



Автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования
«Воронежский экономико-правовой институт»
(АНОО ВО «ВЭПИ»)



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.Б.15 Маркетинг

(наименование дисциплины (модуля))

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки)

Направленность (профиль)

Менеджмент организации

(наименование направленности (профиля))

Квалификация выпускника

Бакалавр

(наименование квалификации)

Форма обучения

очная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Рекомендована к использованию Филиалами АНОО ВО «ВЭПИ»

Воронеж 2019

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12 января 2016 № 7, учебным планом по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Менеджмент организации».

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры менеджмента.

Протокол заседания от « 18 » января 2019 г. № 6

Заведующий кафедрой



И. В. Куксова

Разработчики:

Профессор



И. В. Куксова

1. Цель дисциплины (модуля)

Целью дисциплины (модуля) Б1.В.15 «Маркетинг» является выработка у обучающихся представления о поведении потребителей, организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли, умения организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организации, а также построение и поддержка функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля.

2. Задачи дисциплины (модуля)

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

2.1. изучение воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления;

2.2. овладение методами воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления;

2.3. изучение содержания и взаимосвязи основных элементов процесса стратегического управления, а также построение и поддержка функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;

2.4. освоение навыков использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований;

2.5. овладение методами анализа внешней и внутренней среды организации, выявления ее ключевых элементов и оценки их влияния на организацию;

2.6. овладение методами маркетинговых исследований;

2.7. овладение методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы;

2.8. содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы высшего образования

Дисциплина «Маркетинг» относится к дисциплинам вариативной части.

Перечень предшествующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

«Экономическая теория», «Бизнес-планирование».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной: «Управление проектами».

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Процесс изучения дисциплины (модуля) «Б1.В.15 «Маркетинг» направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

№ п/п	Код Компетенции	Наименование компетенции	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать:	Уметь:	Владеть:
1	ПК-3	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	содержание и взаимосвязь основных элементов процесса маркетинга.	разрабатывать и осуществлять стратегию организации, направленную на обеспечение конкурентоспособности в маркетинге.	навыками стратегического анализа в маркетинге
2.	ПК-9	способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе	основы воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций для маркетинга и органов государственного и муниципального управления	разрабатывать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций для маркетинга и органов государственного и муниципального управления	методами воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций для маркетинга и органов государственного и муниципального управления

		знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли			
3.	ПК-12	умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	методы маркетинговых исследований	использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований	анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию для маркетинга
4.	ПК-13	умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций	содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления для маркетинга	анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию для маркетинга	методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы для маркетинга

5.1. Структура дисциплины (модуля)

5.1.1. Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр	Семестр
		№ 5	№ 6
		Часов	Часов

Контактная работа (всего):		204	102	102
В том числе:				
Лекции (Л)		102	51	51
Практические занятия (Пр)		102	51	51
Лабораторная работа (Лаб)				
Самостоятельная работа обучающегося (СР), в том числе выполнение курсовой работы		42	42	
Контроль	форма контроля	(З), (Э), (КР)	(З)	(Э), (КР)
	кол-во часов	54		54
Общая трудоемкость	часов	288	144	144
	зач. ед.	8	4	4

5.1.2. Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 3	
		летняя сессия	
		Часов	
Контактная работа (всего):	56	56	
В том числе:			
Лекции (Л)	28	28	
Практические занятия (Пр)	28	28	
Лабораторная работа (Лаб)			
Самостоятельная работа обучающегося (СР), в том числе выполнение курсовой работы	219	219	
Контроль	форма контроля	(Э), (З), (КР)	(Э), (З), (КР)
	кол-во часов	13	13
Общая трудоемкость	часов	288	288
	зач. ед.	8	8

5.2. Содержание дисциплины (модуля)

