретение продуктов питания 10. Госзаказ на выполнение строительных работ 11. Муниципальный заказ на транспортные услуги 12. Муниципальный заказ на страховые услуги
ПК-2.2.	Оценивает возможность перехода к клиентоориентированной модели управления, правовое обеспечение в маркетинге	Задание: – найти информационные ресурсы по выбранному варианту задания; – ознакомиться с описанием, структурой и особенностями системы; – проанализировать практику ее применения; – составить перечень мероприятий по внедрению CRM-системы на предприятии; – подготовить краткую аналитическую записку (цель, задачи работы, найденные ресурсы и их краткая характеристика, достоинства, недостатки, выводы, предложения); – подготовить сообщение (презентацию) на практическом занятии; – ответить на контрольные вопросы. Варианты задания. Наименование CRM - системы 1. Microsoft Dynamics 2. CRM 3. Sales Logix 4. Siebel 5. Sales Expert, Quick Sales 6. Monitor CRM

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		7. WinPeak CRM 8. Парус CRM 9. 1С: Управление производственным предприятием 8.0 CRM 10. Marketing Analytic 11. Terrasoft 12. CRM 13. ЛАНИТ - CRM 14. КОНСИ 15. Касатка 16. ИНЭК-Партнер
ПК-2.3.	Применяет различные варианты управленческих решений по развитию маркетинговых служб, маркетинга базы данных	Задание: – найти информационные ресурсы по выбранному варианту задания; – ознакомиться с описанием, структурой и особенностями системы; – проанализировать практику ее применения; – составить перечень мероприятий по внедрению ERP- системы на предприятии; – подготовить краткую аналитическую записку (цель, задачи работы, найденные ресурсы и их краткая характеристика, достоинства, недостатки, выводы, предложения); – подготовить сообщение (презентацию) на практическом занятии; – ответить на контрольные вопросы. Варианты задания. Наименование ERP - системы 1. Microsoft Dynamics AX 2. Oracle E-Business Suite 3. SAP ERP 4. mySAP ERP 5. Галактика 6. ERP 7. Infor ERP 8. Microsoft Dynamics NAV 9. 1С: Управление производственным предприятием 8.0 10. ERP-система ««Компас»» 11. Система Alfa

<i>Код индикатора</i>	<i>Индикатор достижения компетенции</i>	<i>Оценочные средства</i>
		12. Borlas Treasury System 13. SAP R3 14. BAAN IV 15. ERP-система «Парус»
Продвижение бренда в социальных сетях		
ПК-2.1.	Использует современные методики маркетинга, развития и управления брендом компании, современные техники и методы продаж	Темы презентаций 1. Основные понятия Интернет. Интернет как основная среда реализации систем электронной коммерции. 2. Контекстная реклама. 3. Таргетированная реклама в социальных сетях. 4. Социальные сети. 5. Обзоры на youtube каналах. 6. CPI сети. 7. Мотивированный трафик. 8. Электронная почта, общий порядок работы. Структура сообщений электронной почты, функции и свойства почтовых клиентов. 9. Поиск информации в WWW. Поисковые каталоги и поисковые указатели. 10. Основные секторы рынка электронной коммерции: «бизнес-бизнес», «бизнес-потребитель». 11. Использование мобильных 3D-приложений. 12. Основные бизнес-модели электронного рынка. 13. Интернет-торговля. Устройство и работа Интернет-магазина, организация платежей. 14. Комплексный подход к продвижению бренда в цифровой среде 15. Интернет-бренды: особенности и проблемы. 16. Требования к платежным системам. Типы электронных платежей: кредитные карты, электронные чеки, электронные деньги. 17. Новые возможности маркетинга в продвижении бренда. 18. Основные компоненты Интернет-маркетинга. 19. Особенности Интернет-рекламы. 20. Системы безопасности в интернет.
ПК-2.2.	Оценивает возможность перехода к клиентоориентированной модели управления, правовое обеспечение в маркетинге	Задания для домашней работы 1. Продвижение личного бренда в сетях интернет. Разработать предложения по продвижению собственной персоны.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		2. Продвижение торгового бренда в интернет. Представить предложения по использованию каналов сети интернет для продвижения выбранного торгового бренда. 3. Разработать программу по привлечению интернет-аудитории к социальному бренду 4. Создать лейдинг на платформе Tilda. Требования: объем текста в целом не более 5000 знаков с пробелами; обоснованное использование большого объема визуального материала; официальный стиль подачи контента. 5. Продумать концепцию вирусного ролика в сети Интернет. Прописать цель, задачи, целевую аудиторию, предполагаемые результаты. Обосновать выбор площадок социальных медиа, на которых данный ролик планируется распространять. Продумать план продвижения ролика при нулевом бюджете (лидеры общественного мнения, репосты и др.). 6. Выбрать компанию на местном рынке и продумать рекламную стратегию продвижения ее бренда с использованием медийной и контекстной рекламы. 7. Составить карту интересов для 2-х персонажей, найти базовое сообщество, проанализировать его, загрузить 4 горячих аудитории, создайте широкую аудиторию во ВКонтакте
ПК-2.3.	Применяет различные варианты управленческих решений по развитию маркетинговых служб, маркетинга базы данных	Задания для самостоятельной работы 1. Заполнить карту продукта, сформулировать УТП, заполнить карту персонажей, сделать анализ потребностей 2. Провести анализ активности, анализ контента и анализ выгод конкурентов 3. Создать аккаунт, подключить бизнес-аккаунт, проверить безопасность аккаунта по чек-листу из лекции, настроить профиль по чек-листу из лекции 4. Создать сообщество, проработать его по чек-листу из лекции, установить VKAdmin 5. Создать сообщество, настроить его по чек-листу из лекции, установить FacebookPagesManager 6. Написать по 5 идей для каждого вида контента, написать 6 инфоповодов, сделать таблицу с рубрикаторм, сделать таблицу с контент-планом, добавить ваши идеи для контента в контент-план 7. Заполнить таблицу по анализу контента конкурентов, записать все идеи из занятий по типам контента в раздел «Входящие», заполнить раздел «Конкурентный анализ» для каждого типа контента, проанализировать поисковые запросы по вашей тематике, проанализировать сервисы BuzzSumo и Pinterest 8. Написать пост на 1000-1500 символов, написать заголовок к посту по модели «Числа + Качественные прилагательные + Оценка», выбрать одну из формул и написать по ней заголовок, написать заголовков (или оффер) по формуле 4U, написать пост по модели AIDA, написать пост по модели RMPHS

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		9. Сделать обложку для сообщества вашего проекта Вконтакте и Facebook, сделать оформление для 2 постов и 2stories 10. Придумать варианты призов для вашего конкурса, определиться с механикой для своего конкурса, подготовить пост с конкурсом 11. Заполнить таблицу лестницы узнавания, проанализировать собственный рекламный профиль в Facebook и 10 разных таргетированных объявлений, создать рекламные кабинеты во ВКонтакте и MyTarget 12. Определите микро- и макроконверсии своего сайта, создать карту сайта и отметить аудитории, создать и установить пиксель Вконтакте, создать основные аудитории Вконтакте, создать аудиторию ретаргетинга Сформировать собственную библиотеку из креативов (минимум 10 идей), придумайте 10 заголовков, придумать 10 текстов, подобрать 10 изображений, создать 1 видеоролик в редакторе SUPA
Туристический маркетинг		
ПК-2.1.	Использует современные методики маркетинга, развития и управления брендом компании, современные техники и методы продаж	Вопросы 1. Комплексная оценка рынка туристских услуг. 2. Варианты охвата рынка. Ниша рынка. 3. Прогнозирование рынка. 4. Основные методы и модели прогнозирования рынка. Тема. Оказание туристских услуг в соответствии с международными и национальными стандартами 25. Стандарты туристского обслуживания. 26. Нормативные документы стандартизации услуг. 27. Профессиональные стандарты туристского обслуживания. 28. Качество и безопасность услуг в сфере туризма. Тема. Организация рекламной деятельности в индустрии туризма 29. Целевые сегменты рекламной деятельности в индустрии туризма. 30. Организация рекламной деятельности на малых предприятиях индустрии туризма. 31. Разработка плана рекламной деятельности на предприятиях индустрии туризма. 32. Выбор рекламных средств. Определение рекламной стратегии. Тема. Public Relations и Publicity в индустрии туризма 33. Технологии и методы организации Public Relations в индустрии туризма. 34. Основы Publicity в индустрии туризма.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		35. Особенности отношений с прессой в индустрии туризма. Тема. Маркетинг специфических сегментов рынка туристских услуг 36. Теоретические основы и практические методики, и технологии организации маркетинговой деятельности в специфических сегментах рынка туристских услуг. 37. Специфика работы в деловом туризме, отдыхе и рекреации, конгрессном бизнесе, поездках представителей чиновников, международном туризме, свадебных турах, турах спортивных команд, поездках инвалидов, других специфических групп потребителей. 38. Цели и система маркетинговой информации. 39. Виды информации основные требования к информационному обеспечению на рынке туристских услуг. 40. Концепция системы маркетинговой информации. 41. Зарубежные системы поддержки маркетинговых решений и проблемы российских предприятий их применения.
ПК-2.2.	Оценивает возможность перехода к клиентоориентированной модели управления, правовое обеспечение в маркетинге	Практическое задание 1. ЦЕЛЬ: изучить московский рынок туроператорских предприятий и выяснить, какой именно туристический продукт необходим современному покупателю и какие методы торговли наиболее эффективны. ЗАДАЧИ: — изучение требований рынка к товару, т.е. требований покупателей; — анализ мотивации принятия решения о покупке; — изучение экономической конъюнктуры; — анализ рыночной сегментации; — изучение типа покупателей; — изучение фирменной структуры рынка; — анализ социально-психологических особенностей покупателей; — исследование форм и методов торговой практики по данному товару на данном рынке и его сегментах; — определение емкости рынка. Практическое задание 2. ЦЕЛЬ: обеспечить процесс обслуживания и продаж в туристской индустрии с учетом требований потребителей и (или) туристов

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		ЗАДАЧИ: — изучение требований рынка к товару, т.е. требований покупателей; — анализ последовательности действий сотрудников туристской индустрии при обслуживании клиентов; — изучение конфликтных ситуаций при общении туроператоров и потребителей; — анализ отзывов потребителей о деятельности туристских компаний; — анализ причин несостоявшихся продаж; — анализ маркетинговой концепции предприятий; — создание инструкции по обеспечению процесса обслуживания потребителей и (или) туристов в туристической компании.
ПК-2.3.	Применяет различные варианты управленческих решений по развитию маркетинговых служб, маркетинга базы данных	Тест 15. К коллективным экспертным методам анализа относят 1. эмпирические и экономико-математические методы 2. интервью, метод сценариев и метод аналитических записок 3. метод комиссий, мозгового штурма, метод Дельфи 16. Корреляционный анализ данных маркетинговых исследований – это 1. статистический метод, используемый для сокращения числа переменных и их обобщения 2. статистический метод изучения степени связи между двумя переменными 3. статистический метод установления формы и изучения связей между метрической зависимой переменной и одной или несколькими независимыми переменными 17. Получение информации в точном соответствии со сформулированными требованиями, позволяющее избежать работы с ненужными данными – это 1. состоятельность данных 2. объективность данных 3. точность данных 4. релевантность данных 18. Формы проявления неэтичного поведения в отношении респондентов 1. обман; нарушение неприкосновенности личной жизни; недостаток внимания или неуважение; 2. нанесение физического или морального ущерба 3. недобросовестность; нарушение условия конфиденциальности клиента 4. нарушение конфиденциальности содержания исследования 5. завышение стоимости исследования, некорректные вопросы

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		19. Метод сплошного обследования заключается 1. в изучении всех единиц генеральной совокупности 2. в изучении всех единиц отобранной выборки 3. в изучении мнений членов экспертной группы 4. в построении специальной потребительской панели 20. В качестве генеральной совокупности могут выступать 1. рынок в целом, сегмент рынка, целевая группа субъектов 2. только эксперты 3. потребители данного товара или услуги 4. представители бизнес-среды 21. Планирование выборки – это 1. определение объекта исследования, количества и процедуры формирования группы для исследования 2. планирование потребительского сегмента 3. планирование количества респондентов для проведения исследования 4. формирование экспертной группы 22. К темам стандартных исследований не относят 1. мониторинг рекламы в прессе 2. мониторинг российского Интернета 3. поддержку принятых решений 4. аудитории средств рекламы 23. Свойства информации, означающее возможность сравнения данных за счет единства предмета исследования называется 1. полнота 2. сопоставимость 3. доступность для восприятия 4. релевантность 24. Исследование, протекающее в реальных условиях, называется 1. полевыми 2. фирменными 3. лабораторными 25. Эксперименты НЕ используют для достижения следующей цели 1. проверки влияния ряда факторов на сбыт товара или поведение потребителей

