

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Магнитогорский государственный технический университет  
им. Г. И. Носова»  
Многопрофильный колледж

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
ОП. 07 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА  
«общепрофессиональный цикл»  
программы подготовки специалистов среднего звена  
специальности 38.02.08 Торговое дело**

Квалификация: специалист торгового дела

Форма обучения  
очная на базе основного общего образования

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от «19» июля 2023 г. №548

**Организация-разработчик:** Многопрофильный колледж ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова»

*Разработчик (и):*

преподаватель отделения №1 «Общеобразовательной подготовки»  
Многопрофильного колледжа ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова»

Елена Сергеевна Гатина

**ОДОБРЕНО**

Предметно-цикловой комиссией  
«Экономики и сферы обслуживания»  
Председатель Н.Н. Колесникова  
Протокол № 5.1 от «11» февраля 2026г.

Методической комиссией МпК

Протокол № 4 от «18» февраля 2026г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1 Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы .....	4
1.2 Перечень планируемых результатов освоения дисциплины.....	4
1.3 Обоснование часов учебной дисциплины в рамках вариативной части .....	5
2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	8
2.1 Трудоемкость освоения дисциплины.....	8
2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины .....	9
2.3 Перечень практических и лабораторных занятий .....	14
3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	15
3.1 Материально-техническое обеспечение .....	15
3.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение реализации программы .....	15
3.3 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся .....	16
4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	19
4.1 Текущий контроль .....	19
4.2 Промежуточная аттестация .....	19
Приложение 1 .....	27
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	27

# 1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1 Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.08 Торговое дело. Рабочая программа составлена для очной формы обучения.

Цель дисциплины: формирование представления об основах менеджмента и маркетинга.

Дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» включена в вариативную часть «общеобразовательного цикла» образовательной программы по направленности «Коммерция и осуществление интернет-маркетинга».

## 1.2 Перечень планируемых результатов освоения дисциплины

Содержание дисциплины ориентировано на подготовку обучающихся к освоению видов деятельности программы подготовки специалистов среднего звена по специальности и овладению следующими профессиональными и общими компетенциями:

ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.

ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.

ПК 2.4 Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

Результаты освоения дисциплины соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленной в разделе 4 ППСЗ.

### Требования к результатам освоения дисциплины

Индекс и наименование ОК, ПК	Результаты освоения	
	Умеет	Знает
ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	Уд1_ОП.07 применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента;	Зд1_ОП.07 сущность и характерные черты современного менеджмента;
	Уд2_ОП.07 учитывать особенности менеджмента в профессиональной деятельности;	Зд2_ОП.07 внешнюю и внутреннюю среду организации; цикл менеджмента;
		Зд3_ОП.07 особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;
ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.	Уд 3_ОП.07 использование информации, полученной в результате проведения маркетинговых исследований, для принятия грамотных управленческих решений	Зд4_ОП.07 понятие и сущность маркетинговой информации
	Уд 4_ОП.07 планировать проведение маркетинговых исследований	Зд5_ОП.07 основные виды маркетинговой среды
ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных	Уд 5_ОП.07 использование информации, полученной в результате проведения маркетинговых исследований, для принятия грамотных	Зд6_ОП.07 понятие и сущность маркетинговой информации

интеллектуальных технологий	управленческих решений	
	Уд 6_ОП.07 планировать проведение маркетинговых исследований	Зд 7_ОП.07 содержание и сущность этапов процесса маркетинговых исследований
	Уд 7_ОП.07 использовать методы анализа маркетинговой информации	Зд 8_ОП.07 методы маркетинговых исследований
ПК 2.4 Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.	Уд 8_ОП.07 оценки эффективности маркетинга, его отдельных направлений и мероприятий	Зд 9_ОП.07 особенности товарной, ценовой и распределительной деятельности предприятия
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Уо 01.01 распознавать и анализировать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; выделять её составные части; определять этапы решения задачи; составлять план действий; определять необходимые ресурсы; реализовывать составленный план;	Зо 01.01 актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
	Уо 01.02 владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;	Зо 01.02 алгоритмы и методы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;

### 1.3 Обоснование часов учебной дисциплины в рамках вариативной части

Дополнительные профессиональные компетенции	Дополнительные знания, умения, навыки	Номер и наименование темы	Объем часов	Обоснование включения в рабочую программу
-	Зд3 особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; Уд2 учитывать особенности менеджмента в профессиональной деятельности;	<b>Тема 1.1.</b> Сущность и характерные черты современного менеджмента, история его развития	2	Для углублённой подготовки в области менеджмента, с учётом специфики торгового дела.
-	Зд3 особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; Уд2 учитывать особенности менеджмента в профессиональной деятельности;	<b>Тема 1.2.</b> Внешняя и внутренняя среда организации	6	Для углублённой подготовки в области менеджмента, с учётом специфики торгового дела.
-	Зд3 особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; Уд2 учитывать особенности менеджмента в профессиональной деятельности;	<b>Тема 1.3.</b> Цикл менеджмента: организация, планирование, мотивация и контроль	6	Для углублённой подготовки в области менеджмента, с учётом специфики торгового дела.
-	Зд3 особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; Уд2 учитывать	<b>Тема 1.4.</b> Система методов управления.	2	Для углублённой подготовки в области менеджмента, с учётом специфики торгового дела.

	особенности менеджмента в профессиональной деятельности;			
-	Зд3 особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; Уд2 учитывать особенности менеджмента в профессиональной деятельности;	<b>Тема 1.5.</b> Коммуникационные процессы в менеджменте	2	Для углублённой подготовки в области менеджмента, с учётом специфики торгового дела.
-	Зд3 особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; Уд2 учитывать особенности менеджмента в профессиональной деятельности;	<b>Тема 1.6.</b> Принятие и реализация управленческих решений	6	Для углублённой подготовки в области менеджмента, с учётом специфики торгового дела.
-	Зд3 особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; Уд2 учитывать особенности менеджмента в профессиональной деятельности;	<b>Тема 1.7</b> Стили управления	2	Для углублённой подготовки в области менеджмента, с учётом специфики торгового дела.
-	Зд3 особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; Уд2 учитывать особенности менеджмента в профессиональной деятельности;	<b>Тема 1.8</b> Деловое и управленческое общение	10	Для углублённой подготовки в области менеджмента, с учётом специфики торгового дела.
-	Зд3 особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; Уд2 учитывать особенности менеджмента в профессиональной деятельности;	<b>Тема 1.9</b> Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности	2	Для углублённой подготовки в области менеджмента, с учётом специфики торгового дела.
-	Зд4 понятие и сущность маркетинговой информации	<b>Тема 2.1</b> Маркетинг – рыночная концепция управления	2	Для углублённой подготовки в области менеджмента, с учётом специфики торгового дела.
-	Зд5 основные виды маркетинговой среды Уд 4 планировать проведение маркетинговых исследований	<b>Тема 2.2.</b> Маркетинговые исследования	6	Для углублённой подготовки в области менеджмента, с учётом специфики торгового дела.
-	Зд 8 методы маркетинговых	<b>Тема 2.3.</b> Комплексное изучение рынка	10	Для углублённой подготовки в области