5.2.1. Содержание дисциплины (модуля) по очной форме обучения

Наименование темы	Компетенции (части компетенций)	Количество часов, выделяемых на контактную работу			Кол-во часов СР	Виды СР	Контроль
		Л	Лаб	Пр			
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Сущность маркетинга и основные категории	ПК-9	12		12	6	Анализ используемого материала. Разработка	Реферат

маркетинга. Концепции маркетинга						плана реферата	
2. Маркетинговая информационная система	ПК-12	12		12	6	Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	Реферат
3. Планирование и организация сбора маркетинговой информации	ПК-3 ПК-13	12		12	6	Подготовка к индивидуальному заданию	Индивидуальное задание
4. Сегментация рынка и позиционирование товара	ПК-9	12		12	6	Подготовка к расчетно-графической работе	Расчетно-графические работы
5. Сущность товара. Классификация товаров и товарная политика	ПК-12	12		12	6	Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	Реферат
6. Цена. Факторы ценообразования	ПК-3 ПК-13	12		12	3	Подготовка к расчетно	Расчетно-графические работы
7. Этапы ценообразования и методы ценообразования. Ценовая политика	ПК-12	12		12	3	Подготовка к расчетно	Расчетно-графические работы
8. Каналы товародвижения и стимулирование сбыта. Международный менеджмент	ПК-12	18		18	6	Подготовка к индивидуальному заданию	Индивидуальное задание
Всего часов: 288		102		102	42		54

Тематическое содержание дисциплины

Тема 1. Сущность маркетинга. Основные категории и концепции – 30 часов.

Лекции – 12 ч. Содержание: Маркетинг как особая сфера управления производственно-сбытовой деятельностью предприятия. Неопределенность положения предприятия на рынке и маркетинг. Сущность, принципы, функции и цели маркетинга. Объекты и субъекты маркетинга. Средства маркетинга.

Производитель и потребитель – изменения соотношения их роли в условиях индустриального общества. Концепции совершенствования производства, совершенствования товара, продажи, дифференцированного маркетинга и социального маркетинга. Виды маркетинговой деятельности

Практические занятия – 12 часов.

Вопросы:

1. Условия возникновения маркетинга.
2. Сущность маркетинга как управленческой деятельности.
3. Субъекты и объекты маркетинга.
4. Развитие маркетинга в экономике России.

Лабораторные работы – 2 часа.

1. Соотношение роли производителя и потребителя в экономической жизни предприятия.

2. Содержание основных концепций маркетинга.

3. Маркетинг и современные проблемы общества.

4. Глобализация экономики и маркетинга.

Тема 2. Стратегия маркетинга -30 часов.

Лекции – 12 ч. Содержание: Стратегические и конъюнктурные приоритеты маркетинга. Факторы формирования маркетинговой стратегии. Виды стратегий фирмы: стратегия совершенствования рынка, разработка нового товара, стратегия расширения географии рынка, стратегия диверсификации. Стратегия и организационная структура фирмы.

Этапы разработки маркетинговой стратегии. Стратегия недифференцированного и дифференцированного маркетинга. Стратегия концентрированного маркетинга. Доля рынка и виды стратегий. Цели, задачи и структура плана маркетинга.

Практические занятия – 12 часов.

Вопросы:

1. Сущность маркетинговой информационной системы.

2. Построение маркетинговой информационной системы предприятия.

Лабораторные работы - 2 часа.

1. Особенности входы и выхода маркетинговой информационной системы организации.

2. Информационная среда предприятия.

Тема 3. Исследование рынка -30 часов.

Лекции – 12 ч. Содержание: Потребитель и его потребности. Основные параметры рынка. Спрос и предложение, их эластичность и закон развития. Прогнозирование спроса. Принципы и факторы потребительского выбора. Закон потребительского выбора.

Внешняя среда и необходимость маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований: разведочные, описательные, каузальные исследования. Первичная и вторичная информация. Методы сбора маркетинговых сведений. Выборочная и генеральная совокупность, объем выборки, квоты. Формы носителей маркетинговых сведений, их измерение и анализ. Отчет о маркетинговых исследованиях : критерии качества и формы отчета.