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		2. количественной оценки воздействия независимой переменной на зависимую 3. определения изменения мнений покупателей через равные промежутки времени
Банковский маркетинг		
ПК-2.1.	Использует современные методики маркетинга, развития и управления брендом компании, современные техники и методы продаж	Вопросы 1. Решения товарной политики относительно марки, сервиса, товарных ассортимента и номенклатуры банковских услуг. 2. Понятие ценовой политики банка. 3. Методы ценообразования в банке. 4. Процесс установления цены на банковские услуги, его этапы. 5. Сбытовая политика банка. 6. Системы распространения услуг банка. 7. Основной метод распространения банковских продуктов – персональная продажа. 8. Инновационные методы распространения банковских услуг. 9. Способы общения с клиентурой банка. 10. Основные направления стимулирования сбыта в деятельности банка. 11. Система мероприятий Паблик рилейшнз в маркетинговой деятельности банка. 12. Формы и средства рекламирования банковских услуг. 13. Рекламная кампания банка: этапы, планирование. 14. Этапы стратегического планирования маркетинговой деятельности банка. 15. Основные маркетинговые стратегии банков. 16. Бизнес-план в системе управления банковским маркетингом. 17. Специфика организационной структуры службы маркетинга в банке. 18. Основные решения и принципы в управлении службой маркетинга.
ПК-2.2.	Оценивает возможность перехода к клиентоориентированной модели управления, правовое обеспечение в маркетинге	Примерные практические задания Задание 5. В этом задании необходимо с точки зрения определенного или условного банка провести сегментацию рынка по выбранному банковскому продукту, выделив сегменты по клиентскому признаку (выделить целевые группы клиентов, на которые может быть ориентирован продукт). Хотя бы одну группу необходимо охарактеризовать с точки зрения количественных и качественных характеристик и описать предпочтения этой группы. Затем необходимо определить на какой сегмент (сегменты) рынка банку действительно стоит ориентироваться, где он получит наибольшую прибыль. Объем ответа на задание – 2–3 страницы.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Задание 6. Здесь необходимо разработать комплекс маркетинга для выбранного продукта по следующей схеме: <i>Товарная политика банка</i> Ассортиментная политика: – является ли продукт элементом базового или текущего ассортимента банка; – каким является ваш банк – специализированным или универсальным и как это отражается на продукте; – применяется ли в отношении вашего продукта (услуги) политика ассортиментной гибкости, т. е. можно ли его модифицировать и нужно ли это делать сейчас. Политика качества: – значение критерия качества при производстве вашего продукта; – какие критерии качества можно применять для оценки вашего продукта; – регулируется ли качество вашего продукта со стороны государства (Центрального банка, Министерства финансов, Обществ защиты прав потребителей, Комитета по стандартизации и т. д.); – применяется ли в отношении вашего продукта, политика дифференциации качества однотипных услуг в отношении разных групп клиентов; – определить, каким образом можно оценить конкурентоспособность вашего продукта. Какие факторы будут влиять на конкурентоспособность? Объемная политика: – описание направления объемной политики либо ограничение объема предложения в целях роста цены, либо наоборот. Ценовая политика банка Порядок установления цены: – какой метод ценообразования применяется при реализации на рынке вашего продукта; объяснить, почему выбрали именно его; – на основании каких факторов будет складываться цена на него; – какие затраты банка можно выделить в связи с организацией производства вашего продукта. Сбытовая политика банка Пространственный выбор: – Как располагать отделения или другие точки сбыта вашего продукта; – Требуют ли они установления тесного контакта с клиентами, как часто их приобретают; – Какие каналы сбыта вашего продукта можно применять, опишите их и объясните свой выбор.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Временной выбор: – Определите время работы точки сбыта и объясните свой выбор. Коммуникативная политика банка Методы продажи продуктов (услуг): – Какими конкурентными преимуществами банк может манипулировать при продвижении услуги на рынок. Какие методы продвижения своего продукта вы предлагаете использовать? Обоснуйте свой выбор. – Может ли применяться личная продажа при реализации вашего продукта, и какие качества при этом необходимо воспитывать (требовать) от сотрудников? – Какой будет рекламная компания вашего продукта, на что будет сделан акцент при ее проведении? – Какие методы стимулирования сбыта можно использовать при продаже вашего продукта? – Будет ли использоваться работа с общественностью для реализации вашего продукта и каким образом? Самостоятельную работу выполнить на примере банковского продукта – Вклад «.....», сумма вклада 10 000 сом, срок вклада 1 год, процентная ставка 7,25 %. Пополнение вклада и снятие части вклада не предусмотрены. Начисление процентов в конце срока вклада
ПК-2.3.	Применяет различные варианты управленческих решений по развитию маркетинговых служб, маркетинга базы данных	Тест 1. В чем заключается главная цель банковского маркетинга? 1. Увеличение прибыли; 2. Увеличение спроса; 3. Ориентация на потребителя. 2. Ниже приводятся дефиниции важнейших терминов, применяемых в банковском маркетинге. Выберите правильное определение для каждого термина из списка: 1.Маркетинг. 2.Концепция маркетинга. 3.Окружающая среда маркетинга. 4.Объекты управления службой маркетинга. 5.Стратегия маркетинга. 6.Тактика маркетинга. 7.Структура маркетинга. а) окружение, в котором банк осуществляет маркетинговую и иную хозяйственную деятельность; б) философия управления, которая способствует получению банками прибыли посредством удовлетворения потребностей клиентов путем сосредоточения внимания на долгосрочном и гибком

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		их определении сферы деловой активности, рынка, целевых групп клиентов и главных стратегических целей; в) комплексная система организации производства и сбыта в банке, ориентированная на возможно более полное удовлетворение потребностей конкретных потребителей и получение на этой основе высокой прибыли; г) выбор целей, целевых рынков, организация комплекса и руководство планом маркетинга; д) конкретные действия, выполняемые с целью эффективной реализации маркетинговой стратегии; е) конкретное сочетание элементов маркетинга для достижения поставленных задач и удовлетворения спроса целевого рынка; ж) руководство к действию на рынке, оформленное в виде генеральной программы с четко сформулированными целями, намеченными основными путями их достижения, предусмотренными необходимыми ресурсами. 3. Ниже приводятся дефиниции важнейших терминов банковского маркетинга. Выберите правильное определение для каждого термина из списка: 1. Банковский продукт. 2. Банковская операция. 3. Банковская услуга. 4. Банковский товар. а) упорядоченная совокупность действий сотрудников банка по удовлетворению потребностей клиентов, т.е. по их обслуживанию; б) результат обслуживания клиентов, т.е. выполнение разнообразных банковских операций по обслуживанию клиента; в) банковские продукты и банковские услуги; г) конкретный банковский документ (или свидетельство), который производится банком для обслуживания клиента и проведения операции. Это может быть вексель, чек, любой сертификат (инвестиционный, депозитный, сберегательный, пластиковая карточка) и т.п 4. Ниже приводятся дефиниции важнейших терминов банковского маркетинга. Выберите правильное определение для каждого термина из списка: 1.Негативный спрос. 2.Стимулирующий спрос. 3.Потребительские товары. 4.Услуги. 5.Колеблющийся спрос. 6.Демаркетинг. 7.Ремаркетинг. 8.Товары производственно-технического назначения. 9.Потенциальный спрос. 10. Поддерживающий маркетинг. а) подавляющее число клиентов на данном рынке отвергает банковский продукт независимо от его качества; б) действия, приносящие человеку полезный результат, выгоды или удовлетворение;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		в) нахождение способов временного или постоянного снижения спроса в целях ликвидации ряда отрицательных рыночных явлений; г) при отсутствии спроса в случае безразличного отношения потенциальных клиентов к предложенному банковскому продукту; д) нерегулярный спрос, который характеризует сезонные, ежедневные и даже часовые колебания спроса; е) восстановление спроса в случае его падения на основе творческого переосмысления ранее использовавшегося маркетингового подхода; ж) товары, покупаемые конечными потребителями для удовлетворения личных потребностей; з) поддержание существующего уровня спроса с учетом изменения системы предпочтений потребителей и усиления конкуренции; и) товары, приобретаемые фирмами, организациями или частными лицами для дальнейшей их переработки или использования в бизнесе; к) скрытый спрос, при котором на рынке многие потребители не удовлетворены существующими товарами, необходимо создание банковские продукты нового качественного уровня. 5. Реализуя маркетинг, банк: 1) изучает рынок; 2) проводит рекламу; 3) обеспечивает доставку необходимых банковских товаров в определенное место и в приемлемое время; 4) направляет всю деятельность на удовлетворение нужд и потребностей клиентов и потребителей. 6. Рынок банковского товара, на котором существует его постоянный дефицит и клиенту приходится прилагать дополнительные усилия на приобретение данного товара, принято считать: 1) дефицитным рынком; 2) рынком продавца; 3) рынком конкурента; 4) рынком покупателя. 7. Несмотря на наличие значительного числа определений банковского маркетинга, в каждом из них есть нечто общее, а именно: 1) приоритет производителя; 2) приоритет конкурента; 3) приоритет посредника; 4) приоритет клиента. 8. Свои интересы в получении определенной прибыли коммерческая организация, реализующая маркетинг, обеспечивает за счет: 1) увеличения числа мест продажи товаров; 2) правильной ценовой политики; 3) рекламы; 4) удовлетворения реальные потребности клиентуры

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		9. Высшее руководство коммерческого банка считает, что, осуществляя предпринимательскую деятельность, следует учитывать, во-первых, свои интересы; во-вторых, интересы потребителей банковских услуг, и, в-третьих, необходимо обеспечивать активное участие в экономические и социальные развития каждого региона и города. В данном случае предприятие, скорее всего, реализует: 1) концепцию маркетинга; 2) концепцию интенсификации коммерческих усилий; 3) концепцию совершенствования товара; 4) концепцию социально-этичного маркетинга; 5) концепцию совершенствования производства; 6) концепцию индивидуального маркетинга. 10. В чем проявляется специфика маркетинга в банковской области? 1. Он способствует коммерциализации банковской работы и обеспечивает эффективное использование денежных ресурсов, но и особенностями денежного оборота, который выступает объектом всей банковской деятельности. 2. Он должен быть нацелен на ускорение денежного оборота за счёт совершенствования и ускорения безналичных расчётов в хозяйстве. 3. Он ориентирован на анализ и удовлетворение потребностей клиентов банка (предприятий, организаций, населения) в быстром и правильном проведении расчётов, осуществляемых с поставщиками сырья и материалов, покупателям готовой продукции, рабочими и служащими, финансовой и банковской системой. 4. Он предполагает чёткую постановку целей банка, формирование путей и способов их достижения, мероприятий для реализации планов. 5. Он связывается с новыми формами расчётов, в максимальной степени учитывающими характер хозяйственной деятельности клиентов банка, особенности нахождения их партнёров, их финансовое положение и другие факторы, влияющие на скорость денежного оборота.
Управление маркетингом проекта		
ПК-2.1.	Использует современные методики маркетинга, развития и управления брендом компании, современные техники и методы продаж	Вопросы для самостоятельного изучения 1. Современная концепция и роль маркетинга в управлении проектами. 2. Использование имиджевых и репутационных технологий в управлении проектами. 3. Факторы макро- и микросреды маркетинга проекта. 4. Основные параметры и характеристики маркетинговой среды проекта и ее влияние на принятие маркетинговых решений. 5. Разработка товарной марки продукции.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		6. Особенности проведения маркетинговых исследований. 7. Маркетинговое исследование рынка. 8. Методы изучения деятельности конкурентов. 9. Разработка маркетинговой политики. 10. Выбор метода продвижения. 11. Прогнозирование в маркетинговой деятельности. 12. Процессы организации прямых продаж. 13. Маркетинговый подход к разработке нового продукта. 14. Сегменты рынка и позиционирование товара на рынке. 15. Сетевой маркетинг: сущность, значение и перспективы. 16. Товарная политика фирмы и товародвижение. 17. Информационные маркетинговые системы. Аналитические задачи Задача 2. Составление портрета целевой аудитории. Дать описание клиентов своими словами по опыту взаимодействия с ними (предполагаемому взаимодействию). Дополнить портрет по пунктам. Например, можно использовать параметры: – Пол и возраст; – География (если вариантов несколько); – Уровень дохода; – Образование; – Семейное положение; – Интересы, увлечения; – Проблемы, страхи. По результатам практикума по решению задач разработать стратегию маркетингового продвижения, подготовить презентацию, защитить на занятии.
ПК-2.2.	Оценивает возможность перехода к клиентоориентированной модели управления, правовое обеспечение в маркетинге	Примерная тематика докладов с презентацией: 1. Цепочка создания ценностей как основание современной маркетинговой стратегии 2. Маркетинг 3.0: новые отличительные черты современного маркетинга 3. Маркетинг на формирующихся рынках: основные отличия и стратегические модели 4. Оценки долгосрочных и краткосрочных эффектов маркетинговой деятельности 5. Формирование и оценка взаимоотношений в цепочке создания ценностей

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		6. Клиентоориентированная компания: этапы построения, возможные оценки 7. Взаимоотношения с поставщиками: стратегии, оценки, результаты 8. Рынок маркетинговых услуг в России. 9. Стратегический маркетинг: новые акценты и технологии 10. Современные стратегии управления брендами 11. Маркетинг в сетевой организации бизнеса 12. Новый инструментарий стратегического управления: маркетинговая составляющая 13. Маркетинговые стратегии управления поставщиками. 14. Конкурентное преимущество компании: методы выявления, пути использования в конкурентной борьбе. 15. Роль и место маркетинга в управлении российскими предприятиями 16. Управление отношениями с клиентами 17. Клиентоориентированность как источник конкурентного преимущества компании 18. Международная маркетинговая деятельность крупнейших российских предприятий 19. Стратегия управления брендом как основа маркетинговой стратегии предприятия 20. Стратегия построения успешного бренда на примере ведущих мировых компаний 21. Особенности разработки он-лайн стратегии компании 22. Особенности систем управления компаниями, развивающих различные направления бизнеса
ПК-2.3.	Применяет различные варианты управленческих решений по развитию маркетинговых служб, маркетинга базы данных	Решение кейсов Представьте, что Вы хотите наладить производство бутилированной воды, но не обладаете необходимыми для этого денежными средствами и находитесь в поиске инвестора. Вы знаете, насколько привлекателен Ваш проект, но для его запуска Вам нужно доказать это постороннему скептически настроенному человеку. Составьте краткую презентацию проекта для инвестора, содержащую не более 4 слайдов и характеризующую выпускаемый продукт и его преимущества перед аналогами, планируемую программу маркетинга, план производства и финансовый план, включающий оценку эффективности инвестиционного проекта.
Имидж территорий		
ПК-2.1.	Использует современные методики маркетинга, развития и управления брендом компании, современные техники и методы продаж	Вопросы для тестирования: 1. Что такое территориальный маркетинг? а. Это международный маркетинг, маркетинг во внешней торговле б. Это маркетинг территорий и маркетинг на территориях

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		в. Это маркетинг, присущий данной территории и базирующийся на ее специфических чертах, особенностях г. Это маркетинг в интересах территории и территориальных субъектов, осуществляемый как в ее пределах, так и за ее пределами д. Это маркетинг предприятий территории 2. Чем отличается маркетинг имиджа территории от маркетинга ее привлекательности? а. Маркетинг привлекательности популяризирует особые черты, гарантирующие преимущества соперничестве территорий б. Это одно и то же в. Маркетинг имиджа пропагандирует уже созданные преимущества территории г. Маркетинг имиджа территории требует больших усилий и затрат в сравнении с маркетингом ее привлекательности д. Маркетинг привлекательности требует анализа инвестиционных вложений 3. Каковы, основные объекты маркетинга территорий? а. Товарная политика, маркетинговые коммуникации, ценовая политика, сбыт на различных территориях б. Города, муниципальные образования в. Товары и услуги, производимые фирмами, расположенными на территории г. Страна, регионы, более локальные места д. Предприятия, организации, муниципальные образования 4. Какие аргументы использует маркетинг для характеристики уровня функционирования территорий? а. Количество приезжающих туристов и стоимостный объем оказываемых им услуг б. Потребительские характеристики жилищного фонда, коммунальных услуг, благоустройства в. Потребительские характеристики жилищного фонда, коммунальных услуг, систем благоустройства и общего образования г. Состояние и динамика благосостояния, производства, инфраструктуры д. Возможность самофинансирования территорий 5. Что позволяет делать маркетинг территории? а. Воздействовать на отношения по поводу территории, имеющихся у нее ресурсов и возможностей воспроизводства ресурсов на территории б. Определять пределы территории, в которых она может быть привлекательна для ее посетителей