	исследований Уд 7 использовать методы анализа маркетинговой информации			менеджмента, с учётом специфики торгового дела.
-	Зд 9 особенности товарной, ценовой и распределительной деятельности предприятия Уд 8 оценки эффективности маркетинга, его отдельных направлений и мероприятий	<b>Тема 2.4.</b> Сегментация и выбор целевого рынка	6	Для углублённой подготовки в области менеджмента, с учётом специфики торгового дела.
-	Зд 9 особенности товарной, ценовой и распределительной деятельности предприятия Уд 8 оценки эффективности маркетинга, его отдельных направлений и мероприятий	<b>Тема 2.5</b> Ценовая политика	4	Для углублённой подготовки в области менеджмента, с учётом специфики торгового дела.
-	Зд 9 особенности товарной, ценовой и распределительной деятельности предприятия Уд 8 оценки эффективности маркетинга, его отдельных направлений и мероприятий	<b>Тема 2.6</b> Маркетинговые стратегии.	6	Для углублённой подготовки в области менеджмента, с учётом специфики торгового дела.
	Зд3 особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; Уд2 учитывать особенности менеджмента в профессиональной деятельности; Зд5 основные виды маркетинговой среды Уд 4 планировать проведение маркетинговых исследований; Зд 9 особенности товарной, ценовой и распределительной деятельности предприятия Уд 8 оценки эффективности маркетинга, его отдельных направлений и мероприятий	<b>Промежуточная аттестация</b>	18	Формировать дополнительные профессиональные компетенции, востребованные работодателям.
Всего академических часов учебной дисциплины в рамках вариативной части			90	

## 2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1 Трудоемкость освоения дисциплины

<b>Наименование составных частей дисциплины</b>	<b>Объем в часах</b>	<b>в т.ч. в форме практической подготовки</b>
теоретические занятия (лекции, уроки)	32	0
практические занятия	32	20
лабораторные занятия	не предусмотрено	0
самостоятельная работа	8	0
промежуточная аттестация	18	0
Форма промежуточной аттестации – экзамен		

## 2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем учебной дисциплины	Содержание учебного материала, практические и лабораторные занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад.ч.	Код ПК, ОК	Коды осваиваемых элементов компетенций
1	2	3	4	5
<b>Раздел 1. Основы менеджмента</b>		38/8		
<b>Тема 1.1.</b> Сущность и характерные черты современного менеджмента, история его развития	<b>Содержание</b>	2/0		
	Сущность менеджмента, его место в общей теории управления. Предмет и задачи менеджмента. Менеджмент как наука и практика управления. Цели менеджмента. Функции менеджмента. Принципы менеджмента. Научные подходы к менеджменту. Этапы и особенности формирования теории менеджмента. Школы менеджмента. Эволюция менеджмента	2/0	ПК 1.1 ОК 01	Зд 1, Зо 01.01 Зо 01.02,
<b>Тема 1.2.</b> Внешняя и внутренняя среда организации	<b>Содержание</b>	6/2		
	Организация как объект менеджмента. Внешняя среда организации. Факторы среды прямого воздействия. Факторы среды косвенного воздействия. Характеристики внешней среды: взаимосвязь факторов внешней среды, сложность внешней среды, подвижность среды, неопределенность внешней среды. Внутренняя среда организации: структура, кадры, внутриорганизационные процессы, технология, организационная культура.	2/0	ПК 1.1 ОК 01	Зд 1, Зд 2, Зо 01.01, Зо 01.02,
	<b>В том числе практических занятий</b>	4/2		
	Практическое занятие №1. Анализ факторов внешней среды.	4/2	ПК 1.1 ОК 01	Уд 1, Уд 2 Уо 01.01, Уо 01.02
<b>Тема 1.3.</b> Цикл менеджмента: организация, планирование, мотивация и контроль	<b>Содержание</b>	6/2		
	Цикл менеджмента (планирование, организация, мотивация и контроль) как основа управленческой деятельности. Характеристика функций управления. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций менеджмента.	2/0	ПК 1.1 ОК 01	Зд 1, Зд 2, Зд 3 Зо 01.01, Зо 01.02
	<b>В том числе практических занятий</b>	4/2		
	Практическое занятие №2. Разработка организационной структуры управления для заданной организации.	4/2	ПК 1.1 ОК 01	Уд 1, Уд 2 Уо 01.01, Уо 01.02
<b>Тема 1.4.</b> Система методов управления.	<b>Содержание</b>	2/0		
	Понятие методов управления. Направленность, содержание и организационная форма методов. Классификация методов	2/0	ПК 1.1 ОК 01	Зд 1, Зд 2, Зд 3, Зо 01.01,