Практические занятия – 12 часов.

Вопросы:

1. Маркетинговая информация, ее характеристика.
2. Планирование маркетинговой информации.
3. Организация сбора первичной маркетинговой информации.
4. Организация сбора вторичной маркетинговой информации.

Лабораторные работы - 2 часа.

1. Особенности сбора маркетинговой информации на рынках услуг.
2. Кабинетные исследования.

Тема 4. Сегментация рынка и позиционирование товара – 30 часов.

Лекции – 12 ч. Содержание: Сущность сегментации рынка, ее принципы и виды. Факторы сегментации рынка. Емкость рынка и ее факторы: частота покупок, их разряд, доля покупателей различной социально-демографической принадлежности. Целевой рынок и способы его определения. Конъюнктура торговли.

Практические занятия – 12 часов.

Вопросы:

1. Сущность сегментации рынка.
2. Сущность агрегирования рынка.
3. Социально-экономические и другие переменные сегментации рынка.
4. Поведение потребителя как база сегментации рынка.
5. Особенности сегментации товаров промышленного назначения.

Лабораторные работы - 2 часа.

1. Условия успешной сегментации рынка.
2. Емкость рынка и ее расчет.
3. Целевой рынок и его основные характеристики
4. Факторы ёмкости рынка

Тема 5. Товар в маркетинге -30 часов.

Лекции – 12 ч. Содержание: Характеристика товара. Виды нового продукта. Позиционирование товара. Товарная политика фирмы. Мотивы инновационных нововведений. Этапы разработки нового товара. Торговая марка, упаковка товара. Жизненный цикл изделия, его стадии. Ассортиментная политика: задачи, факторы, направления и оптимальный ассортимент.

Практические занятия – 12 часов.

Вопросы:

1. Товар и его характеристика.
2. Новый товар, показатели новизны товара, этапы его разработки.
3. Жизненный цикл изделия.
4. Ассортиментная политика: ее основные цели и направления.

Лабораторные работы - 2 часа.

1. Товарная политика фирмы
2. Инновационные товары
3. Рынки уникальных товаров
4. Классы товаров

Тема 6. Цена и ценообразование – 27 часов.

Лекции – 12 ч. Содержание: Понятие и свойства цены. Эластичность. Формирование рыночной цены. Цели ценообразования и его методология. Факторы цены и определение ее уровня. Методы ценообразования. Виды ценовых стратегий. Ценовые скидки. Оптимизация структуры цен. Цена и жизненный цикл изделия.

Практические занятия – 12 часов.

Вопросы:

1. Виды цен.
2. Цена и ее структура.
3. Факторы цены и ее уровень.
4. Ценовая стратегия предприятия.

Лабораторные работы – 3 часа.

1. Применение скидок в практике торговли.
2. Факторы ценообразования.
3. Особенности ценообразования на взаимозаменяемые и взаимодополняемые товары
4. Особенности ценообразования в отдельных отраслях

Тема 7. Каналы товародвижения - 27 часов.

Лекции – 12 ч. Содержание: Понятие сбытовой политики, функции сбыта. Каналы товародвижения и факторы выбора канала сбыта. Формы торговли. Методы транспортировки. Хранение товаров. Управление запасами. Оптимизация запасов.

Практические занятия – 12 часов.

Вопросы:

1. Этапы ценообразования.
2. Методы ценообразования.
3. Ценовая политика.

Лабораторные работы – 3 часа.

1. Методы транспортировки.
2. Хранение товаров.
3. Управление запасами.
4. Оптимизация запасов.

Тема 8. Организация маркетинга -42 часа.

Лекции – 18 ч. Содержание: Цели и задачи маркетинговой службы предприятия. Подходы к организационному построению службы маркетинга. Управление персоналом в системе маркетинга. Функции и виды контроля в маркетинге. Контроллинг как оперативная оценка эффективности маркетинга.

Практические занятия – 18 часов.

