

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Нализко Наталья Александровна
Должность: Директор
Дата подписания: 04.05.2024 16:48:14
Уникальный программный ключ:
25467908655d9e0abdc452e51caba97c16aa1bcd

МИНОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал

Рабочая программа дисциплины "Менеджмент и маркетинг" по направлению подготовки (специальности)
45.03.02 Лингвистика направленности (профилю) Преподавание английского и казахского языков

стр. 1



УТВЕРЖДАЮ
Директор Костанайского филиала
ФГБОУ ВО "ЧелГУ"
Нализко Н.А. / Нализко Н.А.
«29» февраля 2024 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)
Менеджмент и маркетинг

Направление подготовки (специальность)
45.03.02 Лингвистика

Направленность (профиль)
Преподавание английского и казахского языков

Присваиваемая квалификация (степень)
Бакалавр

Форма обучения
очная

Год набора
2024

Костанай 2024 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) одобрена и рекомендована кафедрой

Кафедра экономики

Протокол заседания № 6, от «13» февраля 2024 г.

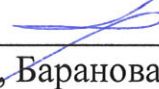
Рабочая программа дисциплины (модуля) одобрена и рекомендована учебно-методическим советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО "ЧелГУ"


Протокол заседания № 6, от «15» февраля 2024 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) одобрена и рекомендована ученым советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО "ЧелГУ"

Протокол заседания № 7, от «29» февраля 2024 г.

Заведующий кафедрой _____  Лилимберг Светлана Ивановна, кандидат экономических наук, доцент

Автор (составитель) _____  кандидат экономических наук, профессор кафедры экономики, Баранова Наталья Аркадьевна

Рецензент _____  кандидат экономических наук, профессор кафедры экономики и менеджмента Частного учреждения «Костанайский инженерно-экономический университет им. М. Дулатова», Притула Раиса Алексеевна

1 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цели

Целями изучения дисциплины являются:

- формирование компетенций, направленных на обеспечение совместной и эффективной деятельности людей с учетом теоретических и практических знаний современного менеджмента;
- формирование целостного представления и способностей использования маркетинговых инструментов в процессе принятия и реализации организационно-управленческих решений на основе приобретенных знаний, умений и навыков в осуществлении маркетинговой деятельности, направленной на обеспечение конкурентоспособности организации.

1.2 Задачи

- изучение научных основ управленческой деятельности;
- изучение особенностей построения и функционирования современных организаций;
- получение представления об основных функциях менеджмента, отражающих закономерности организации и развития предприятия в современных условиях;
- освоение теоретических основ и концепций маркетинга;
- осмысление и понимание особенностей разработки и координации инструментов комплекса маркетинга организации или товара с целью обеспечения их конкурентоспособности;
- приобретение практических умений и навыков разработки стратегических и тактических организационно-управленческих решений в области маркетинговой деятельности.

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП

Блок (раздел) ОПОП: К.М.ДВ.01.02.02

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Учебная практика. Ознакомительная практика

Самоменеджмент

Экономическая культура и финансовая грамотность

2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Производственная практика. Технологическая практика

3 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-4э.1: Осуществляет анализ финансово-экономической деятельности, выявляет проблемные ситуации.

Знать:

пороговый	сущность и содержание экономического анализа, его место в системе управления организацией
продвинутый	основные приемы и методы экономического анализа
высокий	методики экономического анализа, включая их целевую направленность, последовательность анализа, систему методов

Уметь:

пороговый	провести экономический анализ финансово-экономической деятельности организации
продвинутый	обобщать результаты аналитической работы и подготавливать соответствующие рекомендации
высокий	выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуации, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты

Владеть:

пороговый	навыками применения методов экономического анализа
продвинутый	навыками проведения анализа финансово-экономической деятельности
высокий	навыками анализа проблемной среды для разработки и принятия управленческого решения

ОПК-4э.2: Разрабатывает и обосновывает организационно-управленческие решения, содействует их реализации.