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		и других заинтересованных лиц в. Устанавливать рейтинги привлекательности территории для значимых субъектов рынка г. Выявлять финансово-устойчивые территории
ПК-2.2.	Оценивает возможность перехода к клиентоориентированной модели управления, правовое обеспечение в маркетинге	Тематика рефератов: 1. Понятие маркетинга, цели маркетинговой деятельности. 2. Принципы и методы маркетинговой деятельности. 3. Основополагающие понятия маркетинга: потребность, спрос, товар, обмен, рынок. 4. Понятие территориального маркетинга. 5. Территориальный маркетинг как фактор государственного и муниципального управления. 6. Субъекты в территориальном маркетинге: их цели и интересы. 7. Целевые аудитории в территориальном маркетинге: виды и их особенности. 8. Маркетинг страны. 9. Маркетинг страны на примере России. 10. Маркетинг региона. 11. Организация маркетинга регионов. 12. Маркетинг города. 13. Маркетинг локальных мест. 14. Маркетинговая среда территории: внутренняя и внешняя. 15. Имидж как конкурентный ресурс территории. 16. Брендинг территорий. 17. Значение индексов как комплексного интегративного показателя информации. 18. Рейтинги и индикаторы как первичные данные о состоянии и тенденциях развития территории. 19. SWOT: анализ положения и перспектив территории. 20. PEST-анализ, как инструмент изучения внешней среды. 21. Роль и значение рекламы в продвижении территории. 22. Коммуникации в региональном маркетинге. 23. PR как инструмент продвижения. 24. Понятие, задачи и инструменты интернет-маркетинга в управлении продвижением территории. 25. Виды маркетинговых стратегий территории. 26. Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга. 27. Маркетинг достопримечательностей как элемент привлечения потенциальных покупателей. 28. Маркетинг инфраструктуры как условие эффективного территориального маркетинга.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		29. Маркетинг персонала как реализации территорией функции проживания. 30. План маркетинга территории как целевая программа. 31. Организация деятельности по реализации плана маркетинга территории. 32. Система позиционирования, продвижения, брендинга Московской области. 33. Международный маркетинг. 34. Маркетинг информационных услуг. 35. Инновационные аспекты регионального развития. Тематика презентаций: 1. Основные понятия маркетинга: нужда, потребность, запрос, товар, сделка, обмен, рынок. 2. Сущность маркетинга территорий и субъекты территориального маркетинга. 3. Цели, задачи, принципы, функции маркетинга, экономический смысл маркетинга территорий. 4. Состав и структура маркетинговой среды территорий. 5. Микросреда территории. 6. Макросреда территории. 7. Комплекс инструментов маркетинга территории. 8. Территориальный продукт: цена, месторасположение, продвижение. 9. Территориальные аспекты маркетинговой деятельности. 10. Субъекты маркетинга территорий. 11. Маркетинг страны. 12. Маркетинг региона. 13. Маркетинг города. 14. Маркетинг муниципального образования. 15. Способы повышения конкурентоспособности страны. 16. Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона. 17. Внедрение территориального маркетинга на уровне муниципального района, сельских и городских поселений 18. Понятие и сущность маркетинговых исследований территории. 19. Основные направления маркетинговых исследований. 20. Источники и виды маркетинговой информации. 21. Методика маркетинговых исследований. 22. Правила и процедуры маркетинговых исследований.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		23. Макросегментация в маркетинге территорий. 24. Микросегментация в маркетинге территорий. 25. Характеристика основных групп потребителей в территориальном маркетинге. 26. Потребители ресурсов и общественных благ территории. 27. Критерии выбора привлекательных рыночных сегментов в маркетинге территорий. 28. Позиционирование и дифференциация территорий. 29. Процесс выбора территории как места проживания и (или) осуществления деятельности. 30. Выбор приоритетных направлений деятельности - "портфельная стратегия". 31. Выбор направлений роста деловой активности на территории - стратегия роста. 32. Конкурентная стратегия и конкурентоспособность территории. 33. Классификация конкурентных преимуществ территории. 34. Функциональные стратегии территории. 35. Инвестиционная стратегия территории. 36. Инвестиционный климат территории.
ПК-2.3.	Применяет различные варианты управленческих решений по развитию маркетинговых служб, маркетинга базы данных	Вопросы к зачету: Тема 1. Понятия, сущность, теоретические основы маркетинга территории 1. Понятие маркетинга, цели маркетинговой деятельности. 2. Принципы и методы маркетинговой деятельности. 3. Основополагающие понятия маркетинга: потребность, спрос, товар, обмен, рынок. 4. Понятие территориального маркетинга. 5. Территориальный маркетинг как фактор государственного и муниципального управления. 6. Субъекты в территориальном маркетинге: их цели и интересы. 7. Целевые аудитории в территориальном маркетинге: виды и их особенности. 8. Маркетинговая среда территории: внутренняя и внешняя. 9. Имидж как конкурентный ресурс территории. 10. Брендинг территорий. Тема 2. Территориальный маркетинг: виды, инструменты и механизмы территориального маркетинга 1. Виды территориального маркетинга. 2. Город и маркетинговые коммуникации. 3. Позиционирование региона. 4. Атрибутивные знаки в формировании привлекательного имиджа территории.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		5. Конкурентоспособность территории: теоретические аспекты, технологии измерения и оценки. 6. Инструменты и механизмы территориального маркетинга. 7. Рейтинги и индикаторы как первичные данные о состоянии и тенденциях развития территории. 8. SWOT: анализ положения и перспектив территории. 9. PEST-анализ, как инструмент изучения внешней среды. 10. Реклама и другие коммуникации в маркетинге регионов. 11. Основные каналы продвижения территориального продукта 12. Прямой маркетинг как одно из средств продвижения территории. 13. Роль средств PR в продвижении территории. 14. Инструменты реализации имиджа территории в информационном пространстве. 15. Технологии конструирования имиджа территории. Тема 3. Маркетинговые стратегии и управление имиджем территории 1. Средства маркетинговых коммуникаций при продвижении территориального продукта. 2. Системы локализации территориального продукта. 3. Цели, механизмы сегментирования рынка в территориальном маркетинге 4. Управление имиджем территории 5. Механизмы формирования имиджа и репутации территории. 6. Маркетинг туризма в системе маркетинга достопримечательностей. 7. Виды маркетинговых стратегий территории. 8. Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга. 9. Маркетинг достопримечательностей как элемент привлечения потенциальных потребителей. 10. Маркетинг инфраструктуры как условие эффективного территориального маркетинга. 11. Выбор стратегии по территориальным факторам и условия ее реализации. 12. Управление имиджем территории. 13. Факторы, определяющие имидж территории. Тема 4. Маркетинг страны, региона, города 1. Имидж и символика страны. 2. Формирование имиджа государства. 3. Страны и бренды. 4. Конкурентоспособность страны: сущность, технологии измерения и оценки.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		5. Задачи повышения конкурентоспособности страны. 6. Особенности спроса и поведения потребителей в разных странах. 7. Общие принципы анализа поведения потребителей. 8. Факторы, определяющие поведение потребителей в территориальном маркетинге. 9. Сценарии, приоритеты и варианты выбора в маркетинге страны. 10. Примеры формирования имиджа стран мира. 11. Маркетинг страны. 12. Маркетинг региона. 13. Маркетинг города. Тема 5. Внедрение территориального маркетинга, опыт применения маркетинга территорий в системе государственного и муниципального управления 1. Опыт применения комплекса маркетинга территории в мировой и отечественной практике деятельности органов государственной и местной власти. 2. Основные направления деятельности органов государственной и муниципальной власти в системе маркетинга инфраструктуры. 3. Характеристика этапов внедрения территориального маркетинга. 4. Задачи и ожидаемый результат для отдельных этапов маркетинга территории. 5. Примеры программ, которые могут быть разработаны в рамках плана маркетинга территорий. 6. Организационные структуры управления территориальным маркетингом. 7. Маркетинговый анализ функционирования городского социального объекта. 8. Опыт российских городов-пионеров, применяющих маркетинговый подход в управлении территорией: успешный и неуспешный. 9. Опыт использования территориального маркетинга на примере конкретного города. Тема 6. Сегментирование рынка и позиционирование территории 1. Экономическое содержание терминов "сегментирование" и "позиционирование" территории. 2. Специфика разработки стратегии позиционирования. 3. Основные цели, принципы и основные направления позиционирования с включением инструментов маркетинга.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Тема 7. Брэндинг территорий 1. Понятие "региональный бренд". 2. Известные Вам бренды городов и их маркетинговая характеристика. 3. Признаки и методы создания локальных брендов. 4. Этапы разработки территориальных брендов. Тема 8. Финансово-экономическое обеспечение логистической системы территориального маркетинга 1. Четыре основных источника инвестиций в логистическую систему предприятия, а также их особенности и влияние на экономические показатели предприятия. 2. Логистическая компания и ее услуги она оказывает. 3. Механизмы логистических функций предприятий логистической компании. Тема 9. Маркетинговые коммуникации в продвижении территории 1. Сущность коммуникации. 2. Цели коммуникации и задачи. 3. Средства интеграции организации с внешней средой. 4. Обращение как основное средство процесса коммуникаций. Тема 10. Инвестиционный маркетинг территории в условиях интеграционных процессов 1. Инвестиционный маркетинг. 2. Приоритетные направления исследований при выборе рынка. 3. Механизмы оценки конъюнктуры и емкости рынка. 4. Суть исследований конкурентов рынка. 5. Механизм управления инвестициями в маркетинге территорий.
Территориальный маркетинг		
ПК-2.1.	Использует современные методики маркетинга, развития и управления брендом компании, современные техники и методы продаж	Вопросы для тестирования: 1. Что такое территориальный маркетинг? а. Это международный маркетинг, маркетинг во внешней торговле б. Это маркетинг территорий и маркетинг на территориях в. Это маркетинг, присущий данной территории и базирующийся на ее специфических чертах, особенностях г. Это маркетинг в интересах территории и территориальных субъектов, осуществляемый как в ее

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		пределах, так и за ее пределами д. Это маркетинг предприятий территории 2. Чем отличается маркетинг имиджа территории от маркетинга ее привлекательности? а. Маркетинг привлекательности популяризирует особые черты, гарантирующие преимущества в соперничестве территорий б. Это одно и то же в. Маркетинг имиджа пропагандирует уже созданные преимущества территории г. Маркетинг имиджа территории требует больших усилий и затрат в сравнении с маркетингом ее привлекательности д. Маркетинг привлекательности требует анализа инвестиционных вложений 3. Каковы, основные объекты маркетинга территорий? а. Товарная политика, маркетинговые коммуникации, ценовая политика, сбыт на различных территориях б. Города, муниципальные образования в. Товары и услуги, производимые фирмами, расположенными на территории г. Страна, регионы, более локальные места д. Предприятия, организации, муниципальные образования 4. Какие аргументы использует маркетинг для характеристики уровня функционирования территорий? а. Количество приезжающих туристов и стоимостный объем оказываемых им услуг б. Потребительские характеристики жилищного фонда, коммунальных услуг, благоустройства в. Потребительские характеристики жилищного фонда, коммунальных услуг, систем благоустройства и общего образования г. Состояние и динамика благосостояния, производства, инфраструктуры е. Возможность самофинансирования территорий 5. Что позволяет делать маркетинг территории? а. Воздействовать на отношения по поводу территории, имеющихся у нее ресурсов и возможностей воспроизводства ресурсов на территории б. Определять пределы территории, в которых она может быть привлекательна для ее посетителей и других заинтересованных лиц в. Устанавливать рейтинги привлекательности территории для значимых субъектов рынка Выявлять финансово-устойчивые территории