Вопросы:

1. Каналы товародвижения: сущность и виды.
2. Стимулирование сбыта.
3. Реклама.
4. Сервис.
5. Цели и задачи маркетинговой службы предприятия.

Лабораторные работы - 4 часа.

1. Организация работы отдела маркетинга на предприятии.
2. Маркетинг и логистика.
3. Особенности сбыта образовательных услуг.

5.2.2. Содержание дисциплины (модуля) по заочной форме обучения

Наименование темы	Компетенции (части компетенций)	Количество часов, выделяемых на контактную работу			Кол-во часов СР	Виды СР	Контроль
		Л	Лаб	Пр			
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Сущность маркетинга и основные категории маркетинга. Концепции маркетинга	ПК-9	4		4	27	Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	Реферат
2. Маркетинговая информационная система	ПК-12	4		4	27	Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	Реферат
3. Планирование и организация сбора маркетинговой информации	ПК-3 ПК-13	4		4	27	Подготовка к индивидуальному заданию	Индивидуальное задание
4. Сегментация рынка и позиционирование товара	ПК-9	4		4	27	Подготовка к расчетно-графической работе	Расчетно-графические работы
5. Сущность товара. Классификация товаров и товарная политика	ПК-12	4		4	27	Анализ используемого материала. Разработка плана	Реферат

6.Цена. Факторы ценообразования	ПК-3 ПК-13	4		4	27	реферата Подготовка к расчетно	Расчетно-графические работы
7.Этапы ценообразования и методы ценообразования. Ценовая политика	ПК-12	2		2	27	Подготовка к расчетно	Расчетно-графические работы
8.Каналы товародвижения и стимулирование сбыта. Международный менеджмент	ПК-12	2		2	30	Подготовка к индивидуальному заданию	Индивидуальное задание
Всего часов: 288		28		28	219		13

Тематическое содержание дисциплины

Тема 1. Сущность маркетинга. Основные категории и концепции - 35 часов.

Лекции – 4 ч. Содержание: Маркетинг как особая сфера управления производственно-сбытовой деятельностью предприятия. Неопределенность положения предприятия на рынке и маркетинг. Сущность, принципы, функции и цели маркетинга. Объекты и субъекты маркетинга. Средства маркетинга.

Производитель и потребитель – изменения соотношения их роли в условиях индустриального общества. Концепции совершенствования производства, совершенствования товара, продажи, дифференцированного маркетинга и социального маркетинга. Виды маркетинговой деятельности

Практические занятия – 4 часа.

Вопросы:

1. Условия возникновения маркетинга.
2. Сущность маркетинга как управленческой деятельности.
3. Субъекты и объекты маркетинга.
4. Развитие маркетинга в экономике России.

Тема 2. Стратегия маркетинга - 35 часов.

Лекции – 4 ч. Содержание: Стратегические и конъюнктурные приоритеты маркетинга. Факторы формирования маркетинговой стратегии. Виды стратегий фирмы: стратегия совершенствования рынка, разработка нового товара, стратегия расширения географии рынка, стратегия диверсификации. Стратегия и организационная структура фирмы.

Этапы разработки маркетинговой стратегии. Стратегия недифференцированного и дифференцированного маркетинга. Стратегия концентрированного маркетинга. Доля рынка и виды стратегий. Цели, задачи и структура плана маркетинга.

Практические занятия – 4 час.

Вопросы:

1. Сущность маркетинговой информационной системы.
2. Построение маркетинговой информационной системы предприятия

Тема 3. Исследование рынка - 35 часов.

Лекции – 4 ч. Содержание: Потребитель и его потребности. Основные параметры рынка. Спрос и предложение, их эластичность и закон развития. Прогнозирование спроса. Принципы и факторы потребительского выбора. Закон потребительского выбора.

Внешняя среда и необходимость маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований: разведочные, описательные, каузальные исследования. Первичная и вторичная информация. Методы сбора маркетинговых сведений. Выборочная и генеральная совокупность, объем выборки, квоты. Формы носителей маркетинговых сведений, их измерение и анализ. Отчет о маркетинговых исследованиях : критерии качества и формы отчета.