	управления: организационно-распорядительные, экономические, социально-психологические. Характер воздействия: прямое и косвенное.			Зо 01.02
<b>Тема 1.5.</b> Коммуникационные процессы в менеджменте	<b>Содержание</b>	2/0		
	Сущность и основные элементы процесса коммуникации. Факторы, влияющие на процесс коммуникации в организации. Модель коммуникационного процесса. Основные виды коммуникаций. Межличностные коммуникации. Организационные коммуникации. Пути улучшения системы коммуникаций.	2/0	ПК 1.1 ОК 01	Зд 1, Зд 2, Зд 3, Зо 01.01, Зо 01.02
<b>Тема 1.6.</b> Принятие и реализация управленческих решений	<b>Содержание</b>	6/2		
	Содержание и виды управленческих решений. Процесс принятия решений. Методы принятия решений. Индивидуальные стили принятия решений. Условия эффективности управленческих решений. Организация и контроль выполнения решений.	2/0	ПК 1.1 ОК 01	Зд 1, Зд 2, Зд 3, Зо 01.01, Зо 01.02
	<b>В том числе практических занятий</b>	4/2		
	Практическое занятие №3. Разработка схем процесса принятия решения в конкретных ситуациях.	4/2	ПК 1.1 ОК 01	Уд 1, Уд 2, Уо 01.01, Уо 01.02
<b>Тема 1.7</b> Стили управления	<b>Содержание</b>	2/0		
	Менеджер и лидер. Понятие лидерства. Влияние и власть. Формы влияния и власти. Стили руководства и типы руководителей. Управленческая решетка и классификация типов руководителей. Связь стиля руководства и ситуации. Эффективность деятельности менеджера	2/0	ПК 1.1 ОК 01	Зд 1, Зд 2, Зд 3, Зо 01.01, Зо 01.02
<b>Тема 1.8</b> Деловое и управленческое общение	<b>Содержание</b>	10/2		
	Фазы делового общения: начало беседы, передача информации, аргументирование, опровержение доводов собеседника, принятие решения. Управленческое общение, его функции и назначение. Распорядительная информация и ее виды. Условия эффективного общения. Два закона управленческого общения. "Шкала отношений". Правила устного распоряжения.	2/0	ПК 1.1 ОК 01	Зд 1, Зд 2, Зд 3, Зо 01.01, Зо 01.02
	<b>В том числе практических занятий</b>	4/2		
	Практическое занятие №4. Разработка технологии проведения делового совещания.	4/2	ПК 1.1 ОК 01	Уд 1, Уд 2, Уо 01.01, Уо 01.02
	<b>Самостоятельная работа</b>	4/0		
Составление глоссария по теме: «Определения менеджмента».	4/0	ПК 1.1 ОК 01	Зд 1, Зд 2, Зд 3, Уд 1, Уд 2, Зо 01.01,	

				Зо 01.02 Уо 01.01, Уо 01.02
<b>Тема 1.9</b> Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности	<b>Содержание</b>	2/0		
	Область профессиональной деятельности менеджера (обеспечение эффективного управления организацией, организация систем управления). Объект профессиональной деятельности (организации экономической сферы, социальной, производственной, подразделения управления акционерных обществ, частных фирм, проектные организации). Основные виды профессиональной деятельности менеджера (управленческая, организационная, экономическая, маркетинговая, проектно-исследовательская и т.д.) <i>Контрольная работа №1 по разделу «Основы менеджмента».</i>	2/0	ПК 1.1 ОК 01	Зд 1, Зд 2, Зд 3, Зо 01.01, Зо 01.02
<b>Раздел 2. Основы маркетинга</b>		34/12		
<b>Тема 2.1</b> Маркетинг – рыночная концепция управления.	<b>Содержание</b>	2/0		
	Понятие маркетинга. История формирования концепций маркетинга. Функции и цели маркетинга. Принципы маркетинга	2/0	ПК 1.1. ПК 2.1 ПК 2.3 ОК 01	Зд 3, Зд 4, Зд 5, Зд 6, Зд 7, Зд 8, Зо 01.01, Зо 01.02
<b>Тема 2.2.</b> Маркетинговые исследования	<b>Содержание</b>	6/2		
	Понятие и роль маркетинговой информации. Содержание процесса маркетинговых исследований. Маркетинговая среда	2/0		
	<b>В том числе практических занятий</b>	4/2		
	Практическое занятие №5. Определение концепций маркетинга в конкретных ситуациях.	2/2	ПК 1.1. ПК 2.1 ПК 2.3 ОК 01	Уд 1, Уд 2, Уд 3, Уд 4, Уд 5, Уд 6, Уд 7, Уо 01.01, Уо 01.02
Практическое занятие №6. Обработка и анализ маркетинговой информации.	2/2	ПК 1.1. ПК 2.1 ПК 2.3 ОК 01	Уд 1, Уд 2, Уд 3, Уд 4, Уд 5, Уд 6, Уд 7, Уо 01.01, Уо 01.02	
<b>Тема 2.3.</b> Комплексное изучение рынка	<b>Содержание</b>	10/2		
	Рынок как объект маркетинга. Потребности, спрос и покупательское поведение как объекты маркетинга. Конкуренты как объект маркетинга. Конъюнктура рынка недвижимости, динамика спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.	2/0	ПК 2.3 ПК 2.4 ОК 01	Зд 6, Зд 7, Зд 8, Зд 9 Зо 01.01, Зо 01.02
	<b>В том числе практических занятий</b>	4/2		

	Практическое занятие №7. Выявление факторов покупательского поведения. Определение конкурентных преимуществ.	4/2	ПК 2.3 ПК 2.4 ОК 01	Уд 5, Уд 6, Уд7, Уд8 Уо 01.01, Уо 01.02
	<b>Самостоятельная работа</b>	4/0		
	Составление аналитической таблицы по теме «Классификация потребителей».	4/0	ПК 2.1 ПК 2.3 ОК 01	Зд 4, Зд 5, Зд 6, Зд7, Зд8, Зо 01.01, Зо 01.02 Уд 1, Уд 2, Уд 3, Уд 4, Уд 5, Уд 6, Уд 7, Уо 01.01, Уо 01.02
<b>Тема 2.4.</b> Сегментация и выбор целевого рынка	<b>Содержание</b>	6/2		
	Сегментация рынка. Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование товара на рынке	4/0	ПК 2.3 ПК 2.4 ОК 01	Зд 6, Зд 7, Зд 8, Зд 9 Зо 01.01, Зо 01.02
	<b>В том числе практических занятий</b>	2/2		
	Практическое занятие №8. Определение характеристик рынка. Выявление факторов сегментации для заданных организаций.	2/2	ПК 2.3 ПК 2.4 ОК 01	Уд 1, Уд 2, Уд 3, Уд 4, Уд 5, Уд 6, Уд 7, Уо 01.01, Уо 01.02
<b>Тема 2.5</b> Ценовая политика	<b>Содержание</b>	4/2		
	Факторы, определяющие ценовую политики. Методы определения уровня цены. Виды ценовой стратегии. Классификация цен. Стратегия и тактика ценообразования.	2/0	ПК 2.3 ПК 2.4 ОК 01	Зд 6, Зд 7, Зд 8, Зд 9 Зо 01.01, Зо 01.02
	<b>В том числе практических занятий</b>	2/2		
	Практическое занятие №9. Определение ценовой стратегии для заданной организации.	2/2	ПК 2.3 ПК 2.4 ОК 01	Уд 1, Уд 2, Уд 3, Уд 4, Уд 5, Уд 6, Уд 7, Уо 01.01, Уо 01.02
<b>Тема 2.6</b> Маркетинговые стратегии.	<b>Содержание</b>	6/2		
	Общая стратегия и стратегия маркетинга. Конкурентные маркетинговые стратегии. Стратегии маркетинга и рыночный спрос. Выбор стратегии маркетинга <i>Контрольная работа №2 по разделу «Основы маркетинга»</i>	2/0	ПК 2.3 ПК 2.4 ОК 01	Зд 6, Зд 7, Зд 8, Зд 9 Зо 01.01, Зо 01.02