Знать:

пороговый	содержание и виды организационно-управленческих решений, процесс их разработки, обоснования и реализации
-----------	--

Рабочая программа дисциплины "Менеджмент и маркетинг" по направлению подготовки (специальности) 45.03.02 Лингвистика направленности (профилю) Преподавание английского и казахского языков		стр. 4
продвинутый	методы разработки, обоснования и реализации организационно-управленческих решений в различных ситуациях	
высокий	критерии выбора оптимальных организационно-управленческих решений и оценки последствий принимаемых решений в профессиональной деятельности	
Уметь:		
пороговый	воспринимать и анализировать информацию, необходимую для принятия и последующей реализации обоснованного управленческого решения	
продвинутый	разрабатывать различные варианты организационно-управленческих решений, осуществлять выбор и нести за него ответственность	
высокий	оценивать возможные варианты решения проблемы, сравнивая достоинства и недостатки каждой альтернативы, анализируя эффективность их реализации и вероятные результаты; содействовать реализации принятых организационно-управленческих решений, прогнозируя их последствия	
Владеть:		
пороговый	навыками разработки организационно-управленческих решений	
продвинутый	навыками принятия и обоснования организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности	
высокий	навыками выявления оптимального варианта управленческих решений и обоснования перспективных предложений по его совершенствованию	
ОПК-4э.3: Оценивает ожидаемые результаты реализации предлагаемых организационно-управленческих решений с точки зрения их эффективности.		
Знать:		
пороговый	виды эффективности организационно-управленческих решений	
продвинутый	качественные и количественные показатели эффективности реализации организационно-управленческих решений	
высокий	методологические подходы к оценке эффективности организационно-управленческих решений	
Уметь:		
пороговый	различать аспекты эффективности организационно-управленческих решений	
продвинутый	рассчитывать показатели эффективности реализации организационно-управленческих решений	
высокий	использовать методы оценки эффективности организационно-управленческих решений	
Владеть:		
пороговый	навыками дифференциации видов эффективности управленческих решений	
продвинутый	навыками количественной и качественной оценки эффективности организационно-управленческих решений	
высокий	навыками оценки результатов реализации организационно-управленческих решений с точки зрения их эффективности	

4 ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Общая трудоемкость					3 ЗЕТ	
Часов по учебному плану : 108 в том числе : аудиторные занятия : 24 самостоятельная работа : 84 :					Виды контроля в семестрах: зачеты 8	
5 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр	Часов	Компетенции	Литература	Методы проведения занятий, оценочные средства
	Раздел 1. Введение в менеджмент					

Рабочая программа дисциплины "Менеджмент и маркетинг" по направлению подготовки (специальности) 45.03.02 Лингвистика направленности (профилю) Преподавание английского и казахского языков						стр. 5
1.1	1. Понятие, сущность, цели, задачи и принципы менеджмента 2. Методы менеджмента 3. Природа управления и исторические тенденции его развития 4. Организация как объект управления 5. Внутренняя среда организации 6. Внешняя среда организации /Лек/	8	1	ОПК-4э.1 ОПК-4э.2 ОПК-4э.3	Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.5	Метод обучения: объяснительно-иллюстративный метод Оценочное средство: наблюдение
1.2	1. Основные подходы к определению понятия «менеджмент» 2. Менеджмент как особая функция и процесс управления 3. Менеджмент как научная дисциплина и искусство управления /Пр/	8	1	ОПК-4э.1 ОПК-4э.2 ОПК-4э.3	Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.5	Метод обучения: работа в группах, репродуктивный метод, поисковый (эвристически) метод Оценочное средство: устный опрос, практическая работа (тестовые задания и практические упражнения)
1.3	1. Индивидуальная и групповая подготовка к практическому занятию 2. Индивидуальное выполнение практического задания: - задание: составить конспект по рассматриваемым вопросам: 1) Типы организационных структур, их основные параметры и принципы проектирования 2) Субъекты хозяйственных отношений 3) Организационно-правовые формы предприятий /Ср/	8	9	ОПК-4э.1 ОПК-4э.2 ОПК-4э.3	Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.5	Метод обучения: репродуктивный метод, поисковый (эвристический) метод Оценочное средство: конспект
Раздел 2. Специфика менеджмента в России						
2.1	1. Предпосылки научного менеджмента в России 2. Возникновение научного менеджмента в России. Управление в СССР 3. Сущность, особенности и задачи российского менеджмента в современных условиях /Лек/	8	1	ОПК-4э.1 ОПК-4э.2 ОПК-4э.3	Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.5	Метод обучения: объяснительно-иллюстративный метод Оценочное средство: наблюдение
2.2	1. Особенности российского менеджмента 2. Концепции формирования российского менеджмента 3. Проблемы и задачи в российском менеджменте 4. Опыт современного зарубежного менеджмента 5. Возможности и пути использования опыта зарубежного менеджмента в России /Пр/	8	2	ОПК-4э.1 ОПК-4э.2 ОПК-4э.3	Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.5	Метод обучения: репродуктивный метод, поисковый метод, работа в группах Оценочное средство: устный опрос, презентационный доклад