Практические занятия – 4 часа.

Вопросы:

1. Маркетинговая информация, ее характеристика.
2. Планирование маркетинговой информации.
3. Организация сбора первичной маркетинговой информации.
4. Организация сбора вторичной маркетинговой информации.

Тема 4. Сегментация рынка и позиционирование товара - 35 часов.

Лекции – 4 ч. Содержание: Сущность сегментации рынка, ее принципы и виды. Факторы сегментации рынка. Емкость рынка и ее факторы: частота покупок, их разряд, доля покупателей различной социально-демографической принадлежности. Целевой рынок и способы его определения. Конъюнктура торговли.

Практические занятия – 4 часа.

Вопросы:

1. Сущность сегментации рынка.
2. Сущность агрегирования рынка.
3. Социально-экономические и другие переменные сегментации рынка.
4. Поведение потребителя как база сегментации рынка.
5. Особенности сегментации товаров промышленного назначения.

Тема 5. Товар в маркетинге - 35 часов.

Лекции – 4 ч. Содержание: Характеристика товара. Виды нового продукта. Позиционирование товара. Товарная политика фирмы. Мотивы инновационных нововведений. Этапы разработки нового товара. Торговая марка, упаковка товара. Жизненный цикл изделия, его стадии.

Ассортиментная политика: задачи, факторы, направления и оптимальный ассортимент.

Лабораторные работы - 4 часа.

1. Товарная политика фирмы
2. Инновационные товары
3. Рынки уникальных товаров
4. Классы товаров

Тема 6. Цена и ценообразование - 35 часов.

Лекции – 4 ч. Содержание: Понятие и свойства цены. Эластичность. Формирование рыночной цены. Цели ценообразования и его методология. Факторы цены и определение ее уровня. Методы ценообразования. Виды ценовых стратегий. Ценовые скидки. Оптимизация структуры цен. Цена и жизненный цикл изделия.

Лабораторные работы -41 часа.

1. Применение скидок в практике торговли.
2. Факторы ценообразования.
3. Особенности ценообразования на взаимозаменяемые и взаимодополняемые товары
4. Особенности ценообразования в отдельных отраслях

Тема 7. Каналы товародвижения - 31 час.

Лекции – 2 ч. Содержание: Понятие сбытовой политики, функции сбыта. Каналы товародвижения и факторы выбора канала сбыта. Формы торговли. Методы транспортировки. Хранение товаров. Управление запасами. Оптимизация запасов.

Лабораторные работы - 2 часа.

1. Методы транспортировки.
2. Хранение товаров.
3. Управление запасами.
4. Оптимизация запасов.

Тема 8. Организация маркетинга -32 часа.

Лекции – 2 ч. Содержание: Цели и задачи маркетинговой службы предприятия. Подходы к организационному построению службы маркетинга. Управление персоналом в системе маркетинга. Функции и виды контроля в маркетинге. Контроллинг как оперативная оценка эффективности маркетинга.

Лабораторные работы - 2 часа.

1. Организация работы отдела маркетинга на предприятии.
2. Маркетинг и логистика.

3. Особенности сбыта образовательных услуг.

6. Методические материалы для изучения дисциплины (модуля)

Методические материалы для изучения дисциплины (модуля) представлены в виде учебно-методического комплекса дисциплины (модуля).