	<b>В том числе практических занятий</b>	4/2		
	Практическая работа №10. Составление SWOT-анализа.	4/2	ПК 2.3 ПК 2.4 ОК 01	Уд 1, Уд 2, Уд 3, Уд 4, Уд 5, Уд 6, Уд 7, Уд 8 Уо 01.01, Уо 01.02
<b>Промежуточная аттестация</b>		<b>18/0</b>		
<b>Всего</b>		<b>90/20</b>		

### 2.3 Перечень практических и лабораторных занятий

Номенклатура практических и лабораторных занятий должна обеспечивать освоение названных в разделе 1.2 рабочей программы умений.

Темы лабораторных и практических занятий	Содержание (краткое описание)	Специализированное оборудование, технические средства, программное обеспечение
<b>Раздел 1. Основы менеджмента</b>		
Практические занятия		
Практическое занятие №1 Анализ факторов внешней и внутренней среды.	Формирование навыков анализа внешней среды организации.	Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет Консультант плюс
Практическое занятие №2. Разработка стратегии для заданной организации.	Формирование навыков построения структуры организации. Развитие управленческого мышления.	Не требуется
Практическое занятие №3. Разработка схем процесса принятия решения в конкретных ситуациях.	Формирование навыков анализа принятия решения Развитие управленческого мышления.	Не требуется
Практическое занятие №4. Разработка технологии проведения делового совещания.	Формирование навыков составления плана делового совещания.	Не требуется
<b>Раздел 2. Основы маркетинга</b>		
Практические занятия		
Практическое занятие №5. Определение концепций маркетинга в конкретных ситуациях.	Формирование навыков определения концепций маркетинга.	Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет Консультант плюс
Практическое занятие №6. Обработка и анализ маркетинговой информации	Формирование навыков обработки и анализа маркетинговой информации.	Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет Консультант плюс
Практическое занятие №7. Выявление факторов покупательского поведения. Определение конкурентных преимуществ.	Формирование умений выявлять факторы покупательского поведения и определять конкурентные преимущества.	Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет Консультант плюс
Практическое занятие №8. Определение характеристик рынка. Выявление факторов сегментации для заданных организаций	Формирование умений определять характеристики рынка и выявлять критерии сегментации.	Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет Консультант плюс
Практическое занятие №9. Определение ценовой стратегии для заданной организации.	Формирование навыков определения ценовой стратегии для организации.	Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет Консультант плюс
Практическая работа №10. Составление SWOT-анализа	Формирование навыков проведения SWOT - анализа	Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет Консультант плюс

## **3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **3.1 Материально-техническое обеспечение**

Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Основ экономики, менеджмента и организации труда», оснащенный в соответствии с приложением 3 образовательной программы.

*Помещение для воспитательной работы*, оснащенное в соответствии с приложением 3 образовательной программы.

*Компьютерный класс*, оснащенный в соответствии с приложением 3 образовательной программы.

### **3.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение реализации программы**

#### **Основные источники:**

1. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2024. — 672 с. - ISBN 978-5-9776-0554-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2139996> (дата обращения: 19.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

2. Гатина, Е.С. Менеджмент : учебное пособие / Е. С. Гатина ; Магнитогорский гос.технический ун-т им. Г.И.Носова. - Магнитогорск : МГТУ им. Г.И. Носова, 2022. - 1 CD-ROM. - ISBN 978-5-9967-2418-5. - Загл. с титул. экрана. - URL : <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=S221.pdf&show=dcatalogues/5/9572/S221.pdf&view=true>. - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

3. Захарова, И. В. Маркетинг : учебное пособие / И. В. Захарова. — Москва : КноРус, 2026. — 202 с. — ISBN 978-5-406-15236-2. — URL: <https://book.ru/book/959449> (дата обращения: 19.04.2026). — Текст : электронный.

4. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21301-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569590> (дата обращения: 19.04.2026).

5. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 422 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19915-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/584953> (дата обращения: 19.04.2026).

6. Сетков, В. И. Менеджмент : учебное пособие / В. И. Сетков. — Москва : КноРус, 2025. — 149 с. — ISBN 978-5-406-13785-7. — URL: <https://book.ru/book/959486> (дата обращения: 19.04.2026). — Текст : электронный.

#### **Дополнительные источники:**

1. Грибов, В. Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие / В. Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2025. — 224 с. — ISBN 978-5-406-13771-0. — URL: <https://book.ru/book/955532> (дата обращения: 19.04.2026). — Текст : электронный.

2. Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 327 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18492-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/584569> (дата обращения: 19.04.2026).

3. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст :

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585030> (дата обращения: 19.04.2026).

4. Дорман, В. Н. Основы коммерческой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 103 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16835-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562875> (дата обращения: 19.04.2026).

5. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 487 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16789-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559758> (дата обращения: 19.04.2026)

#### Интернет-ресурсы:

1. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://school-collection.edu.ru/>, свободный. – Загл. с экрана. Яз. рус.

2. Интуит – национальный открытый университет. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://intuit.ru/studies/courses>, свободный. – Загл. с экрана. Яз. рус. 14

3. КонсультантПлюс. Официальный сайт компании «Консультант-Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>, свободный.– Загл. с экрана. Яз. Рус.

### 3.3 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений обучающихся.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы осуществляется в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия и внеаудиторную самостоятельную работу обучающихся по учебной дисциплине, проходит как в письменной, так и устной или смешанной форме, с представлением изделия или продукта самостоятельной деятельности.