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ПК-2.2.	Оценивает возможность перехода к клиентоориентированной модели управления, правовое обеспечение в маркетинге	Тематика рефератов: 1. Понятие маркетинга, цели маркетинговой деятельности. 2. Принципы и методы маркетинговой деятельности. 3. Основополагающие понятия маркетинга: потребность, спрос, товар, обмен, рынок. 4. Понятие территориального маркетинга. 5. Территориальный маркетинг как фактор государственного и муниципального управления. 6. Субъекты в территориальном маркетинге: их цели и интересы. 7. Целевые аудитории в территориальном маркетинге: виды и их особенности. 8. Маркетинг страны. 9. Маркетинг страны на примере России. 10. Маркетинг региона. 11. Организация маркетинга регионов. 12. Маркетинг города. 13. Маркетинг локальных мест. 14. Маркетинговая среда территории: внутренняя и внешняя. 15. Имидж как конкурентный ресурс территории. 16. Брендинг территорий. 17. Значение индексов как комплексного интегративного показателя информации. 18. Рейтинги и индикаторы как первичные данные о состоянии и тенденциях развития территории. 19. SWOT: анализ положения и перспектив территории. 20. PEST-анализ, как инструмент изучения внешней среды. 21. Роль и значение рекламы в продвижении территории. 22. Коммуникации в региональном маркетинге. 23. PR как инструмент продвижения. 24. Понятие, задачи и инструменты интернет-маркетинга в управлении продвижением территории. 25. Виды маркетинговых стратегий территории. 26. Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга. 27. Маркетинг достопримечательностей как элемент привлечения потенциальных покупателей. 28. Маркетинг инфраструктуры как условие эффективного территориального маркетинга. 29. Маркетинг персонала как реализации территорией функции проживания. 30. План маркетинга территории как целевая программа.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		31. Организация деятельности по реализации плана маркетинга территории. 32. Система позиционирования, продвижения, брендинга Московской области. 33. Международный маркетинг. 34. Маркетинг информационных услуг. 35. Инновационные аспекты регионального развития
ПК-2.3.	Применяет различные варианты управленческих решений по развитию маркетинговых служб, маркетинга базы данных	Тематика презентацией: 1. Основные понятия маркетинга: нужда, потребность, запрос, товар, сделка, обмен, рынок. 2. Сущность маркетинга территорий и субъекты территориального маркетинга. 3. Цели, задачи, принципы, функции маркетинга, экономический смысл маркетинга территорий. 4. Состав и структура маркетинговой среды территории. 5. Микросреда территории. 6. Макросреда территории. 7. Комплекс инструментов маркетинга территории. 8. Территориальный продукт: цена, месторасположение, продвижение. 9. Территориальные аспекты маркетинговой деятельности. 10. Субъекты маркетинга территорий. 11. Маркетинг страны. 12. Маркетинг региона. 13. Маркетинг города. 14. Маркетинг муниципального образования. 15. Способы повышения конкурентоспособности страны. 16. Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона. 17. Внедрение территориального маркетинга на уровне муниципального района, сельских и городских поселений 18. Понятие и сущность маркетинговых исследований территории. 19. Основные направления маркетинговых исследований. 20. Источники и виды маркетинговой информации. 21. Методика маркетинговых исследований. 22. Правила и процедуры маркетинговых исследований. 23. Макросегментация в маркетинге территорий. 24. Микросегментация в маркетинге территорий.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		25. Характеристика основных групп потребителей в территориальном маркетинге. 26. Потребители ресурсов и общественных благ территории. 27. Критерии выбора привлекательных рыночных сегментов в маркетинге территорий. 28. Позиционирование и дифференциация территории. 29. Процесс выбора территории как места проживания и (или) осуществления деятельности. 30. Выбор приоритетных направлений деятельности - "портфельная стратегия". 31. Выбор направлений роста деловой активности на территории - стратегия роста. 32. Конкурентная стратегия и конкурентоспособность территории. 33. Классификация конкурентных преимуществ территории. 34. Функциональные стратегии территории. 35. Инвестиционная стратегия территории. 36. Инвестиционный климат территории.
Производственная-технологическая (проектно-технологическая) практика		
ПК-2.1.	Использует современные методики маркетинга, развития и управления брендом компании, современные техники и методы продаж	Типовые вопросы и задания для защиты отчета по практике: 3. Открытый вопрос на проверку готовности к коммуникации в устной форме и способности оперировать специальной терминологией 3.1. Опишите особенности, этапы, процедуру и технологию бюджетного процесса 3.2. Охарактеризуйте ключевые финансово-экономические и социально-экономические показатели 3.3. Назовите и охарактеризуйте особенности финансовых взаимоотношений организаций и органов государственной и муниципальной власти (в соответствии с местом прохождения практики) 4. Открытый вопрос на оценку способности к анализу, планированию и организации профессиональной деятельности 4.1. Какой метод планирования (в том числе финансового планирования) используется организациями и (или) органами государственной и муниципальной власти (в соответствии с местом прохождения практики) 4.2. Обозначьте иерархию целей и задач организации, являющейся местом прохождения практики, перечислите финансовые цели и задачи 4.3. Обозначьте основные методологические принципы анализа и планирования социально-экономических и финансовых показателей 5. Комплексный вопрос, содержащий исходные данные для оценки аналитических способностей, способности к диагностике и решению проблем, связанный с выполнением профессиональных задач. 5.1. Назовите индикаторы социально-экономических и финансовых проблем на макро-(микро) уров-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		не 5.2.Обоснуйте выбор методов диагностики информации экономического плана для обоснования решений по управлению общественными финансами 5.3.С использованием данных отечественной и зарубежной статистики о социально- экономических процессах и явлениях, выявите тенденции изменения социально-экономических показателей 5.4.Обозначьте показатели, приведите алгоритм расчета для оценки эффективности финансовой политики на макро-(микро) уровне
ПК-2.2.	Оценивает возможность перехода к клиентоориентированной модели управления, правовое обеспечение в маркетинге	Задания для практики: 20. Создание и редактирование информационных ресурсов, подготовка обзоров, отчетов и публикаций. 21. Поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации в экономике, управлении и ИКТ 22. Исследование и анализ рынка инноваций, ИС и ИКТ. 23. Исследование и анализ спроса и поведения потребителей в сети интернет 24. Анализ архитектуры предприятия. 25. Анализ и оценка применения ИС и ИКТ для управления бизнесом 26. Исследование и анализ рынка инноваций, ИС и ИКТ 27. Разработка стратегии продвижения в сети интернет. 28. Планирование работ по реализации стратегии продвижения в сети интернет. 29. Согласование с заказчиком сроков и бюджетов кампании по продвижению в сети интернет 30. Управление электронным предприятием и подразделениями электронного бизнеса несетевых компаний. 31. Управление ИТ-сервисами и контентом информационных ресурсов предприятия. 32. Разработка ИТ-сервисов предприятия и интернет-ресурсов. 33. Оценка объектов интеллектуальной собственности. 34. Исследование рынка патентных разработок 35. Защита прав на интеллектуальную собственность 36. Планирование и организация работы малых проектно-внедренческих групп. Разработка проектной документации на выполнение работ по совершенствованию и регламентацию стратегии и целей, бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры предприятия. 37. Планирование этапов проекта в соответствии с заданием. организация процесса исполнения работ проекта. 38. Организация процесса исполнения работ проекта. 39. Разработка проектов совершенствования бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры предприятия.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ПК-2.3.	Применяет различные варианты управленческих решений по развитию маркетинговых служб, маркетинга базы данных	Контрольные вопросы Дайте характеристику и назовите правовые основы деятельности объекта практики; Назовите основные элементы системы управления объекта практики; Обоснуйте выбор направления исследования; Охарактеризуйте этапы организации научного исследования в рамках выбранного направления; Перечислите и представьте используемые для подготовки отчета теоретические и эмпирические материалы; Перечислите практические управленческие проблемы в рамках выбранного направления исследования. Перечислите и представьте собранный фактический (эмпирический, статистический, производственный) материал по теме выпускной квалификационной работы. Расскажите, какие навыки прогностической, проектной и экспертной деятельности приобретены в ходе практики; Перечислите методы исследования, которые применялись в ходе практики и подготовки отчета.
Производственная –преддипломная практика		
ПК-2.1.	Использует современные методики маркетинга, развития и управления брендом компании, современные техники и методы продаж	В ходе выполнения общего задания обучающемуся надлежит изучить следующие вопросы: — общая характеристика места прохождения преддипломной практики: специализация организации (предприятия) и подразделения; тип организации (тип производства), назначение и характер продукции (услуг, товаров); — характеристика основных направлений деятельности организации (предприятия), перспективы развития; — доля рынка (по товарам и рынкам, сегментам рынка) и конкурентная позиция компании, анализ конъюнктуры рынка, динамики и тенденций развития; — анализ основных экономических показателей деятельности организации (предприятия); — организационная структура предприятия, структура маркетинговой службы; — рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия и решению маркетинговой проблемы; материалы необходимые для написания выпускной квалификационной работы, их анализ и соответствующие расчеты.
ПК-2.2.	Оценивает возможность перехода к клиентоориентированной модели управления, правовое обеспечение в маркетинге	Индивидуальное задание (примеры) Продажи (объем и структура по товарам и рынкам). Доля рынка (по товарам и рынкам, сегментам рынка). Лояльность и число клиентов (покупателей), динамика их количественного роста или сокращения, число недовольных клиентов, жалобы и рекламации. Организационная структура маркетинга. Планирование и контроль маркетинговой деятельности. Коли-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		чество и характеристика проведенных маркетинговых исследований (самостоятельно или по заказам).
ПК-2.3.	Применяет различные варианты управленческих решений по развитию маркетинговых служб, маркетинга базы данных	Примерная тематика научно-аналитических исследований в период проведения преддипломной практики. Концепция маркетинга и ее развитие. 1. Анализ тенденций развития маркетинга в условиях российского рынка. 2. Стратегический маркетинг (создание потребительской ценности и акционерной стоимости компании). 3. Маркетинг и современные информационные технологии. 4. Тенденции и перспективы развития электронной коммерции в России. 5. Интернет-маркетинг. 6. Развитие маркетинга партнерских отношений. 7. Опыт разработки маркетинговых стратегий транснациональных компаний. 8. Региональный (территориальный) маркетинг. 9. Особенности маркетинга партнерских отношений. 10. Некоммерческий маркетинг. Поведение потребителей. 4. Коммуникативное поведение потребителей. 5. Разработка программы лояльности потребителей. 6. Формирование потребительских предпочтений. Управление маркетингом. 1. Организация маркетинга на предприятии. 2. Маркетинговое планирование на предприятии. 3. Портфельный анализ и развитие структуры деятельности компании. 4. Анализ направлений роста предприятия (товар/рынок). 5. Критические факторы успеха и формирование конкурентных преимуществ. 6. Определение целей и формирование маркетинговой стратегии. 7. Оценка привлекательности и выбор целевых рынков для компании. 8. Стратегии освоения новых рынков. 9. Процесс сегментации и позиционирования. 10. Разработка бюджета маркетинга.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		11. Аудит маркетинга. 12. Финансовое обоснование маркетинговых решений. 13. Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия. Продвижение товаров и услуг. 1. Интегрированные маркетинговые коммуникации. 2. Маркетинговое обоснование рекламной компании. 3. Обоснование стратегий продвижения продукции на рынок. 4. Исследование коммуникативных возможностей комплекса маркетинга. 5. Организация взаимодействия предприятия и рекламного агентства. 6. Оценка экономической и коммуникативной эффективности рекламы. 7. Организации и эффективность персональных (личных) продаж. 8. Организация выставочной деятельности и оценка ее эффективности. 9. Обоснование, выбор форм и методов стимулирования продаж (сбыта). 10. Организация и анализ форм продвижения продукции посредством Internet. 11. Разработка программ лояльности. 12. Разработка программ партнерских отношений. Международная деятельность. 3. Стратегии выхода компании на международные рынки. 4. Исследование страновых и культурных различий в программах международного маркетинга. Маркетинговые исследования и консалтинг. 1. Проведение качественных исследований (по конкретным видам товаров и услуг). 2. Проведение количественных исследований (по конкретным товарам и услугам). 3. Применение статистических методов и моделей обработки результатов выборочных исследований. 4. Исследования. 5. Исследование предпочтений, лояльности и удовлетворенности потребителей. 6. Анализ состояния, оценка емкости и тенденции развития товарных рынков. 7. Проведение тестирования новой продукции. 8. Разработка системы маркетинговой информации предприятия. 9. Организация и методы сбора маркетинговой информации в Internet.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Консалтинговая деятельность в сфере маркетинга.
ПК-3 Способен применять методы цифрового анализа и маркетинга		
Директ-маркетинг		
ПК-3.1	Владеет широким набором офисных компьютерных программ, а также приложениями и интернет-сервисами маркетингового назначения	Ситуационные задачи Выберите сайт в Интернет, который вы можете считать успешным (эффективным). Проведите пользовательский анализ сайта по следующим критериям. 1. Определить формат сайта и тип его содержимого, количество страниц сайта. 2. Выявить ключевую цель сайта как инструмента бизнес-проекта (с точки зрения владельца сайта) 3. Описать ключевые гипотезы о том, для чего предназначен сайт с точки зрения пользователя. Необходимо описать 2-3 гипотезы. 4. Проверить на сайте установленные гипотезы 5. Описать целевую аудиторию сайта в зависимости от тех пользовательских задач, которые решает сайт для каждой группы. Можно обозначить группы пользователей по отношению к продукту компании, представляющей сайт, или по отношению к содержимому самого сайта. 6. Выявить функции сайта, которые должны быть отражены для решения пользовательских задач каждой группы целевой аудитории
ПК-3.2	Применяет принципы поисковой оптимизации, работает с контекстной рекламой, видеорекламой, email-маркетингом, медийной рекламой и ретаргетингом	Практические задания к теме 2 1. Провести анализ базы данных (используя метод по выбору обучающегося) для конкретной директ – маркетинговой кампании (согласно кейсу). 2. Разработать параметры базы данных для конкретной ситуации (согласно кейсу), определить источники получения информации. Практическое задание к теме 3 1. Анализ директ – маркетинговых компаний (согласно кейсу). 2. Расчет экономической эффективности рекламного обращения методом «директ – мейл». Практические задания к теме 5 1. Разработка директ – мейл – пакета (по кейсу). 2. Анализ использования приемов директ – маркетинга в телемаркетинге (канал телевидения по выбору обучающегося). Предлагается проанализировать реальную ситуацию, разобраться в сути проблемы, оценить имеющийся выбор решения ситуации, предложить свое решение конкретной ситуации. Практические задания к теме 6 1. Применить алгоритм работы с негативным откликом для конкретной ситуации (по кейсу). Практические задания к теме 8