7. Перечень учебных изданий, необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ п/п	Библиографическое описание учебного издания	Используется при изучении разделов (тем)	Режим доступа
1	Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — (Высшее образование).	1-8	https://urait.ru/bcode/531182
2	Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Высшее образование).	1-8	https://urait.ru/bcode/531483

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование	Гиперссылка
1.	Министерство науки и высшего образования Российской Федерации:	https://minobrnauki.gov.ru
2.	Министерство просвещения Российской Федерации:	https://edu.gov.ru
3.	Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки:	http://obrnadzor.gov.ru/ru/
4.	Федеральный портал «Российское образование»:	http://www.edu.ru/
5.	Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов:	http://school-collection.edu.ru/
6.	Электронно-библиотечная система «IPRbooks»:	http://www.IPRbooks.ru/
7.	Электронная библиотечная система Юрайт:	https://biblio-online.ru/
8.	База данных электронных журналов:	http://www.iprbookshop.ru/6951.html

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

9.1. Информационные технологии

Информационные технологии – это совокупность методов, способов, приемов и средств обработки документированной информации, включая прикладные программные средства, и регламентированного порядка их применения.

Под информационными технологиями понимается использование компьютерной техники и систем связи для создания, сбора, передачи, хранения и обработки информации для всех сфер общественной жизни.

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине могут применяться такие информационные технологии, как использование на занятиях электронных изданий (чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций, графических объектов, видео-аудио-материалов (через Интернет), виртуальных лабораторий, практикумов), специализированных и офисных программ, информационных (справочных) систем, баз данных, организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, форумов, Интернет-групп, скайп, чаты, видеоконференцсвязь, компьютерное тестирование, дистанционные занятия (олимпиады, конференции), вебинар (семинар, организованный через Интернет).

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№ п/п	Наименование	Гиперссылка
1	Научная электронная библиотека	www.elibrary.ru
2	Справочная правовая система «КонсультантПлюс»	http://www.consultant.ru/about/
3	Федеральная служба государственной статистики	https://rosstat.gov.ru/
4	Единый информационно-аналитический портал государственной поддержки инновационного развития бизнеса (АИС «Инновации»)	https://portal.eskigov.ru/fgis/218
5	Базы данных Министерства экономического развития Российской Федерации	www.economy.gov.ru
6	Статистика Федеральной службы государственной статистики	https://rosstat.gov.ru/statistic

7	Федеральный портал малого и среднего предпринимательства	http://www.gkr.ru/software_development/projects/elrussia/portal%20MiSP/
8	Государственная цифровая платформа «Мой бизнес»	https://мойбизнес.рф/
9	Портал национального проекта «Цифровая экономика»	https://национальныепроекты.рф/projects/tsifrovaya-ekonomika
10	Государственный Портал Работа России	https://trudvsem.ru/
11	Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент»	http://ecsocman.hse.ru
12	База данных «Библиотека управления» - Корпоративный менеджмент	https://www.cfin.ru/rubricator.shtml

10. Образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для обеспечения качественного образовательного процесса применяются следующие образовательные технологии:

10.1. Традиционные: объяснительно-иллюстративные, иллюстративные, объяснительные.

10.2. Инновационные: дифференцированные, информационные, информационно-коммуникационные, модульные, игровые, проблемные и др.

10.3. Интерактивные: организация кейс-технология, проектная технология, тренинг, мозговой штурм и др.

11. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения	Состав комплекта лицензионного программного обеспечения
1	323 Аудитория для проведения занятий лекционного типа; Аудитория для проведения занятий семинарского типа; Аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель (парта ученическая, стол преподавателя, стулья), доска учебная, баннеры	
2	325 Кафедра Менеджмента; Кабинет для групповых и индивидуальных консультаций	Мебель (парта ученическая, стол преподавателя, стулья), персональные компьютеры, МФУ	Операционная система Windows. Акт приемки-передачи неисключительного права № 9751 от 09.09.2016. Лицензия Dream Spark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Договор от 14.12.2015 № 509 Справочно-правовая система «Гарант». Договор от 05.11.2014 № СК6030/11/14 1С:Предприятие 8. Сублицензионный договор от