Рабочая программа дисциплины "Менеджмент и маркетинг" по направлению подготовки (специальности) 45.03.02 Лингвистика направленности (профилю) Преподавание английского и казахского языков						стр. 6
2.3	1. Индивидуальная ми групповая подготовка к практическому занятию 2. Индивидуальное выполнение практического задания: - задание: составить конспект по представленным вопросам 1) Тектология А. Богданова 2) Теория социалистической рационализации О. Ерманского 3) Концепция НОТ (А. Журавский, П. Керженцев и др.) 4) Культура труда и управления А. Гастева 5) Социальная инженерия и практика нововведений (А. Гастев, Н. Витке, Ф. Дунаевский) /Ср/	8	9	ОПК-4э.1 ОПК-4э.2 ОПК-4э.3	Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.5	Метод обучения: поисковый метод Оценочное средство: конспект
	Раздел 3. Понятие и сущность функций менеджмента					
3.1	1. Содержание и классификация функций менеджмента 2. Основные функции менеджмента /Лек/	8	2	ОПК-4э.1 ОПК-4э.2 ОПК-4э.3	Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.5	Метод обучения: объяснительно-иллюстративный метод Оценочное средство: наблюдение
3.2	1. Общие функции менеджмента 2. Функции дифференциации управления 3. Функции интеграции менеджмента /Пр/	8	1	ОПК-4э.1 ОПК-4э.2 ОПК-4э.3	Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.5	Метод обучения: репродуктивный, поисковый метод Оценочное средство: устный опрос, практическая работа (тестовые задания и практические упражнения)
3.3	1. Индивидуальная ми групповая подготовка к практическому занятию 2. Индивидуальное выполнение практического задания: - задание 1: изучить представленные ниже вопросы 1) Стратегические, тактические и оперативные планы 2) Выбор стратегии 3) Методики стратегического анализа - задание 2. Составить матрицу SWOT-анализа на примере следующих предприятий: 1 вариант - Костанайский филиал ЧелГУ (нечетные номера студентов в списке групп). Официальный сайт: http://csukz.ru 2 вариант - АО «Баян Сулу» (четные номера студентов в списке групп). Официальный сайт: https://bayansulu.kz /Ср/	8	13	ОПК-4э.1 ОПК-4э.2 ОПК-4э.3	Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.5	Метод обучения: репродуктивный метод, поисковый (эвристический) метод Оценочное средство: конспект с составленной матрицей SWOT-анализа
	Раздел 4. Особенности управления предприятием в современных условиях					