В качестве форм и методов контроля внеаудиторной самостоятельной работы используются: *проверка выполненной работы преподавателем.*

№	Наименование раздела/темы	Оценочные средства (задания) для самостоятельной внеаудиторной работы
1	Раздел 1. Основы менеджмента <b>Тема 1.8</b> Деловое и управленческое общение	<b>Задание:</b> составьте глоссарий (словарь терминов) по теме: «Определения менеджмента» <b>Цель задания:</b> углубление и расширение теоретических знаний; развитие познавательных способностей; формирование умений использовать нормативную, справочную документацию и специальную литературу. <b>Рекомендации по выполнению задания:</b> В глоссарии должно быть рассмотрено не менее двадцати определений менеджмента, отражающих его управленческую сущность. Для выполнения задания возможно использовать источники: 1. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2024. — 672 с. - ISBN 978-5-9776-0554-0. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.ru/catalog/product/2139996">https://znanium.ru/catalog/product/2139996</a> (дата обращения: 19.04.2026). – Режим доступа: по подписке. 2. Захарова, И. В. Маркетинг : учебное пособие /

		<p>И. В. Захарова. — Москва : КноРус, 2026. — 202 с. — ISBN 978-5-406-15236-2. — URL: <a href="https://book.ru/book/959449">https://book.ru/book/959449</a> (дата обращения: 19.04.2026). — Текст : электронный.</p> <p>3. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21301-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/569590">https://urait.ru/bcode/569590</a> (дата обращения: 19.04.2026).</p> <p>4. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 422 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19915-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/584953">https://urait.ru/bcode/584953</a> (дата обращения: 19.04.2026).</p> <p>2. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент». – Режим доступа: <a href="http://www.ecsocman.edu.ru">http://www.ecsocman.edu.ru</a>, свободный.– Загл. с экрана. Яз. рус.</p> <p>3. Economicus.ru. Образовательно-справочный сайт по экономике. – Режим доступа: <a href="http://www.economicus.ru">http://www.economicus.ru</a>, свободный. – Загл. с экрана. Яз. рус.</p> <p><b>Глоссарий</b> – словарь, раскрывающий смысл используемых терминов, понятий, оформленный не в алфавитном порядке, а по изучаемым темам. Знание терминологии, понимание сущности используемых понятий является неотъемлемой чертой культуры специалиста.</p> <p><b>Компоненты содержания:</b> краткое значение терминов в одном или нескольких вариантах.</p> <p>Для ведения глоссария должна быть заведена отдельная тетрадь или можно вести словарь с конца общей тетради для конспектов, возможно составление электронного глоссария как одного из видов индивидуальных проектов.</p> <p><b>Варианты:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>–состав терминов по теме определяет преподаватель;</li> <li>–состав терминов обучающийся выбирает самостоятельно с учетом определенной темы, проблемы.</li> </ul> <p><b>Формы контроля:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>–тестирование;</li> <li>–фронтальный опрос.</li> </ul> <p><b>Критерии оценки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>–уровень усвоения теоретического материала;</li> <li>–качество составленного глоссария (оформление, количество терминов, содержание термина);</li> <li>–четкость изложения терминов.</li> </ul>
2	<p>Раздел 2. Основы маркетинга / Тема 2.3. Комплексное изучение рынка</p>	<p><b>Текст задания:</b> составить таблицу: «Классификация потребителя».</p> <p><b>Цель:</b> повторить и систематизировать изученный материал, научиться выделять главное и основное, лаконично,</p>

		<p>компактно и сжато изложить отобранный материал, научиться классифицировать излагаемый материал по уровням значимости.</p> <p><b>Рекомендации по выполнению задания:</b></p> <p>Данные средства наглядности выполняют функцию конспектирования материала. При заполнении сравнительной таблицы необходимо выделить главное в теме. Лаконично, компактно, сжато изложить отобранный материал. Логика построения таблиц – отражение содержательных связей между единицами излагаемой информации, их четкая классификация по уровням значимости.</p> <p>Этапы работы над сравнительной таблицей</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поиск информации</li> <li>2. Анализ информации</li> <li>3. Осмысление информации</li> <li>4. Синтез информации.</li> </ol> <p><b>Критерии оценки:</b></p> <p>обоснование, логичность, четкость, рациональность</p>
--	--	---

## 4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе текущего контроля и промежуточной аттестации.

### 4.1 Текущий контроль

№	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины	Контролируемые результаты	Наименование оценочного средства	Критерии оценки
1	<b>Раздел 1. Основы менеджмента</b>	ПК 1.1, ПК 2.1 ОК 01.	Оценка результатов практических работ	Смотри критерии оценки практической работы
			Контрольная работа (тест)	Смотри критерии оценки теста
2	<b>Раздел 2. Основы маркетинга</b>	ПК 2.3, ПК 2.4 ОК 01	Оценка результатов практических работ	Смотри критерии оценки практической работы
			Контрольная работа (тест)	Смотри критерии оценки теста

#### Критерии оценки практического задания:

«5» (отлично): выставляется студенту, если расчетная и графическая части выполнены в полном объеме, решение оформлено с соблюдением установленных правил; студент свободно владеет теоретическим материалом, безошибочно применяет его при решении задач.

«4» (хорошо): выставляется студенту, если при выполнении задания допущены незначительные ошибки, решение оформлено с соблюдением установленных правил; студент свободно владеет теоретическим материалом, безошибочно применяет его при решении задач;

«3» (удовлетворительно): выставляется студенту, если задание выполнено с «грубыми» ошибками, решение оформлено без соблюдения установленных правил ;

«2» (неудовлетворительно): выставляется студенту, если работа не выполнена/

#### Критерии оценки тестирования:

За правильно выполненное действие, задание выставляется положительная оценка – 1 балл.

За неправильно выполненное действие, задание выставляется отрицательная оценка – 0 баллов.

Для оценки образовательных достижений обучающихся применяется универсальная шкала.

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	балл (отметка)	вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
80 ÷ 89	4	хорошо
70 ÷ 79	3	удовлетворительно
менее 70	2	неудовлетворительно

### 4.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется по завершении изучения дисциплины и позволяет определить качество и уровень ее освоения.

Форма промежуточной аттестации по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» - экзамен.