№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения	Состав комплекта лицензионного программного обеспечения
			27.07.2017 № ЮС-2017-00498. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Microsoft Office 2007. Сублицензионный договор от 12.01.2016 № Вж_ПО_123015- 2016. Лицензия Offic Std 2016 RUS OLP NL Acdmc Антивирус Esed NOD 32. Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498
3	243 Компьютерный класс направления подготовки «Менеджмент»;Лаборатория, оснащенная оборудованием, техническими средствами обучения и материалами;Аудитория для проведения занятий семинарского типа;Кабинет для курсового проектирования (выполнения курсовых работ);Аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации;Лаборатория информационных технологий в профессиональной деятельности	Мебель (парта ученическая, стол преподавателя, стулья), доска учебная, персональные компьютеры	Операционная система Windows. Акт приемки-передачи неисключительного права № 9751 от 09.09.2016. Лицензия Dream Spark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Договор от 14.12.2015 № 509 Справочно-правовая система «Гарант». Договор от 05.11.2014 № СК6030/11/14 1С:Предприятие 8. Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Microsoft Office 2007. Сублицензионный договор от 12.01.2016 № Вж_ПО_123015- 2016. Лицензия Offic Std 2016 RUS OLP NL Acdmc Антивирус Esed NOD 32. Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498
4	311 Аудитория для проведения занятий лекционного типа; Аудитория для проведения занятий семинарского типа; Аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации	Рабочее место преподавателя (стол, стул); мебель ученическая; доска для письма мелом; баннеры; трибуна для выступлений	
5	326 Конференц-зал; Аудитория для проведения занятий лекционного типа; Аудитория для проведения занятий семинарского типа; Аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации	Видеопроекторное оборудование для презентаций; средства звуковоспроизведения; экран, персональный компьютер	Операционная система Windows. Акт приемки-передачи неисключительного права № 9751 от 09.09.2016. Лицензия Dream Spark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Договор от 14.12.2015 № 509 Справочно-правовая система «Гарант». Договор от 05.11.2014 № СК6030/11/14 1С:Предприятие 8. Сублицензионный договор от





№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения	Состав комплекта лицензионного программного обеспечения
			27.07.2017 № ЮС-2017-00498. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Microsoft Office 2007. Сублицензионный договор от 12.01.2016 № Вж_ПО_123015- 2016. Лицензия Offic Std 2016 RUS OLP NL Acdmc Антивирус Esed NOD 32. Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498
6	240 Кабинет для самостоятельной работы обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент»; Кабинет для курсового проектирования (выполнения курсовых работ); Кабинет для самостоятельной работы обучающихся по специальности «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)»	Персональные компьютеры с соответствующим программным обеспечением локальной сети института, имеется доступ к ЭБС, учебно-методической литературе, с выходом в локальную сеть и Интернет, доступ к справочно- правовым системам, электронной информационно- образовательной среде АНОО ВО «ВЭПИ» и электронным учебно- методическим материалам	Операционная система Windows. Акт приемки-передачи неисключительного права № 9751 от 09.09.2016. Лицензия Dream Spark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Договор от 14.12.2015 № 509 Справочно-правовая система «Гарант». Договор от 05.11.2014 № СК6030/11/14 1С:Предприятие 8. Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Microsoft Office 2007. Сублицензионный договор от 12.01.2016 № Вж_ПО_123015- 2016. Лицензия Offic Std 2016 RUS OLP NL Acdmc Антивирус Esed NOD 32. Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498
7	302 Кабинет для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Мебель (парта ученическая, стол преподавателя, стулья, доска учебная)	




12. Оценочные материалы для дисциплины (модуля)




Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) представлены в виде фонда оценочных средств по дисциплине (модулю).