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		1. Разработка программы контактов с клиентами (по кейсу). 2. Разработка стратегии связи с потребителями (по кейсу).
ПК-3.3	Осуществляет Медиа-планирование рекламных кампаний, создаёт различные рекламные сообщения для разных медиа каналов самостоятельно или с привлечением специализированных компаний	Вопросы для обсуждения на семинарских занятиях 1. Понятие и сущность прямого маркетинга. 2. Факторы, обуславливающие рост директ-маркетинга. 3. Сравнительная характеристика директ-маркетинга и массового маркетинга. 4. Преимущества прямого маркетинга. 5. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду. 6. Тенденции развития прямого маркетинга. 7. Понятие и виды баз данных. 8. Источники информации для формирования баз данных. 9. Оценка клиента с помощью баз данных. 10. Сегментация и изучение рынка с помощью баз данных. 11. Понятие и виды директ-маркетинговой компании. 12. Характеристика видов директ-маркетинговой компании. 13. Место директ-маркетинговой компании в интегрированных маркетинговых коммуникациях предприятия. 14. Факторы, влияющие на формирование предложения. 15. Разработка уникальных предложений. 16. Продвижение предложения. 17. Алгоритм поступления и обработки отклика. 18. Характеристика видов почтовой рассылки. 19. Использование каталога в директ – маркетинге. Способы оптимизации работы с ним. 20. Виды рекламы, предполагающей прямой ответ заказчиком. 21. Понятие и сферы применения телемаркетинга. 22. Интернет и его значение для директ - маркетинга. 23. Использование текстовых сообщений как канала директ – маркетинга. 24. Характеристика причин негативного отклика на директ – маркетинг. 25. Алгоритм работы с негативным откликом. 26. Понятие, значение и цели управления отношениями с клиентами. 27. Применение систем управления отношениями с клиентами. 28. Методы директ – маркетинга для укрепления связей с клиентами.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		29. Электронное управление отношениями с клиентами.
ПК-3.4	Осуществляет анализ данных, собранных с помощью CRM, осуществляет экспертизу специфических маркетинговых каналов, использует технологии Big Data	Вопросы к зачету 1. Понятие и сущность прямого маркетинга. Тенденции развития прямого маркетинга. 2. Преимущества прямого маркетинга. Сравнительная характеристика директ-маркетинга и массового маркетинга. 3. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду. 4. Цели и задачи прямого маркетинга. 5. Создание потребительской лояльности с помощью инструментов директ-маркетинга. 6. Понятие «база данных», значение. Источники информации для формирования баз данных. 7. Оценка клиента с помощью баз данных. Измерение ценности потребителя: совокупная ценность клиента, давность и частотность покупок, денежная стоимость покупок. 8. Сегментация и изучение рынка с помощью баз данных. 9. Аренда адресов рассылки: преимущества и недостатки. 10. Методы анализа клиентов. 11. RFVR и FRAT методы анализа информации. 12. Типы списков рассылки. Принципы отбора списков рассылки. 13. Факторы, влияющие на формирование предложения. Разработка уникальных предложений. 14. Выбор каналов отклика. Стимулирование отклика. 15. Личная продажа как канал директ-маркетинга.
Таргетированная реклама		
ПК-3.1	Владеет широким набором офисных компьютерных программ, а также приложениями и интернет-сервисами маркетингового назначения	Перечень примерных вопросов для подготовки к экзамену: 1. Новые медиа: понятие, примеры, история становления. 2. Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации. 3. Основные тенденции современной системы СМИ. Актуальность новых медиа. 4. Ключевые признаки системы новых медиа: конвергенция, дигитализация, интерактивность, принадлежность данных медиаресурсов к сетевому пространству. 5. Представление о процессах конвергенции и дигитализации в современном медиапространстве. 6. Сущность понятия «конвергенция» Конвергенция как свойство новых медиа: ее виды. 7. Этапы процесса конвергенции. 8. Организация работы редакции конвергентного СМИ. 9. Конвергенция основных видов и типов медиа в интернет-пространстве: интернет-телевидение, ин-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		тернет-радиовещание и т.п. 10. Отличие социальных медиа от традиционных медиа (социальная среда, диалоговая форма, множественность авторов-генераторов контента). 11. Содержание и принципы социальных медиа. 12. Пользовательский контент (UGC – user-generated content). 13. Формы социальных медиа 14. Российская аудитория социальных сетей, ключевые модели поведения целевой аудитории, возможности таргетинга и работа с аудиториями. 15. Аналитика размещений в социальных сетях, Google Analytics, Яндекс.Метрике, Топ Мэйле. 16. Анализ целевой аудитории. 17. Понятие таргетинга, виды таргетингов. 18. Понятие ретаргетинга, базовые принципы ретаргетинга. 19. Собственные аудитории: посетители сайта, аудитории из CRM, «look-a-like», аудитории сообществ. 20. Креатив и копирайтинг в интернет-рекламе 21. Подход к созданию графического контента, поиск и подбор иллюстраций, написание объявлений. 22. Прогнозирование показателей рекламного кабинета. 23. Создание медиаплана. 24. Социальные сети и возможности рекламы в социальных сетях. 25. Создание графического контента и копирайтинг для рекламных кампаний. 26. Особенности продвижения тизеров и записей для разных тематик бизнеса. 27. Таргетированная реклама «ВКонтакте»: тренды, форматы, таргетинги. 28. Возможности, стратегии и секреты продвижения в myTarget. 29. Настройка Top Mail, ремаркетинга и персональных аудиторий. 30. Особенности продвижения в MyTarget для разных тематик бизнеса. 31. Создание кампаний в Facebook & Instagram. 32. Особенности рекламы в мобильных и b2b-социальных сетях, планирование и прогнозирование показателей, продвижение мобильных приложений. 33. Создание и оптимизация кампаний в рекламных кабинетах.
ПК-3.2	Применяет принципы поисковой оптимизации, работает с контекстной рекламой, видеорекламой, email-маркетингом, медийной рекламой и ретаргетингом	Примерные тестовые задания: 1. С помощью каких таргетингов в рекламе обеспечивается совпадение тематики объявления предметом интереса пользователя в момент показа объявления? а) поискового;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		б) по участию в тематических группах социальных сетей; в) демографического; г) тематического. 2. 2. Социальными медиа НЕ являются: а) блоги; б) мессенджеры; в) сайт спортивных новостей; г) автомобильные форумы. 3. Таковыми особенностями, как возможность накапливать аудиторию, возможность размещать любую информацию, редактировать и удалять контент, обладают: а) owned media; б) earned media; в) paid media; г) free media. 4. Какую тему для сообщества выбрать, если вы продвигаете стиральный порошок? а) сам продукт - отличная тема для общения, нам нужно больше говорить о бренде; б) выберу смежную тему, например – сообщества чистой одежды; в) тема не имеет значения; г) отвлеченная тема: образование детей. 5. Для чего требуется визуальное оформление сообщества? а) замотивировать посетителя присоединиться к группе; б) рассказать о новостях компании; в) вызывать доверие посетителей сообщества; г) привлекать внимание при появлении в новостной ленте пользователя. 6. «Сегодня день знаний. В это году в школы отправилось 7503000 первоклассников. Если были с утра в школе - ставьте лайк!» Как называется прием, который был использован в последнем предложении поста? а) деформация; б) призыв к действию; в) кантонизация; г) актуализация. 7. Что не увеличивает интерес пользователя к контенту и увеличение социальных действий (like, comment, share)?

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		а) актуальность; б) яркий визуальный контент; в) призыв к действию; г) реклама. 8. Каковы ключевые показатели оценки при выборе лидеров мнения? а) количество подписчиков; б) среднее вовлечение на контент; в) количество публикаций в неделю; г) количество постов в год. 9. Как отличить таргетированную рекламную запись от других постов в ленте? а) рекламная запись выделяется специальным фоном; б) пометка располагается под записью; в) пользователь может понять, что запись рекламная только если увидит пост от группы, на которую не подписан; г) пометка располагается на месте времени публикации записи. 10. Какие виды стены в сообществе VK бывают? а) ограниченная, закрытая, открытая; б) открытая и закрытая; в) ограниченная, частная, открытая, закрытая; г) открытая и ограниченная.
ПК-3.3	Осуществляет Медиа-планирование рекламных кампаний, создаёт различные рекламные сообщения для разных медиа каналов самостоятельно или с привлечением специализированных компаний	Перечень практических заданий: - Опишите конвергенцию основных видов и типов медиа в интернет-пространстве: интернет-телевидение, интернет-радиовещание и т.п. Приведите примеры. - Разработайте стратегию присутствия компании в социальных медиа по плану: - Описание Вашего проекта и Уникального торгового предложения. Дайте краткое описание идеи проекта и в чем Ваши преимущества по сравнению с конкурентами. - Анализ собственной аудитории. Для этого требуется наличие систем веб аналитики на Вашем сайте. Если у Вас их нет, то данный пункт заполняется с помощью статистики из соц.сетей (кроме интересов). - Анализ конкурентов. С помощью сервиса similarweb.com посмотреть откуда конкуренты получают трафик (может быть ситуация, что конкуренты слишком малы и не попали в базу. Если данных нет, то пропускаем данный сервис). Рекомендация: не обязательно смотреть только своих прямых или региональных конкурентов. Можно взять смежных или федеральных конкурентов и посмотреть от-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		куда они получают трафик. На основании всех данных сделать выводы: какой контент больше всего создает взаимодействие с аудиторией внутри вашего сообщества, какой контент больше всего создает взаимодействие с аудиторией конкурентов (желательно минимум посмотреть двух конкурентов). 6. Проведите сравнение основных программ по парсингу пользователей социальных сетей. Результат анализа нужно представить в форме таблицы. 7. Разработайте рекламную кампанию для интернет-магазина декоративной косметики www.nuxcosmetic.ru/ в социальной сети ВКонтакте и Одноклассники: предложите плейсмент рекламы, выберите типы таргетинга, подберите условия для парсинга, разработайте текст рекламного объявления (изображение), выберите стратегию и основные настройки показа. Спрогнозируйте CTR и бюджет рекламной кампании. 8. Задание. Проанализируйте рекламные тизеры для ТГБ-блока ВКонтакте. Какие недостатки и/или достоинства в графике, содержании, подаче рекламного сообщения вы нашли? 9. Разработайте рекламную кампанию для интернет-магазина декоративной косметики www.nuxcosmetic.ru/ в социальной сети Facebook, Instagram: предложите плейсмент рекламы, выберите типы таргетинга, подберите условия для парсинга, разработайте текст рекламного объявления (изображение), выберите стратегию и основные настройки показа. 10. Спрогнозируйте CTR и бюджет рекламной кампании
ПК-3.4	Осуществляет анализ данных, собранных с помощью CRM, осуществляет экспертизу специфических маркетинговых каналов, использует технологии Big Data	Тематика рефератов: 1. Ключевые признаки новых медиа и их отличия от традиционных медиа. 2. Основные тенденции развития Интернета. 3. Отличия между понятиями «новые медиа», «социальные медиа» и «цифровые медиа». 4. Эволюция Интернета. Принципы организации Web 2.0 и отличия от Web 1.0. 5. Механизмы сотрудничества пользователей: краудсорсинг, краудфандинг. 6. Черты современной сетевой социальности и «социальности с объектами». 7. Появление сетевых медиа. 8. Конвергентная редакция. Организация текста в Интернете. 9. Организационно-правовой статус интернет-ресурсов. 10. Соотношение гражданской и профессиональной журналистики. 11. Блогерство как массовое явление. Влияние блогерства на социальную коммуникацию имасс-медиа. 12. Трансформация публичного и приватного пространства в Сети. 13. Просьюмеризм и движение открытого кода.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		14. Цифровое неравенство (географическое, социальное, политическое). 15. Использование новых медиа в политических кампаниях. 16. Электронное правительство. 17. Интернет как публичное пространство. Медиа-активизм в новых медиа. 18. Использование новых медиа в рекламных и PR-кампаниях. 19. Маркетинг в эпоху Web 2.0, его возможности и ограничения. 20. Экономика внимания и участия. Просьюмеризм и геймификация. 21. Структура управления Интернетом. Основные документы по регулированию Интернета в мире. 22. Интеллектуальная собственность в Сети. Новые виды лицензий. 23. Хакерство и безопасность в Сети. 24. Этическое регулирование пользовательского контента. 25. Проблемы законодательного регулирования интернет среды: анализ основных тенденций.
Интернет-маркетинг		
ПК-3.1	Владеет широким набором офисных компьютерных программ, а также приложениями и интернет-сервисами маркетингового назначения	Примерные вопросы к экзамену: 1. E-mail маркетинг. Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем. 2. Стратегия сегментации в E-mail маркетинге. Экономическая эффективность массовых рассылок 3. Тенденции современного E-mail маркетинга. 4. Модели поведения посетителей сайтов 5. Лидогенерация как бизнес-процесс. Преимущества, основные понятия. 6. Методы лидогенерации. Факторы успеха лидогенерации. 7. Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет 8. электронный кошелек: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька) 9. Лэндинг. Методы и факторы успеха. 10. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C). 11. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки. 12. Понятие электронного бизнеса. Преимущества электронного бизнеса. Причины перехода в кибер-пространство. 13. Создание и регистрация сайта. 14. Разработка SEO -friendly сайта. 15. Виды интернет-рекламы.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		16. Сервисы контекстной рекламы. Анализ эффективности контекстной рекламы. 17. Медиапланирование в Интернет. Критерии выбора рекламных носителей 18. Оценка эффективности рекламной кампании. 19. SMM. Методы и стратегии. 20. Сравнительная характеристика социальных сетей в Рунете. Особенности продвижения социальных сетях. 21. PR в интернет. 22. Модели электронного бизнеса и их характеристика. 23. Сущность и функции браузера. Сравнение популярных браузеров. 24. Требования к Интернет-магазину. Обработка заказа. Управление магазином. 25. Партнерский маркетинг. Партнерские программы, виды, поиск, управление 26. SEO. Алгоритм работы поисковой системы. Основные понятия. 27. Внутренняя оптимизация сайта. 28. Службы Интернет и их характеристика 29. Спам. Программа дисциплины "Интернет-маркетинг"; 38.03.02 Менеджмент; доцент, к.н. (доцент) Новикова Е.Н. Регистрационный номер 949931517. Страница 9 из 11. 30. Интернет-магазин. Обработка заказа. Управление магазином. 31. Развитие сферы услуг в Интернет.
ПК-3.2	Применяет принципы поисковой оптимизации, работает с контекстной рекламой, видеорекламой, email-маркетингом, медийной рекламой и ретаргетингом	Практические задания: 1. Сервисы и ресурсы интернет 2. Сущность и инструменты интернет-маркетинга. 3. Требования к интернет-маркетологу 4. Развитие интернет-маркетинга в России. Портрет интернет-аудитории 5. Специфика функций маркетинга в Интернет 6. Разработать стратегию лидогенерации 7. Определить критерии квалификации лида 8. Сформировать воронку продаж 9. Выбрать методы лидогенерации 10. Зарегистрироваться в системе Wix.com. 11. Разработать контент для серии писем по продвижению товара или услуги. Организовать рассылку. 12. Зарегистрироваться в системе Wix.com. 13. Разработать контент для серии писем по продвижению товара или услуги. Организовать рассылку.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		14. Создать группу в "ВКонтакте". Сформировать контент. Обновлять содержание группы, увеличивая число подписчиков. Оценить эффективность продвижения группы в соцсети. 15. Описать один отечественный или зарубежный электронный магазин. В описании раскрыть следующие вопросы: – Адрес магазина в Интернет, наименование, в каком городе расположен, ассортимент; - – Как устроена витрина магазина – Тематическая организация каталогов товара – Система навигации по сайту - Отбор товаров в пользовательскую корзину. – Оформление заказа. – Оплата заказа. 16. Разработать проект баннера. 17. Создать рекламную кампанию в системах контекстной рекламы. 18. Работа с Учебным руководством Google Analytics IQ на сайте https://support.google.com Сформировать: отчеты по аудитории, по источникам трафика, отчет "Карта целей", отчеты по электронной коммерции
ПК-3.3	Осуществляет Медиа-планирование рекламных кампаний, создаёт различные рекламные сообщения для разных медиа каналов самостоятельно или с привлечением специализированных компаний	Тематика рефератов и докладов 1. Сущность лэндинга. Виды и методы создания. 2. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C). 3. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки. 4. Модели поведения посетителей сайтов. 5. Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька). 6. Службы Интернет и их характеристика 7. Понятие и преимущества лидогенерации. Основные понятия. 8. Виды лидов 9. Лидогенерация как бизнес-процесс 10. Методы лидогенерации. 11. Маркетинговое обеспечение лидогенерации. 12. Медийная реклама: 13. Поисковая реклама 14. Геоконтекстная реклама