Результаты обучения (индекс ИДК)	Оценочные средства для промежуточной аттестации
ПК 1.1 ПК 2.1 ПК 2.3 ПК 2.4	<p>Выполнить тестовое задание:</p> <p>1. Потребность - это...</p> <p>А) количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд</p> <p>Б) нужда, воплощенная в какую-то конкретную форму</p>

- В) товар, который способен удовлетворить нужду потребителя  
 Д) все ответы верны
2. Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается?  
 А) большое число потребителей  
 Б) превышение предложения над спросом  
 В) превышение спроса над предложением  
 Д) все ответы верны
3. Спрос на товар (услугу) как категорию маркетинга -это...  
 А) нужда в конкретном виде продукции  
 Б) потребность в товаре (услуге)  
 В) потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем  
 Д) все ответы верны
4. Организация управления предприятием называется:  
 А) маркетинг  
 Б) бухгалтерский учет  
 В) менеджмент  
 Г) экономика
5. Постановка целей и определение путей достижения этих целей деятельности предприятия в теории управления называется:  
 А) организация  
 Б) планирование  
 В) руководство  
 Г) контроль
6. Как называется функция менеджмента, содержание которой является распределение работ среди людей или отдельных групп на предприятии?  
 А) функция организации  
 Б) планирование  
 В) руководства  
 Г) контроля
7. Найдите соответствие:
- | <b>Характеристика</b>                       | <b>Виды деятельности</b> |
|---|--------------------------|
| 1. Стратегическое планирование              | А) Менеджмент            |
| 2. Изучение спроса потребителей             | Б) Маркетинг             |
| 3. Воздействие на рынок                     |                          |
| 4. Создание благоприятного климата в работе |                          |
8. Разновидность одного и того же товара является?  
 А) конкурентами – желаниями  
 Б) товарно-родовыми конкурентами  
 В) товарно-видовыми конкурентами  
 Г) матками-конкурентами
9. Изучение мотивации покупок и поведения потребителя связано:  
 А) с географической сегментацией  
 Б) повышением качеством продукции  
 В) увеличением ассортимента  
 Г) рекламой
10. Топ менеджер – это  
 А) владелец фирмы

- Б) менеджер среднего звена
  - В) менеджер низшего звена
  - Г) менеджер высшего звена
11. Разработка стратегии продаж продукции предприятия является содержанием деятельности:
    - А) менеджмента
    - Б) маркетинга
    - В) лизинга
    - Г) франчайзинга
  12. Стимулирование сбыта в теории маркетинга связано
    - А) с понижением цен
    - Б) увеличением ассортимента
    - В) повышением качества продукции
    - Г) рекламой
  13. Маркетинговая среда предприятия?
    - А) часть его макросреды
    - Б) часть его микросреды
    - В) совокупность микро и макросреды
    - Д) Все ответы верны
  14. Понятие макросреды отражает?
    - А. силы, влияющие на деятельность предприятия непосредственно
    - Б. силы, не влияющие на деятельность предприятия
    - В) силы, влияющие на микросреду, в которой работает производитель
  15. Микросреда фирмы – это ...
    - А) набор свойств товара
    - Б) функциональные структуры предприятия
    - В) формальные и неформальные группы
    - Г) силы и субъекты, на которые фирма может влиять
    - Д) силы и субъекты, на которые фирма не может влиять
  16. Контактные аудитории – это...
    - А) субъекты, которые могут оказать влияние на способность предприятия достигать поставленных целей
    - Б) субъекты, которые непосредственно входят в контакт с предприятием и поставляют ему товары
    - В) субъекты, которые непосредственно контактируют с предприятием, покупая его товары
    - Д) все ответы верны
  17. Согласно маркетинговой концепции, для эффективного функционирования в условиях рыночной экономики предприятие должно стремиться к получению максимальной прибыли от своей деятельности за счет?
    - А) поддержание максимальных, допустимых конъюнктурой рынка, цен на товары (услуги)
    - Б) наилучшего удовлетворения спроса клиентуры на товары наиболее выгодным для предприятия образом
    - Д) все ответы верны
  18. По значению исследование цели могут быть?
    - А) кабинетные или полевые
    - Б) перспективные или текущие
    - В) поисковые, описательные или экспериментальные
    - Д) все ответы верны
  19. Закрытые вопросы включают в себя?
    - А) источники информации
    - Б) возможные варианты ответов
    - В) вторичную информацию

	<p>Д) первичную информацию  Е) все ответы верны</p> <p>20. Система анализа маркетинговой информации включает в себя?  А) базы данных  Б) систему маркетинговой информации  В) банк методов и моделей  Г) все ответы верны  Д) нет правильного ответа</p> <p>21. Предприятию необходимо оценить в процентах ту часть посетителей магазина, которые сделали покупки. Какой метод исследования целесообразно использовать?  А) наблюдение  Б) опрос  В) эксперимент</p> <p>22. Организация – это  А) социальная система, объединение людей, занимающихся совместной деятельностью  Б) социальная система, объединения людей, занимающихся совместной деятельностью для достижения поставленных целей  В) закрытая система, состоящая из людей, достигающих своих целей  Г) закрытая система, состоящая из людей, достигающих определенные цели</p> <p>23. Основными показателями эффективной работы организации являются:  А) производительность  Б) прибыль и рентабельность  В) удовлетворенный спрос потребителей, прибыль  Г) экономическая прибыль</p> <p>24. Горизонтальное разделение труда – это ...  А) разделение всей работы на составляющие компоненты  Б) управление и координация определенных групп людей для достижения целей  В) разделение определенной группой людей  Г) управление определенной группой людей</p> <p>25. Назовите основоположника менеджмента, который первым предложил приметь разделение труда на производстве:  А) Ф.У. Тейлор  Б) Г. Эмерсон  В) Г. Форд  Д) А. Файоль</p> <p>26. Централизация – это ...  А) передача или делегирование ответственности за ряд ключевых решений, а следовательно, передача ответственности  Б) процесс организационного обособления структурных подразделений  В) концентрация прав принятия решений, сосредоточение властных полномочий на верхнем уровне руководства организацией  Д) деление в организации работ между частями или подразделениями</p> <p>27. Назовите этапы принятия управленческих решений:  А) оценка проблемной ситуации, постановка целей,</p>
--	--

разработка возможных альтернатив решение проблемы, выбор оптимального решения, организации и контроль выполнения принятого решения  
 Б) признание и необходимость решения, разработка альтернатив, реализация решения  
 В) подготовка управленческого решения, принятие решения, организация исполнения  
 Г) оценка проблемной ситуации, постановка целей, задач, сбор необходимой информации, разработка альтернатив, оценка альтернатив, выбор альтернатив, организация и контроль выполнения решения, обратная связь и корректировка

28. Программируемое решение – это ...