Лист регистрации изменений к рабочей программе дисциплины (модуля)


№ п/п	Дата внесения изменений	Номера измененных листов	Документ, на основании которого внесены изменения	Содержание изменений	Подпись разработчика рабочей программы
1	21.01.2019	15	<p>Договор № 3422 от 28.05.2018 на оказание услуг по предоставлению доступа к ЭБС.</p> <p>Договор № 4118/18 от 06.07.2018 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе.</p>	Актуализация литературы	
2	21.01.2019	15-17	<p>Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата): приказ Минобрнауки РФ от 12 января 2016 № 7 Пункт 7.3.4</p>	Обновление профессиональных баз данных и информационных справочных систем	
3	21.01.2019	17-19	<p>Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата): приказ Минобрнауки РФ от 12 января 2016 № 7 Пункт 7.3.2</p>	Обновление комплекта лицензионного программного обеспечения	

4	02.09.2019	15	<p>Договор от 20.06.2019 № 4161 на оказание услуг по предоставлению доступа к электронно-библиотечной системе.</p> <p>Договор № 4118/18 от 06.07.2018 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе.</p>	Актуализация литературы	
5	02.09.2019	15-17	<p>Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата): приказ Минобрнауки РФ от 12 января 2016 № 7</p> <p>Пункт 7.3.4</p>	Обновление профессиональных баз данных и информационных справочных систем	
6	02.09.2019	17-19	<p>Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата): приказ Минобрнауки РФ от 12 января 2016 № 7</p> <p>Пункт 7.3.2</p>	Обновление комплекта лицензионного программного обеспечения	
7	02.09.2020	15	<p>Договор от № 14/07-2020 от 14.07.2020 на оказание услуг по предоставлению доступа к электронно-библиотечной системе.</p> <p>Договор № 4118/18 от</p>	Актуализация литературы	

			06.07.2018 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе.		
8	19.10.2020	15-17	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата): приказ Минобрнауки РФ от 12.08.2020 №970 Пункт 4.3.4	Обновление профессиональных баз данных и информационных справочных систем	
9	19.10.2020	17-19	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата): приказ Минобрнауки РФ от 12.08.2020 №970 Пункт 4.3.2	Обновление комплекта лицензионного программного обеспечения	
10	30.08.2021	15	Договор № 7764/21 от 21.03.2021 на оказании услуг по предоставлению доступа к ЭБС. Договор № 4574 от 12.04.2021 на предоставление доступа к образовательной платформе. Лицензионное соглашение № 7783/21 от 25.03.2021 на использование адаптированных технологий ЭБС (для лиц с ограниченными	Актуализация литературы	

			возможностями)		
11	30.08.2021	15-17	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата): приказ Минобрнауки РФ от 12.08.2020 №970 Пункт 4.3.4	Обновление профессиональных баз данных и информационных справочных систем	
12	30.08.2021	17-19	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата): приказ Минобрнауки РФ от 12.08.2020 №970 Пункт 4.3.2	Обновление комплекта лицензионного программного обеспечения	
13	30.08.2022	15	Договор № 7764/21 от 25.03.2021 на оказании услуг по предоставлению доступа к ЭБС. Лицензионный договор № 5343 от 23.06.2022 Лицензионное соглашение № 7783/21 от 25.03.2021 на использование адаптированных технологий ЭБС (для лиц с ограниченными возможностями зрения)	Актуализация литературы	

14	30.08.2022	15-17	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата): приказ Минобрнауки РФ от 12.08.2020 №970 Пункт 4.3.4	Обновление профессиональных баз данных и информационных справочных систем	
15	30.08.2022	17-19	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата): приказ Минобрнауки РФ от 12.08.2020 №970 Пункт 4.3.2	Обновление комплекта лицензионного программного обеспечения	
16	30.08.2023	15	Договор № 7764/21 от 25.03.2021 на оказании услуг по предоставлению доступа к ЭБС. Лицензионный договор № 5343 от 23.06.2022 Лицензионное соглашение № 7783/21 от 25.03.2021 на использование адаптированных технологий ЭБС (для лиц с ограниченными возможностями зрения)	Актуализация литературы	

17	30.08.2023	15-17	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата): приказ Минобрнауки РФ от 12.08.2020 №970 Пункт 4.3.4	Обновление профессиональных баз данных и информационных справочных систем	
18	30.08.2023	17-19	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата): приказ Минобрнауки РФ от 12.08.2020 №970 Пункт 4.3.2	Обновление комплекта лицензионного программного обеспечения	