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		15. Вирусная реклама
ПК-3.4	Осуществляет анализ данных, собранных с помощью CRM, осуществляет экспертизу специфических маркетинговых каналов, использует технологии Big Data	Тематика презентацией: 1. Продакт-плейсмент (в онлайн-играх) 2. Реклама в блогах 3. Интерстильная реклама 4. Этапы работы над контекстной рекламной кампанией 5. Оценка эффективности баннерной рекламы. 6. Эффективность мероприятий меринтернет-маркетинга 7. Контекстная реклама
Методы принятия решений в информационном маркетинге		
ПК-3.1	Владеет широким набором офисных компьютерных программ, а также приложениями и интернет-сервисами маркетингового назначения	Задание: – найти информационные ресурсы по выбранному варианту задания; – составить перечень ссылок на найденные ресурсы; – проанализировать представленную на них информацию; – изучить структуру, состав информации, применение в деятельности менеджера; – подготовить краткую аналитическую записку (цель, задачи работы, найденные ресурсы и их краткая характеристика, достоинства, недостатки, выводы, предложения); – подготовить сообщение (презентацию) на практическом занятии; – ответить на контрольные вопросы. Варианты задания. Методы управления, виды информационных ресурсов, услуг и технологий 1. Метод «Производство на мировом уровне» (World Class Manufacturing WCM) 2. Метод планирования «Точно в срок» (Just in Time — JIT) 3. Метод «Тотальный контроль качества» (Total Quality Management - TQM) 4. Метод развития человеческих ресурсов (Human Resource Development — HRD) 5. Метод «Реинжиниринг бизнес-процессов» (Business Process ReEngineering - BPR) 6. MRPII (Manufacturing Resources Planning) 7. MES (Management Execution System) 8. OLAP-системы 9. BI-системы 10. PLM (Product Lifecycle Management)

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства													
		11. Системы электронного документооборота 12. Платежные системы 13. Средства и системы безопасности 14. Системы компьютерной телефонии, видеоконференцсвязи 15. Хранилища информации													
ПК-3.2	Применяет принципы поисковой оптимизации, работает с контекстной рекламой, видеорекламой, email-маркетингом, медийной рекламой и ретаргетингом	Задание:													
		– из перечисленных ниже вариантов задания выбрать отрасль и структурное подразделение;													
		– найти информационные ресурсы, необходимые руководителю структурного подразделения фирмы по выбранному варианту задания, в том числе по следующим вопросам:													
		– организация работы подразделения (положение об отделе, должностные инструкции, приказы, распоряжения и т.п.);													
		– источники внешней информации (состояние дел в отрасли, тематические рассылки, конкуренты и т.п.);													
		– источники внутренней информации, (в том числе необходимые для контроля выполнения решений);													
		– законодательство, правовые акты, регламентирующие управление предприятием, подразделением;													
		– составить перечень (план) мероприятий по информационному обеспечению работы структурного подразделения фирмы;													
		– подготовить краткую аналитическую записку по улучшению информационного обеспечения работы структурного подразделения фирмы (цель, задачи работы, найденные ресурсы и их краткая характеристика, достоинства, недостатки, выводы, предложения);													
– подготовить сообщение (презентацию) на практическом занятии;															
– ответить на контрольные вопросы.															
Варианты задания															
<table><tr><th>Наименование отрасли, в которой работает фирма</th><th>Наименование подразделения фирмы</th></tr><tr><td>Производство продуктов питания</td><td>Отдел сбыта</td></tr><tr><td>Производство обуви</td><td>Отдел персонала</td></tr><tr><td>Гостиничный бизнес</td><td>Служба бронирования</td></tr><tr><td>Услуги автомобильного транспорта</td><td>Обслуживание клиентов</td></tr><tr><td>ИТ- услуги</td><td>Отдел маркетинга</td></tr><tr><td>Муниципальное предприятие</td><td>Отдел по работе с клиентами</td></tr></table>		Наименование отрасли, в которой работает фирма	Наименование подразделения фирмы	Производство продуктов питания	Отдел сбыта	Производство обуви	Отдел персонала	Гостиничный бизнес	Служба бронирования	Услуги автомобильного транспорта	Обслуживание клиентов	ИТ- услуги	Отдел маркетинга	Муниципальное предприятие	Отдел по работе с клиентами
Наименование отрасли, в которой работает фирма	Наименование подразделения фирмы														
Производство продуктов питания	Отдел сбыта														
Производство обуви	Отдел персонала														
Гостиничный бизнес	Служба бронирования														
Услуги автомобильного транспорта	Обслуживание клиентов														
ИТ- услуги	Отдел маркетинга														
Муниципальное предприятие	Отдел по работе с клиентами														

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства	
		Жилищно-коммунальное хозяйство Розничная торговля Информационные услуги Производство мебели Туристическая фирма	Дежурная служба Коммерческий отдел Отдел продаж Отдел закупок Отдел корпоративных клиентов
ПК-3.3	Осуществляет Медиа-планирование рекламных кампаний, создаёт различные рекламные сообщения для разных медиа каналов самостоятельно или с привлечением специализированных компаний	Задание: – найти информационные ресурсы по выбранному варианту задания; – составить перечень ссылок на найденные ресурсы; – проанализировать представленную на них информацию; – изучить структуру, состав информации, применение в деятельности менеджера; – подготовить краткую аналитическую записку (цель, задачи работы, найденные ресурсы и их краткая характеристика, достоинства, недостатки, выводы, предложения); – подготовить сообщение (презентацию) на практическом занятии; – ответить на контрольные вопросы. Варианты задания. Информационные ресурсы 1. Библиотечная сеть РФ. Электронные библиотеки по менеджменту 2. Периодические издания по менеджменту. Электронные издания 3. Менеджмент в СМИ. Электронные СМИ, специализирующиеся на менеджменте в условиях конкурентного рынка 4. Конференции, выставки, совещания и другие события в маркетинге и менеджменте 5. Образовательные ресурсы по менеджменту (ВУЗы, МВА, курсы, семинары и т.п.) 6. Коммерческие структуры, специализирующиеся на менеджменте 7. Услуги в области менеджмента. Возможности аутсорсинга 8. Работа, трудоустройство, оплата труда менеджеров 9. Сайты, форумы, чаты, на которых обсуждаются профессиональные проблемы в менеджменте	
ПК-3.4	Осуществляет анализ данных, собранных с помощью CRM, осуществляет экспертизу специфических маркетинговых каналов, использует технологии Big Data	Задание: – найти информационные ресурсы по выбранному варианту задания; – составить перечень ссылок на найденные ресурсы; – проанализировать представленную на них информацию; – изучить структуру, состав информации, применение в деятельности менеджера; – подготовить краткую аналитическую записку (цель, задачи работы, найденные ресурсы и их краткая характеристика, достоинства, недостатки, выводы, предложения);	

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		– подготовить сообщение (презентацию) на практическом занятии; – ответить на контрольные вопросы. Варианты задания. Отрасли и сферы деятельности 1. Машиностроение 2. Транспортные услуги - грузоперевозки 3. Транспортные услуги – пассажирские перевозки 4. Медицина – стоматологические услуги 5. Информационные услуги 6. Банковские услуги – Интернет-банкинг 7. Страховые услуги 8. Интернет-магазины 9. Услуги компьютерной телефонии, видеоконференцсвязи 10. Образование – услуги дистанционного обучения 11. Ресторанный бизнес 12. Гостиничный бизнес 13. Продажа и ремонт автомобилей
Продвижение бренда в социальных сетях		
ПК-3.1	Владеет широким набором офисных компьютерных программ, а также приложениями и интернет-сервисами маркетингового назначения	АПР № 1 Найти и расшифровать 3 UTM-метки конкурентов, создать 25 объявлений с ссылками, загрузить 1 объявление, загрузить 4 рекламные кампании, запустить рекламу АПР № 2 Уточнить показ рекламных объявлений, создать структуру рекламных кампаний в Xmind, провести оптимизацию РК, запустить все рекламные кампании на все аудитории, собрать кастомизированную аудиторию ВКонтакте
ПК-3.2	Применяет принципы поисковой оптимизации, работает с контекстной рекламой, видеорекламой, email-маркетингом, медийной рекламой и ретаргетингом	АПР № 3 Создать рекламную кампанию и расширить аудиторию при помощи рекомендаций Facebook, сохранить выбранную аудиторию, создать рекламную кампанию с настройкой показов в сторис и ленте IG и FB, создать 5 рекламных объявлений и сохранить рекламную кампанию, настроить столбцы Facebook, построить отчет Facebook АПР № 4 Создать 2 похожие аудитории и запустить на них рекламу, создать 2 сложные аудитории и запустить на

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		них рекламу, создать воронку из 4 рекламных кампаний: охват, вовлечение, ретаргетинг, look-alike таргетинг, создать квиз и разместите его на сайте, применить минимум 2 профессиональных приема и приложить скриншот
ПК-3.3	Осуществляет Медиа-планирование рекламных кампаний, создаёт различные рекламные сообщения для разных медиа каналов самостоятельно или с привлечением специализированных компаний	Примерные вопросы к зачету 1. Интернет как среда продвижения бренда 2. Выход бренда на онлайн-рынок. 3. Создание landingpage. 4. Комплексный подход к продвижению бренда в цифровой среде 5. Контекстная реклама. 6. Таргетированная реклама в социальных сетях. 7. Социальные сети. 8. Обзоры на тематических ресурсах. 9. Обзоры на youtube каналах. 10. CPI сети. 11. Мотивированный трафик. 12. Продвижение сайта в поисковых системах. 13. SMM-маркетинг. 14. ESPN: Привлечение целевой аудитории через персонализацию контента. 15. SMS-сообщения, персонализируемые в соответствии с предпочтениями абонентов сети. 16. Использование мобильных 3D-приложений 17. Продвижение бренда посредством мобильного маркетинга
ПК-3.4	Осуществляет анализ данных, собранных с помощью CRM, осуществляет экспертизу специфических маркетинговых каналов, использует технологии Big Data	Темы курсовой работы 1. Применение SMM инструментов как средство продвижения бренда (на примере...) 2. Восприятие рекламируемого бренда одежды в зависимости от платформы, через которую рекламируется этот бренд 3. Digital коммуникации как способ привлечения российской молодежной аудитории в кинотеатры 4. Использование социальных медиа в индустрии моды при разработке стратегий продвижения молодых российских брендов 5. Визуальная идентичность Магнитогорска как продукт восприятия магнитогорцами 6. Бренды и звезды: рекламные кампании с участием знаменитостей 7. Влияние социальных сетей на представления аудитории о здоровом образе жизни 8. Продвижение молодежных брендов и услуг с помощью инструментов digital-маркетинга

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		9. Влияние телевидения на формирование гражданской позиции молодежи в РФ 10. Особенности создания персонального бренда и управления им в социальной сети Instagram 11. Влияние событийного маркетинга на создание положительного имиджа бренда и увеличение вовлеченности аудитории (на примере спортивных компаний Nike, Adidas, Reebok) 12. Восприятие молодежью языка названия бренда и трансформация к нему аттитюда как результат этого восприятия 13. Уровень предоставляемой информации о продукте и/или бренде как фактор, определяющий эффективность проактплейсмента 14. Продвижение бренда школы английского языка, с использованием диджитал-маркетинга в России 15. Влияние рекламы в Инстаграмме на отношение потребителей к брендам, относящихся к сегменту beauty-индустрии 16. Влияние культурного аспекта рекламного сообщения в digital-среде на уровень покупательской вовлеченности в бренд 17. Отношение российской молодежи к брендам-подделкам: анализ через призму модели запланированного поведения 18. Влияние моды на коммуникацию среди российской молодежи на примере актуальных брендов спортивной обуви 19. Использование Digital-технологий в продвижении бренда мужских парикмахерских в России (на примере бренда «TopGun») 20. Персональный брендинг в Инстаграме как инструмент репутационного менеджмента 21. Эмоциональный брендинг как основной способ продвижения в индустрии парфюмерии 22. Невербальная коммуникация в рекламе брендов одежды люксового сегмента 23. Привязанность к бренду университета через призму организационной культуры (на примере) 24. Создание персонального бренда спортсмена в российском сегменте социальной сети Instagram 25. Влияние черного юмора в рекламе на отношение к бренду: возрастные различия 26. Влияние использования медийных личностей в рекламе на восприятие бренда 27. Влияние использования шедевров мировой живописи в рекламе на восприятие бренда 28. Влияние персонального бренда видеоблогеров на восприятие пользователями рекламного сообщения (на примере российского Youtube-сообщества) 29. Коллаборация люксовых и массовых брендов как эффективный инструмент маркетинга на примере fashion индустрии 30. CRM (cause-related marketing) как инструмент повышения лояльности к бренду в России

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		31. Адаптация личности бренда к различным культурным средам: кейс-стади рекламных кампаний 32. Влияние скрытого маркетинга на лояльность к бренду 33. Коммуникационная стратегия продвижения спортивных брендов через музыкальное сопровождение (на примере) 34. Бренд-ассоциации в рекламной коммуникации со знаменитостями 35. Влияние стандартизации женской красоты в рекламной продукции на отношение женской аудитории потребителей к бренду
Big data анализ в маркетинге		
ПК-3.1	Владеет широким набором офисных компьютерных программ, а также приложениями и интернет-сервисами маркетингового назначения	Практические задания: Задание 1: Познакомиться со средой R-Studio (установка и настройка) Задание 2: Научиться работать с данными и готовить их в текстовом редакторе. Освоить команды для чтения данных из текстового файла. Задание 3: Изучить графические команды и научиться строить графики. Построить графики динамики курса иностранной валюты за последние две недели. Задание 4: Научиться работать с матрицами списками и таблицами данных в R-Studio. Задание 5: Вычисление общих характеристик выборки данных. Научиться оценивать общую тенденцию, находить ошибки в данных и пропуски, выполнять одномерные статистические тесты. Задание 6: Анализ временного ряда на предмет прогнозирования будущего с помощью RStudio. Тренд и период колебаний, построение временного ряда, прогнозирование. Выполнить на примере колебания курса иностранной валюты. Задание 7: Анализ связей двух выборок данных с помощью R-Studio. Научиться выполнять анализ двух таблиц, строить таблицы сопряженности, выполнять анализ корреляций, выполнять регрессионный анализ. На примере анализа данных цены на нефть и курса доллара США.
ПК-3.2	Применяет принципы поисковой оптимизации, работает с контекстной рекламой,	Вопросы к зачету: 1. В чем принципиальное отличие концепции Big Data от традиционного подхода BI?