Рабочая программа дисциплины "Менеджмент и маркетинг" по направлению подготовки (специальности) 45.03.02 Лингвистика направленности (профилю) Преподавание английского и казахского языков						стр. 7
4.1	1. Цели и задачи управления предприятием 2. Управление экономическими отношениями предприятия 3. Управление рисками /Лек/	8	2	ОПК-4э.1 ОПК-4э.2 ОПК-4э.3	Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.5	Метод обучения: объяснительно-иллюстративный метод, метод проблемного изложения Оценочное средство: наблюдение
4.2	1. Особенности работы менеджеров в кризисной ситуации 2. Общая характеристика видов менеджмента 3. Разработка и защита программы: «Внедрение системы нематериальной мотивации в компании в условиях кризиса». /Пр/	8	1	ОПК-4э.1 ОПК-4э.2 ОПК-4э.3	Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.5	Метод обучения: репродуктивный метод, поисковый метод Оценочное средство: устный опрос, защита мини-проекта
4.3	1. Индивидуальная и групповая подготовка к практическому занятию 2. Индивидуальное выполнение практического задания: - задание: составить конспект по представленным вопросам 1) Формальные и неформальные группы в организации 2) Группы и команды. Типы рабочих команд 3) Преимущества и недостатки работы в командах /Ср/	8	9	ОПК-4э.1 ОПК-4э.2 ОПК-4э.3	Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.5	Метод обучения: репродуктивный метод, поисковый метод Оценочное средство: конспект
Раздел 5. Рубежный контроль 1						
5.1	Тема 1. Введение в менеджмент Тема 2. Специфика менеджмента в России Тема 3. Понятие и сущность функций менеджмента Тема 4. Особенности управления предприятием в современных условиях /Пр/	8	1	ОПК-4э.1 ОПК-4э.2 ОПК-4э.3	Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.5	Метод обучения: репродуктивный Оценочное средство: тестирование
Раздел 6. Теоретические основы и концепции маркетинга						
6.1	1. Сущность и содержание маркетинга 2. Концепции маркетинга 3. Функции и базовые принципы маркетинга. 4. Комплекс маркетинга 5. Типы и виды маркетинга /Лек/	8	1	ОПК-4э.1 ОПК-4э.2 ОПК-4э.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4	Метод обучения: метод визуального сообщения изложения с элементами пресс-конференции Оценочное средство: наблюдение, количество и качество заданных вопросов

Рабочая программа дисциплины "Менеджмент и маркетинг" по направлению подготовки (специальности) 45.03.02 Лингвистика направленности (профилю) Преподавание английского и казахского языков						стр. 8
6.2	1. Понятие и сущность маркетинга 2. Основополагающие понятия маркетинга: нужда, потребность, товар, обмен 3. Концепции маркетинга 4. Основные принципы и задачи маркетинга 5. Основные функции и подфункции современного маркетинга 6. Организация маркетинговой деятельности /Пр/	8	1	ОПК-4э.1 ОПК-4э.2 ОПК-4э.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4	Метод обучения: проблемно-поисковый (эвристический), кейс-метод Оценочное средство: кейс-задания
6.3	1. Индивидуальная и групповая подготовка к практическому занятию 2. Индивидуальное выполнение практических заданий: - задание 1. Заполните таблицу, определив предназначение бизнеса в разных сферах деятельности с точки зрения производственного и маркетингового подхода (пороговый уровень); - задание 2. Проанализируйте схемы и выделите сходства и различия концепций сбыта и маркетинга (продвинутый уровень); - задание 3. Составьте структурно-логическую схему, раскрывающую сущность, принципы и функции маркетинга (высокий уровень). /Ср/	8	8	ОПК-4э.1 ОПК-4э.2 ОПК-4э.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4	Метод обучения: частично-поисковый (эвристический) метод Оценочное средство: практические задания
Раздел 7. Поведение потребителей						
7.1	1. Понятие и классификация потребностей. 2. Типы потребителей. 3. Потребительский рынок и поведение на нем покупателей. 4. Рынок товаров производственного назначения и поведение потребителей /Лек/	8	1	ОПК-4э.1 ОПК-4э.2 ОПК-4э.3	Л1.1 Л1.4Л2.3 Л2.4	Метод обучения: метод визуального рассуждающего изложения с элементами проблемности Оценочное средство: наблюдение, участие в решении проблем