- А) связано с часто возникающими ситуациями, что позволяет формализовать процесс его принятия
- Б) связано с использованием его принятии компьютерных программ
- В) связано с уникальными, неопределенными и неструктурированными ситуациями

29. Назовите принципы планирования:

- А) принцип единства, участия, непрерывности, точности, гибкости
- Б) принцип точности, участия, жесткости, непрерывности
- В) принцип гибкости, единства, непрерывности

30. Дайте определение понятия «миссия» - это ...

- А) конкретное состояние отдельных характеристик организации, на достижение которых направлена ее деятельность;
- Б) утверждение, выражающее желание создателей организации;
- В) общее направление деятельности организации;
- Г) философия и смысл существования организации.

*Критерии оценки:*

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
80 ÷ 89	4	хорошо
70 ÷ 79	3	удовлетворительно
менее 70	2	неудовлетворительно

ПК 1.1  
 ПК 2.1  
 ПК 2.3  
 ПК 2.4  
 ОК 01

*Экзаменационные вопросы:*

1. Понятие и сущность менеджмента.
2. Эволюция управленческой мысли: научные школы.
3. Эволюция управленческой мысли: основные подходы.
4. Зарубежный опыт менеджмента: Опыт менеджмента в Японии. Опыт менеджмента в США.
5. Внешняя среда организации.
6. Внутренняя среда организации.
7. Организационная структура. Типы: линейный, функциональный, штабной, матричный. Их достоинства и недостатки.
8. Цикл менеджмента
9. Сущность и взаимосвязь функций менеджмента.

	<p>10. Характеристика основных функций менеджмента.  11. Контроль: понятие, этапы, виды.  12. Мотивация. Содержательные теории мотивации: А. Маслоу, Герцберг, МакКлелланд.  13. Мотивация. Процессуальные теории мотивации: Врум, Адамс, Портер – Лоулер.  14. Понятие и классификация методов управления в менеджменте.  15. Организационно-административные методы управления.  16. Экономические методы управления.  17. Социально-психологические методы  18. Сущность и основные элементы процесса коммуникации.  19. Модель коммуникационного процесса.  20. Основные виды коммуникаций.  21. Содержание и виды управленческих решений.  22. Процесс принятия решений.  23. Методы принятия решений.  24. Индивидуальные стили принятия решений.  25. Организация и контроль выполнения решений.  26. Менеджер и лидер. Понятие лидерства.  27. Формы влияния и власти.  28. Стили руководства и типы руководителей.  29. Фазы делового общения.  30. Управленческое общение, его функции и назначение.  31. Условия эффективного общения. 32. Область профессиональной деятельности менеджера.  33. Объект профессиональной деятельности менеджера.  34. Основные виды профессиональной деятельности менеджера.  35. История формирования концепций маркетинга.  36. Функции и цели маркетинга. Принципы маркетинга.  37. Комплекс маркетинга и его элементы.  38. Виды маркетинга в зависимости от состояния спроса.  39. Содержание процесса маркетинговых исследований.  40. Маркетинговая среда: понятие, элементы микро- и макросреды.  41. Способы сбора маркетинговой информации.  42. Рынок как объект маркетинга.  43. Потребности, спрос и покупательское поведение как объекты маркетинга.  44. Конкуренты как объект маркетинга.  45. Сегментация рынка: понятие, признаки.  46. Выбор целевых сегментов рынка.  47. Позиционирование товара на рынке.  48. Факторы, определяющие ценовую политику.  49. Методы определения уровня цены.  50. Виды ценовой стратегии.  51. Конкурентные маркетинговые стратегии.  52. Стратегии маркетинга и рыночный спрос.  53. Выбор стратегии маркетинга.  54. Роль маркетинга в деятельности предприятия.</p>
<p>ПК 1.1  ПК 2.1  ПК 2.3  ПК 2.4  ОК 01</p>	<p><i>Кейс-задание:</i></p> <p style="text-align: center;"><b>Хозяева горы</b></p> <p>Все эти правила не освоить в одиночку, и новичку лучше обратиться к профессиональным инструкторам, которые есть практически на каждом комплексе. Между прочим, специалисты говорят, что научиться кататься легко. Сноуборд</p>

можно «почувствовать» за неделю, а за две – более-менее грамотно спускаться по несложному склону на лыжах.

Самое интересное – что в этом виде спорта можно все время совершенствоваться. Освоив простейшую технику, многие с удовольствием учатся разным трюкам. Но для этого недостаточно появляться на горе только по выходным.

Чтобы стать профессионалом (в сноубординге их еще называют прорайдерами), нужны постоянные тренировки. В Екатеринбурге профессионалы тоже есть. Например, три года назад свою команду прорайдеров создал магазин «Норди». Александр Мерзляков: тогда я попал на небольшие соревнования в парке им. Маяковского и увидел людей, которые хотят заниматься техническим фристайлом, но делают это не в самых подходящих условиях. Четырем ребятам по итогам тех соревнований я предложил объединиться – мне хотелось помочь этому виду спорта. Основное внимание команда уделяет тренировкам в спортивном зале – именно там отрабатываются акробатические элементы: высота прыжка, точность исполнения поворотов и приземления: их учат правильно падать и группироваться в воздухе.

По словам Александра Мерзлякова, сейчас членов команды можно назвать лучшими фристайлистами Урала: Ребята достаточно легко выигрывают все соревнования здесь. Естественно, мы помогаем им со снаряжением. Наши ребят уже приглашали в свои команды московские представители всемирно известных производителей сноубордов. Надо сказать, что "свои" спортсмены, авторитет которых среди любителей непререкаем, есть у каждого мирового бренда. Интерес производителей к профессионалам объяснить просто. Это – живая реклама их продукции, ведь прорайдер выступает только на снаряжении определенной марки. Компании сражаются за профессиональных сноубордистов не менее яростно, чем футбольные клубы за игроков. А шумиха, создаваемая вокруг, способствует продвижению сноубординга в массы – и вполне успешно.