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	видеорекламой, email-маркетингом, медийной рекламой и ретаргетингом	2. Понятие явной (выраженной) и скрытой (структурной) информации. 3. Определение контент-анализа. 4. Каковы основные понятия контент-анализа? 5. Какие существуют виды контент-анализа? 6. Какие существуют этапы контент-анализа? 7. Каковы основные признаки, характеризующие «Большие данные»? 8. Сущность и задачи кластеризации. 9. Основные понятия, принципы и предпосылки генетических алгоритмов. 10. Достоинства и недостатки генетических алгоритмов. 11. Классификация нейронных сетей и принципы построения. 12. Искусственная нейронная сеть прямого прохода. 13. Использование генетических алгоритмов для обучения искусственных нейронных сетей 14. Кластеризация как инструмент предварительной обработки данных для искусственной нейронной сети 15. Какова цель синтаксического анализа? 16. Общая схема алгоритма синтаксического анализа «сверху-вниз» и «снизу-вверх». 17. Схема работы фаз $\text{map}(f, c)$ и $\text{reduce}(f, c)$. 18. Преимущества, ограничения и недостатки парадигмы MapReduce. 19. Какие бывают модели данных и запросов в NoSQL? 20. Какие бывают системы хранения данных в NoSQL? 21. Основные принципы работы фреймворка Hadoop. 22. Репликация данных в распределенной файловой системе HDFS. 23. Модели развертывания облачных хранилищ. 24. Модели обслуживания облачных хранилищ. 25. Постановка и описание проблемы «последней мили». 26. Безопасность, производительность и надежность при работе с облачными данными. 27. Экономическая составляющая облачных подходов. 28. Способы машинного обучения. 29. Основные фазы обработки «больших данных». 30. Чем отличаются текстовая и персональная базы данных? 31. Метод анализа комбинации слов (collocate analysis). 32. Понятие «сила связи».

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		33. Статистическая мера совместной встречаемости слов и категорий (Z-score). 34. Реализация закономерностей в системе IBM Cognos Analytics.
ПК-3.3	Осуществляет Медиа-планирование рекламных кампаний, создаёт различные рекламные сообщения для разных медиа каналов самостоятельно или с привлечением специализированных компаний	Тематика рефератов: 1. Функции и задачи больших данных 2. Машинное обучение 3. Большие данные в бизнесе 4. Выгоды использования технологии в бизнесе 5. Big Data в маркетинге 6. Выгоды использования технологии в маркетинге 7. Сервисы Big Data 8. Создание точных портретов целевых потребителей. 9. Предсказание реакции потребителей на маркетинговые сообщения. 10. Максимальная персонализация рекламных сообщений. 11. Увеличение кросс-продаж, повторных продаж, ремаркетинга. 12. Поиск и определение причин популярности востребованных товаров и продуктов. 13. Блокчейн и Биг Дата: потенциал объединенной технологии
ПК-3.4	Осуществляет анализ данных, собранных с помощью CRM, осуществляет экспертизу специфических маркетинговых каналов, использует технологии Big Data	Тестовые задания: Тема 1. 1. Суммарная оперативная память IBM Watson составляет порядка: а) 100 гигабайт б) 5000 терабайт в) 10 зетабайт г) 15 терабайт 2. Кто ввел термин Большие данные? а) Клиффорд Линч б) Алан Тьюринг в) Бьерн Страуструп г) Дональд Кнут 3. Какие данные занимают больше мировой памяти относительно остальных? а) Structured Data б) Unstructured Data в) Semi-Structured Data

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		г) Quasi-Structured Data 4. BigData – это ... а. Представление фактов, понятий или инструкций в форме, приемлемой для интерпретации, или обработки. б. Комплексный набор методов обработки структурированных и неструктурированных данных колоссальных объемов. в. колоссальный объем данных, собранных человечеством. г. класс в Java, предназначенный для хранения данных от 100 Гб 5. Какая компания создала технологию MapReduce? а) Google б) Yahoo в) EMC г) Oracle 6. Данные текстовых файлов с определенными паттернами для их обработки (например, XML) являются: а) Структурированными б) Полуструктурированными в) Квазиструктурированными г) Неструктурированными 7. Что означает термин «Big Data» в информационных технологиях? а) Комплексный набор методов для создания файлов большого объёма б) Комплексный набор методов обработки структурированных и неструктурированных данных колоссальных объемов. в) Файлы с большим количеством данных. г) Представление времени, дня, месяца и года в качестве значения количества миллисекунд, прошедших с начала нашей эры. 8. Данные, имеющие определенный тип, формат и структуру (например, транзакционные данные) являются: а) Структурированными б) Полуструктурированными в) Квазиструктурированными г) Неструктурированными

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		9. Чему примерно равен объем всей существующей на земле информации (вбайтах)? а) 10^{11} б) 10^{21} в) $10^{1010101}$ г) 10^{171} 10. В каком году впервые был введен термин Большие данные? а) 2002 б) 2004 в) 2006 г) 2008 Тема 2. 1. Что является средством анализа в BI? а) Карты показателей; б) Совместная работа и управление рабочими процессами; в) Информационные панели; г) BI инфраструктура. 2. Основное умение исследователя данных? а) Умение находить наиболее важные элементы в хранимой информации б) Уметь прогнозировать исход работы системы в) Находить скрытые логические связи в системе собранной информации г) Отличать неструктурированные данные от структурированных 3. Какой язык программирования из перечисленных является наиболее важным для аналитика? а) C++ б) PHP в) F# г) R 4. Что означает термин «Business Intelligence» в информационных технологиях? а) Комплексный набор методов для создания бизнес планов. б) Методы и инструменты для перевода необработанной информации в осмысленную, удобную для восприятия форму. в) Файлы, содержащие информацию о бизнес-плане. г) Технологии, направленные на развитие бизнеса.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		5. Языком, на котором был разработан RabbitMQ, является: а) Java б) Python в) C++ г) Erlang 6. Что является главным результатом процесса Business Intelligence? а) Возможность принятия решений для бизнеса б) Результаты интеллектуального анализа данных в) Возможность использования искусственного интеллекта г) Получение структуризации данных после выполнения всех шагов процесса 7. Что из перечисленного не является средством анализа? а) Продвинутая визуализация б) Reporting в) Predictive Modelling г) Data Mining 8. Что относится к средствам предоставления информации в «Business Intelligence»? а) Генератор нерегламентированных запросов б) Совместная работа и управление рабочими процессами в) Предиктивное моделирование и Data Mining г) Карты показателей 9. Процессом создания и выбора модели для предсказания вероятности наступления некоторого события является: а) OLAP б) Data Mining в) Predictive Modelling г) Data Science 10. Что не является целью процесса Business Intelligence? А) Интерпретация большого количества данных; Б) Моделирование исходов различных вариантов действий; В) Модификация существующего программного обеспечения; Г) Отслеживание результатов решений.
Маркетинг в рекламе		
ПК-3.1	Владеет широким набором офисных компьютерных программ, а также приложе-	Перечень теоретических вопросов к зачету:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	ниями и интернет-сервисами маркетингового назначения	1. Товарная реклама: понятие, назначение, классификация. 2. Особенности рекламы пищевых продуктов. 3. Анализ рекламы товаров и услуг в СМИ и других рекламных средствах: достоинства и недостатки. 4. Повышение эффективности рекламы товаров и услуг. 5. Специфика реклама алкогольных, табачных изделий, оружия, медикаментов по ФЗ «О рекламе». 6. Запреты на рекламу отдельных товаров и услуг. 7. Особенности рекламы непродовольственных товаров. 8. Специфика рекламы товаров и услуг, подлежащих обязательной сертификации. 9. Специфика торговой рекламы 10. Реклама и ее виды. 11. Связь рекламы с позиционированием товара и инструментами маркетинга. 12. Преимущества и недостатки основных средств передачи рекламы. График выхода рекламного сообщения. 13. Оценка эффективности коммуникации 14. Цели и задачи рекламы. 15. Понятие рекламной программы. 16. Формулирование рекламной идеи. 17. Создание рекламного сообщения. 18. Расходы на рекламу. 19. Разработка рекламных медиастратегий. 20. Критерии определения размера охватываемой аудитории. 21. Оценка эффективности рекламы. 22. Коммуникативный и коммерческий эффекты. 23. Социальная ответственность рекламы
ПК-3.2	Применяет принципы поисковой оптимизации, работает с контекстной рекламой, видеорекламой, email-маркетингом, медийной рекламой и ретаргетингом	Примерные практические задания для зачета: 1. Разработка номенклатуры торговых услуг 2. Разработка номенклатуры торговых услуг 3. Анализ внешней среды предприятия, сферы услуг конкурентной однородной группы 4. Составление рекламных текстов 5. Составление рекламных текстов 6. Разработка рекламы товаров и услуг, имеющих запреты и/или ограничения Практическое занятие №1: Разработка рекламного сообщения.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ПК-3.3	Осуществляет Медиа-планирование рекламных кампаний, создаёт различные рекламные сообщения для разных медиа каналов самостоятельно или с привлечением специализированных компаний	Тесты 1. Что такое потребность? a. количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд b. нужда, воплощенная в какую-то конкретную форму c. товар, который способен удовлетворить нужду потребителя d. нужда в конкретном виде продукции 2. Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается? a. большое число потребителей b. превышение предложения над спросом c. превышение спроса над предложением d. большое число производителей 3. Что в маркетинге понимается под товаром? a. продукт товара, произведенный для обмена b. физический объект c. набор свойств, позволяющих решить проблемы потребителя d. все ответы верны 4. Разновидности одного и того же товара являются? a. конкурентами- желаниями b. товарно-родовыми конкурентами c. товарно-видовыми конкурентами d. матками-конкурентами 5. Основной комплекса маркетинга является? a. макросреда b. микросреда c. модель 4Р d. субъекты маркетинга 6. Функциональная схема организации служб маркетинга на предприятии формируется по? a. географическим регионам b. типам рынков c. функциям d. группам товаров 7. К микросреде предприятия не относиться? a. средства массовой информации

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		b. население всей страны c. торговые организации d. поставщики 8. Благожелательное отношение потребителей к широко распространенным и доступным по цене товарам (услугам) – это основание для реализации какой маркетинговой концепции? a. совершенствования товара b. интенсификации коммерческих усилий (реклама) c. совершенствования производства d. маркетинговая 9. Какая концепция утверждает, что желаемого объема продаж нельзя достичь, если отсутствует агрессивная реклама? a. совершенствования производства b. совершенствование товара c. интенсификации коммерческих усилий d. маркетинга 10. По характеру исследования цели могут быть? a. кабинетные или полевые b. перспективные или текущие c. поисковые, описательные или экспериментальные d. количественные и качественные
ПК-3.4	Осуществляет анализ данных, собранных с помощью CRM, осуществляет экспертизу специфических маркетинговых каналов, использует технологии Big Data	Темы курсовой работы: 1. Разработка и реализация стратегий позиционирования товара 2. Разработка и реализация стратегий товарной политики компании 3. Разработка и совершенствование методов формирования имиджа компания и управления им 4. Разработка комплекса маркетинга малого предприятия 5. Разработка маркетинговой стратегии выхода из кризиса организации 6. Разработка маркетинговой стратегии новой услуги 7. Разработка маркетинговой стратегии организации 8. Разработка медиаплана рекламной компании 9. Разработка мероприятий по выявлению и централизации 10. конкурентных угроз на растущем рынке 11. Разработка плана проведения мероприятий по маркетингу 12. Разработка рекламной компании прямого маркетинга

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства										
		13. Разработка системы маркетинговых коммуникаций 14. Разработка стратегии продвижения услуги на рынках 15. Разработка стратегии сегментирования рынка услуг 16. Разработка стратегии стимулирования сбыта новой услуги 17. Разработка стратегии улучшения рыночных показателей услуги 18. Разработка стратегии ценообразования услуги 19. Разработка стратегий предложения услуги 20. Разработка ценовой политики предприятия сферы услуг 21. Разработка эффективных стратегий позиционирования услуги на глобальном рынке 22. Реструктуризация бизнеса на основе концепции маркетинга 23. Совершенствование процесса прогнозирования рыночной ситуации 24. Совершенствование системы управления торговыми марками 25. Совершенствование стратегии маркетинга 26. Совершенствование стратегий взаимоотношений внутри канала распределения 27. Совершенствование стратегий взаимоотношений компании с конечными потребителями 28. Совершенствование стратегий выбора целевых рынков в условиях высоко конкурентного рынка 29. Совершенствование структуры и инструментария службы маркетинга предприятия 30. Управление продвижением услуги на внешних рынках 31. Управление разработкой новой услуги и стратегия ее продвижения										
Информационные технологии в финансах												
ПК-3.1	Владеет широким набором офисных компьютерных программ, а также приложениями и интернет-сервисами маркетингового назначения	Задания для самостоятельной работы Задание 1. Самостоятельно составить упрощенную таблицу доходов бюджета, найти зависимость доходов бюджета от цен на нефть. Необходимые данные (динамику доходов бюджета и т.д.) найти самостоятельно, используя сеть Интернет. <table><tr><td>Вариант 1</td><td>Федеральный бюджет</td></tr><tr><td>Вариант 2</td><td>Бюджет Челябинской области</td></tr><tr><td>Вариант 3</td><td>Бюджет Республики Башкортостан</td></tr><tr><td>Вариант 4</td><td>Бюджет Свердловской области</td></tr><tr><td>Вариант 5</td><td>Любой субъект федерации по выбору студента</td></tr></table>	Вариант 1	Федеральный бюджет	Вариант 2	Бюджет Челябинской области	Вариант 3	Бюджет Республики Башкортостан	Вариант 4	Бюджет Свердловской области	Вариант 5	Любой субъект федерации по выбору студента
Вариант 1	Федеральный бюджет											
Вариант 2	Бюджет Челябинской области											
Вариант 3	Бюджет Республики Башкортостан											
Вариант 4	Бюджет Свердловской области											
Вариант 5	Любой субъект федерации по выбору студента											

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Задание 2. Технологии решения задач финансового менеджмента
ПК-3.2	Применяет принципы поисковой оптимизации, работает с контекстной рекламой, видеорекламой, email-маркетингом, медийной рекламой и ретаргетингом	Вопросы для самостоятельного изучения 1. Роль информации в принятии управленческих решений. 2. Эволюция методов организации и обработки данных. 3. Современные требования к информационному обеспечению и состав АРМ финансового менеджера. 4. Табличное моделирование финансовых вычислений. 5. Использование встроенных финансовых функций. 6. Анализ чувствительности показателей к факторам риска. 7. Подбор решающего параметра. 8. Сценарное моделирование финансовых задач. 9. Выбор оптимального решения. 10. Структура финансовой модели. 11. Использование формул и стандартных функций. 12. Определение исходных данных и результирующих показателей. 13. Организация многовариантных расчетов. 14. Планирование денежных потоков на основе доходов и затрат проекта. 15. Расчет эффективности вложений. 16. Анализ рисков инвестиционного проекта. 17. Методы табличной группировки и консолидации данных. 18. Итоговые вычисления. Сводные таблицы. 19. Методология и стандарты автоматизированной обработки корпоративной информации. 20. Автоматизированные системы формирования консолидированной финансовой отчетности. 21. Системы ведения аналитического управленческого учета. 22. Информационные технологии корпоративного бюджетирования.
ПК-3.3	Осуществляет Медиа-планирование рекламных кампаний, создаёт различные рекламные сообщения для разных медиа каналов самостоятельно или с привлечением специализированных компаний	Примерные задания для домашней работы Все задания выполняются на компьютере и сдаются на проверку в электронном виде 1. Найти внутреннюю ставку доходности инвестиционного проекта (корень неявного уравнения) методом подбора параметра. По заданной доходности альтернативных вложений найти дисконтированный срок окупаемости инвестиций. 2. Построить в рабочей книге MS Excel модели сценарного анализа условий ипотечного кредитования по нескольким параметрам (по действующим предложениям банков).

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		3. Построить таблицы финансовых коэффициентов средствами облачного сервиса Таблицы Google Docs. 4. Найти решение задачи оптимального распределения инвестиций. 5. Организовать в рабочей книге Excel однотабличную базу данных «Портфель ценных бумаг» для оценки рыночного риска по историческим данным. 6. Перенести таблицу «Портфель ценных бумаг» в MS Access, сконструировать запросы: на выборку, с вычислением, итоговый, перекрестный (результаты сверить с MS Excel). 7. Создать многотабличную базу финансовых данных средствами Power BI, установить связи между таблицами, разработать проект пользовательского приложения 8. Выполнить проекцию гиперкуба бюджетных данных на заданное измерение расходов.
ПК-3.4	Осуществляет анализ данных, собранных с помощью CRM, осуществляет экспертизу специфических маркетинговых каналов, использует технологии Big Data	Примерный перечень вопросов к экзамену 1. Эволюция аналитических методов и системного подхода в управлении экономикой. 2. Разработка финансовой модели инструментальными средствами электронных таблиц. 3. Подбор решающего значения параметра для достижения результата. 4. Параметрический анализ чувствительности. 5. Сценарный анализ финансовой модели. 6. Пример оптимизации финансовой задачи. 7. Технология моделирования инвестиционного решения «Альт Инвест Сумм» 8. Операции манипулирования данными в структурированном списке. 9. Реляционная алгебра Кодда как основа автоматизации финансового учета. 10. Язык структурированных запросов для манипулирования табличными данными 11. Связи между объектами во многотабличной базе данных. 12. Технологии многопользовательской работы с источниками данных. 13. Многомерная модель OLAP и ее использование для аналитической обработки данных. 14. Стандартизация облачных технологий и услуг. 15. Развитие подходов к обработке Big Data. 16. Понятие информационных технологий. Виды информационных технологий 17. Методология обработки экономической информации 18. Структура финансовой системы государства 19. Бюджетный процесс и обслуживающие его информационные системы 20. Информационная система "Финансы": цель создания, назначение, основные функции 21. Основные функциональные подсистемы ИС "Финансы"

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		22. Информационная система "Налоги": цель создания, назначение, основные функции 23. Основные функциональные подсистемы ИС "Налоги" 24. Назначение и состав информационной системы казначейства 25. Информационная система "Казна": цель создания, назначение, решаемые задачи 26. Информационная система "Смета": цель создания, назначение, решаемые задачи 27. Электронные банковские услуги 28. Состав типичных функциональных модулей банковской ИС 29. Банковская информационная система и принципы ее построения
Производственная- технологическая (проектно-технологическая) практика		
ПК-3.1	Владеет широким набором офисных компьютерных программ, а также приложениями и интернет-сервисами маркетингового назначения	Типовые вопросы и задания для защиты отчета по практике: 4. Открытый вопрос на проверку готовности к коммуникации в устной форме и способности оперировать специальной терминологией 4.1.Опишите особенности, этапы, процедуру и технологию бюджетного процесса 4.2.Охарактеризуйте ключевые финансово-экономические и социально-экономические показатели 4.3.Назовите и охарактеризуйте особенности финансовых взаимоотношений организаций и органов государственной и муниципальной власти (в соответствии с местом прохождения практики) 5. Открытый вопрос на оценку способности к анализу, планированию и организации профессиональной деятельности 5.1. Какой метод планирования (в том числе финансового планирования) используется организациями и (или) органами государственной и муниципальной власти (в соответствии с местом прохождения практики) 5.2. Обозначьте иерархию целей и задач организации, являющейся местом прохождения практики, перечислите финансовые цели и задачи 5.3. Обозначьте основные методологические принципы анализа и планирования социально-экономических и финансовых показателей 6. Комплексный вопрос, содержащий исходные данные для оценки аналитических способностей, способности к диагностике и решению проблем, связанный с выполнением профессиональных задач. 6.1.Назовите индикаторы социально-экономических и финансовых проблем на макро-(микро) уровне 6.2.Обоснуйте выбор методов диагностики информации экономического плана для обоснования решений по управлению общественными финансами 6.3.С использованием данных отечественной и зарубежной статистики о социально- экономических

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		процессах и явлениях, выявите тенденции изменения социально-экономических показателей Обозначьте показатели, приведите алгоритм расчета для оценки эффективности финансовой политики на макро-(микро) уровне
ПК-3.2	Применяет принципы поисковой оптимизации, работает с контекстной рекламой, видеорекламой, email-маркетингом, медийной рекламой и ретаргетингом	Задания для практики: 1. Создание и редактирование информационных ресурсов, подготовка обзоров, отчетов и публикаций. 2. Поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации в экономике, управлении и ИКТ 3. Исследование и анализ рынка инноваций, ИС и ИКТ. 4. Исследование и анализ спроса и поведения потребителей в сети интернет 5. Анализ архитектуры предприятия. 6. Анализ и оценка применения ИС и ИКТ для управления бизнесом 7. Исследование и анализ рынка инноваций, ИС и ИКТ 8. Разработка стратегии продвижения в сети интернет. 9. Планирование работ по реализации стратегии продвижения в сети интернет. 10. Согласование с заказчиком сроков и бюджетов кампании по продвижению в сети интернет 11. Управление электронным предприятием и подразделениями электронного бизнеса несетевых компаний. 12. Управление ИТ-сервисами и контентом информационных ресурсов предприятия. 13. Разработка ИТ-сервисов предприятия и интернет-ресурсов. 14. Оценка объектов интеллектуальной собственности. 15. Исследование рынка патентных разработок 16. Защита прав на интеллектуальную собственность 17. Планирование и организация работы малых проектно-внедренческих групп. Разработка проектной документации на выполнение работ по совершенствованию и регламентацию стратегии и целей, бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры предприятия. 18. Планирование этапов проекта в соответствии с заданием. организация процесса исполнения работ проекта. 19. Организация процесса исполнения работ проекта. Разработка проектов совершенствования бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры предприятия.
ПК-3.3	Осуществляет Медиа-планирование рекламных кампаний, создаёт различные рекламные сообщения для разных медиа каналов самостоятельно или с привлечением специализированных компаний	Типовые вопросы и задания для защиты отчета по практике: 5. Открытый вопрос на проверку готовности к коммуникации в устной форме и способности оперировать специальной терминологией 5.1. Опишите особенности, этапы, процедуру и технологию бюджетного процесса

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		5.2.Охарактеризуйте ключевые финансово-экономические и социально-экономические показатели 5.3.Назовите и охарактеризуйте особенности финансовых взаимоотношений организаций и органов государственной и муниципальной власти (в соответствии с местом прохождения практики) 6. Открытый вопрос на оценку способности к анализу, планированию и организации профессиональной деятельности 6.1. Какой метод планирования (в том числе финансового планирования) используется организациями и (или) органами государственной и муниципальной власти (в соответствии с местом прохождения практики) 6.2. Обозначьте иерархию целей и задач организации, являющейся местом прохождения практики, перечислите финансовые цели и задачи 6.3. Обозначьте основные методологические принципы анализа и планирования социально-экономических и финансовых показателей 7. Комплексный вопрос, содержащий исходные данные для оценки аналитических способностей, способности к диагностике и решению проблем, связанный с выполнением профессиональных задач. 7.1.Назовите индикаторы социально-экономических и финансовых проблем на макро-(микро) уровне 7.2.Обоснуйте выбор методов диагностики информации экономического плана для обоснования решений по управлению общественными финансами 7.3.С использованием данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявите тенденции изменения социально-экономических показателей Обозначьте показатели, приведите алгоритм расчета для оценки эффективности финансовой политики на макро-(микро) уровне
ПК-3.4	Осуществляет анализ данных, собранных с помощью CRM, осуществляет экспертизу специфических маркетинговых каналов, использует технологии Big Data	Образец задания 1. 1. Дайте характеристику и назовите правовые основы деятельности объекта практики. 2. Назовите основные элементы системы управления объекта практики. 3. Охарактеризуйте особенности деятельности предприятия (организации), на котором проходит производственная практика. 4. Представьте результаты обследования ИТ-архитектуры предприятия (организации) 5. Охарактеризуйте структуру основных бизнес – процессов. 6. Представьте результаты обследования существующих информационных технологий функционирования подразделений (организации в целом). 7. Представьте результаты анализа и исследования рынка ИС и ИКТ.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		8. Представьте критерии оценки эффективности информационных систем и технологий. 9. Провести исследование рынка ИС и ИКТ 10. Сформируйте множество альтернативных ИС и ИКТ-решений для управления бизнес-процессами. Определить направление совершенствования информационной технологии управления бизнес-процессами
Производственная – преддипломная практика		
ПК-3.1	Владеет широким набором офисных компьютерных программ, а также приложениями и интернет-сервисами маркетингового назначения	В ходе выполнения общего задания обучающемуся надлежит изучить следующие вопросы: – общая характеристика места прохождения преддипломной практики: специализация организации (предприятия) и подразделения; тип организации (тип производства), назначение и характер продукции (услуг, товаров); – характеристика основных направлений деятельности организации (предприятия), перспективы развития; – доля рынка (по товарам и рынкам, сегментам рынка) и конкурентная позиция компании, анализ конъюнктуры рынка, динамики и тенденций развития; – анализ основных экономических показателей деятельности организации (предприятия); – организационная структура предприятия, структура маркетинговой службы; – рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия и решению маркетинговой проблемы; материалы необходимые для написания выпускной квалификационной работы, их анализ и соответствующие расчеты.
ПК-3.2	Применяет принципы поисковой оптимизации, работает с контекстной рекламой, видеорекламой, email-маркетингом, медийной рекламой и ретаргетингом	В ходе выполнения общего задания обучающемуся надлежит изучить следующие вопросы: – общая характеристика места прохождения преддипломной практики: специализация организации (предприятия) и подразделения; тип организации (тип производства), назначение и характер продукции (услуг, товаров); – характеристика основных направлений деятельности организации (предприятия), перспективы развития; – доля рынка (по товарам и рынкам, сегментам рынка) и конкурентная позиция компании, анализ конъюнктуры рынка, динамики и тенденций развития; – анализ основных экономических показателей деятельности организации (предприятия); – организационная структура предприятия, структура маркетинговой службы; – рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия и решению мар-

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		кетинговой проблемы; материалы необходимые для написания выпускной квалификационной работы, их анализ и соответствующие расчеты.
ПК-3.3	Осуществляет Медиа-планирование рекламных кампаний, создаёт различные рекламные сообщения для разных медиа каналов самостоятельно или с привлечением специализированных компаний	Примерная тематика научно-аналитических исследований в период проведения преддипломной практики. Концепция маркетинга и ее развитие. 1. Анализ тенденций развития маркетинга в условиях российского рынка. 2. Стратегический маркетинг (создание потребительской ценности и акционерной стоимости компании). 3. Маркетинг и современные информационные технологии. 4. Тенденции и перспективы развития электронной коммерции в России. 5. Интернет-маркетинг. 6. Развитие маркетинга партнерских отношений. 7. Опыт разработки маркетинговых стратегий транснациональных компаний. 8. Региональный (территориальный) маркетинг. 9. Особенности маркетинга партнерских отношений. 10. Некоммерческий маркетинг. Поведение потребителей. 7. Коммуникативное поведение потребителей. 8. Разработка программы лояльности потребителей. 9. Формирование потребительских предпочтений. Управление маркетингом. 1. Организация маркетинга на предприятии. 2. Маркетинговое планирование на предприятии. 3. Портфельный анализ и развитие структуры деятельности компании. 4. Анализ направлений роста предприятия (товар/рынок). 5. Критические факторы успеха и формирование конкурентных преимуществ. 6. Определение целей и формирование маркетинговой стратегии. 7. Оценка привлекательности и выбор целевых рынков для компании. 8. Стратегии освоения новых рынков.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		9. Процесс сегментации и позиционирования. 10. Разработка бюджета маркетинга. 11. Аудит маркетинга. 12. Финансовое обоснование маркетинговых решений. 13. Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия. Продвижение товаров и услуг. 1. Интегрированные маркетинговые коммуникации. 2. Маркетинговое обоснование рекламной компании. 3. Обоснование стратегий продвижения продукции на рынок. 4. Исследование коммуникативных возможностей комплекса маркетинга. 5. Организация взаимодействия предприятия и рекламного агентства. 6. Оценка экономической и коммуникативной эффективности рекламы. 7. Организации и эффективность персональных (личных) продаж. 8. Организация выставочной деятельности и оценка ее эффективности. 9. Обоснование, выбор форм и методов стимулирования продаж (сбыта). 10. Организация и анализ форм продвижения продукции посредством Internet. 11. Разработка программ лояльности. 12. Разработка программ партнерских отношений.
ПК-3.4	Осуществляет анализ данных, собранных с помощью CRM, осуществляет экспертизу специфических маркетинговых каналов, использует технологии Big Data	Международная деятельность. 5. Стратегии выхода компании на международные рынки. 6. Исследование страновых и культурных различий в программах международного маркетинга. Маркетинговые исследования и консалтинг. 1. Проведение качественных исследований (по конкретным видам товаров и услуг). 2. Проведение количественных исследований (по конкретным товарам и услугам). 3. Применение статистических методов и моделей обработки результатов выборочных исследований. 4. исследований. 5. Исследование предпочтений, лояльности и удовлетворенности потребителей. 6. Анализ состояния, оценка емкости и тенденции развития товарных рынков. 7. Проведение тестирования новой продукции. 8. Разработка системы маркетинговой информации предприятия.

<i>Код индикатора</i>	<i>Индикатор достижения компетенции</i>	<i>Оценочные средства</i>
		9. Организация и методы сбора маркетинговой информации в Internet. 10. Консалтинговая деятельность в сфере маркетинга.