По оценкам Александра Мерзлякова, еще пять лет назад катающихся на доске был только 1%. Сейчас соотношение стремительно поменялось: один сноубордист приходится примерно на пять лыжников. По мере того, как растет лагерь сноубордистов, определяются и их отношения с горнолыжниками, антагонизм постепенно спадает. Бордеры и лыжники - народ стихии, и выяснять вопросы статуса им не к чему. Их приводит на гору страсть к скорости, к свободе и движению – именно так переводится известный лозунг: Risk it! Free it! Race it!

#### **Вопросы и задания к кейсу:**

1) Какие из факторов макросреды, упомянутые в данной статье, способствовали росту популярности горных видов спорта на Урале? Приведите примеры из статьи.

2) Какие тенденции в макровнешней среде сдерживают рост рынка горной зимней экипировки?

3) Какие другие факторы, не нашедшие отражение в статье, способствуют росту популярности горнолыжных видов спорта в вашей стране?

4) Какие благоприятные возможности возникают в макровнешней среде для разных бизнесов в связи с ростом популярности экстремальных видов спорта, в чем они

	<p>проявляются?</p> <p>5) Какие факторы микровнешней среды, определяющие поведение потребителя, влияют на выбор между сноубордом и лыжами.</p> <p>6) Какими будут Ваши рекомендации в области маркетинга для различных видов бизнеса, чтобы реализовать все благоприятные возможности, вызванные ростом популярности горных зимних видов спорта?</p> <p><i>Критерии оценки:</i></p> <p>Оценка «отлично» ставится: Кейс-задание решено правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. При разборе предложенной ситуации проявляет творческие способности, знание дополнительной литературы. Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами курса.</p> <p>Оценка «хорошо» ставится: Кейс-задание решено правильно, дано пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией.</p> <p>Оценка «удовлетворительно» ставится: Кейс-задание решено правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя. Имеет ограниченные теоретические знания, допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей, допускает ошибки при использовании научной терминологии.</p> <p>Оценка «неудовлетворительно» ставится: Кейс-задание решено неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению. Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания, не использует научную терминологию.</p>
--	--

### **Критерии оценки экзамена**

«Отлично» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, умения сформированы, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено высоко.

«Хорошо» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые умения сформированы недостаточно, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

«Удовлетворительно» - теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые умения работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий содержат ошибки.

«Неудовлетворительно» - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые умения не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки.

## ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При проведении теоретических и практических/лабораторных занятий используются следующие педагогические технологии:

№ п/п	Название образовательной технологии (с указанием автора)	Цель использования образовательной технологии	Планируемый результат использования образовательной технологии	Описание порядка использования (алгоритм применения) технологии в практической профессиональной деятельности
1	Кейс-технология или метод кейсов автор (Христофор Колумб Лэнгделл)	Приобретение необходимых навыков исследования, анализа и принятия решений; Формирование умений и навыков мыслительной деятельности.	Позволяет организовать работу по идентификации проблемы и самостоятельному (групповому) поиску решений проблемы. Участники обучения получают навыки: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Структурирование проблемы;</li> <li>• Опыт принятия решений.</li> </ul>	Учебный кейс – разрабатывается для обсуждения, самостоятельного (группового) анализа и поиска решения проблемы. Не предполагает наличие «единственно правильного решения». Применяются материалы позволяющие организовать работу по идентификации проблемы и самостоятельному поиску решений.
2	Игровое обучение (Т.В. Емельянова, Г.А. Медяник)	Создание полноценной мотивационной основы для формирования умений и навыков деятельности.	Игровая форма занятий создается при помощи игровых приемов и ситуаций, которые выступают как средство побуждения, стимулирования, учащихся к учебной деятельности. Игровые технологии в педагогике позволяют обучающимся, будучи лично заинтересованным, отрабатывать навыки работы в команде, тем самым воспитывая в себе ответственность.	Реализация игровых приёмов и ситуаций на занятиях происходит по таким основным направлениям: дидактическая цель ставится перед учащимися в форме игровой задачи; учебная деятельность подчиняется правилам игры; учебный материал используется в качестве её средства, в учебную деятельность вводится элемент соревнования, который переводит дидактическую задачу в игровую; успешное выполнение дидактического задания связывается с игровым результатом.
3	Проблемное обучение	Способ	Применение	Схема проблемного

	(Джон Дьюи)	организации деятельности учащихся, который основан на получении информации путем решения теоретических и практических проблем в создающихся в силу этого проблемных ситуациях.	технологии проблемного обучения позволяет научить мыслить логично, научно, диалектически, творчески; способствует переходу знаний в убеждения; вызывает у них глубокие интеллектуальные чувства, в том числе чувства удовлетворения и уверенности в своих возможностях и силах; формирует интерес к научному знанию.	обучения, представляется как последовательность процедур, включающих: постановку преподавателем учебно-проблемной задачи, создание для учащихся проблемной ситуации; осознание, принятие и разрешение возникшей проблемы, в процессе которого они овладевают обобщенными способами приобретения новых знаний; применение данных способов для решения конкретных систем задач.
4	Информационные технологии (А.И. Яковлев)	Усиление интеллектуальных возможностей, учащихся в информационном обществе, а также индивидуализация и повышение качества обучения на всех ступенях образовательной системы.	Информационные технологии способствуют повышению эффективности образовательного процесса, развивают творческие способности личности.	Применение ИКТ позволяет разнообразить формы работы, деятельность учащихся, активизировать внимание, повышает творческий потенциал личности.
5	Технология развивающего обучения (А. Дистервег)	Главная цель технологии развивающего образования состоит в том, чтобы подготовить учащихся к самостоятельному освоению знаний, поиску истины, а также к независимости в повседневной жизни	Результат развивающего обучения состоит в свободном развитии каждого обучаемого как субъекта взаимодействия в образовательном процессе и как личности.	Технологии развивающего образования представляют собой интеграцию обучения, воспитания и развития, поэтому они должны быть направлены на реализацию этих трех составляющих, обеспечивающих всестороннее становление личности.
6	Здоровьесберегающие технологии (В. Д. Сонькин)	Обеспечение студенту возможности сохранения здоровья	Повышение результативности образовательного процесса, повышение эмоционального	Проведение динамической паузы во время занятий, 2-5 мин. В качестве профилактики

			настрою студента.	утомления. Включает в себя элементы двигательной гимнастики
7	Традиционная технология (Я.А. Коменский)	Формирование системы знаний и умений	Облегчает понимание информации, дает условия для формирования умений и знаний.	Сообщение информации с сочетанием наглядности, ее осмысление, закреплении.