7.2	<p>1. Понятие и классификация потребностей. Факторы, влияющие на формирование и развитие потребностей. Основы измерения потребностей: теория рационального потребления, экономические теории, теории мотивации 3. Фрейда, А. Маслоу</p> <p>2. Типы потребителей. Основные различия между типами потребителей</p> <p>3. Потребительский рынок и поведение на нем покупателей. Факторы, влияющие на поведение потребителя. Подходы к формированию модели покупательского поведения. Процесс принятия решения о покупке</p> <p>4. Рынок товаров производственного назначения и поведение потребителей. Типы закупок. Основные факторы, влияющие на поведение организаций - потребителей. Процесс принятия решения о покупке товаров, производственного назначения. Особенности покупательского поведения государственных учреждений /Пр/</p>	8	2	<p>ОПК-4э.1 ОПК-4э.2 ОПК-4э.3</p>	<p>Л1.1 Л1.4Л2.3 Л2.4</p>	<p>Метод обучения: работа в малых группах, частично-поисковый (эвристический) метод</p> <p>Оценочное средство: презентационный доклад</p>
-----	---	---	---	---	-----------------------------------	---

7.3	<p>1. Индивидуальная и групповая подготовка к практическому занятию</p> <p>2. Индивидуальное выполнение практических заданий:</p> <p>- задание 1. По рекомендации маркетологов многие туристические фирмы создают в своих офисах атмосферу дальних стран, используя для этого аэрозоли с запахом кокосов и экзотических специй. Маркетологи также предлагают накануне Рождества наполнять пространство магазинов ароматом апельсинов и корицы, а в День святого Валентина – запахом шоколадной плитки. Чем обусловлены такие рекомендации маркетологов? Какие конечные результаты благодаря данным рекомендациям могут быть достигнуты? (пороговый уровень);</p> <p>- задание 2. Сформулируйте свои основные потребности и разместите их в иерархической последовательности в соответствии с пирамидой А. Маслоу. Укажите основные товары, которые эти потребности могут удовлетворить (продвинутый уровень);</p> <p>- задание 3. Наверное, Вы уже достаточно давно собираетесь приобрести что-то в определенной мере важное для вас (например, автомобиль, компьютер, квартиру). Естественно, вы хотите купить товар, который может более полно удовлетворить ваши конкретные потребности. Постройте и опишите модель собственного потребительского поведения при приобретении необходимого вам товара, начиная с формирования потребности и заканчивая непосредственным потреблением (высокий уровень). /Ср/</p>	8	8	<p>ОПК-4э.1</p> <p>ОПК-4э.2</p> <p>ОПК-4э.3</p>	<p>Л1.1</p> <p>Л1.4Л2.3</p> <p>Л2.4</p>	<p>Метод обучения: частично-поисковый (эвристический) метод</p> <p>Оценочное средство: практические задания</p>
Раздел 8. Сегментирование рынка						
8.1	<p>1. Характеристика товарных рынков</p> <p>2. Сущность и виды сегментирования</p> <p>3. Признаки и критерии сегментирования</p> <p>4. Выбор целевого рынка</p> <p>5. Позиционирование товара на рынке</p> <p>/Лек/</p>	8	2	<p>ОПК-4э.1</p> <p>ОПК-4э.2</p> <p>ОПК-4э.3</p>	<p>Л1.1</p> <p>Л1.4Л2.4</p>	<p>Метод обучения: метод визуального рассуждающего проблемного изложения</p> <p>Оценочное средство: наблюдение, участие в решении проблем</p>

8.2	<p>1. Понятие сегмента рынка. Сущность, цели, виды и схема сегментирования</p> <p>2. Признаки сегментации потребительских товаров. Признаки сегментации товаров производственно-технического назначения. Критерий сегментации, его виды</p> <p>3. Целевой рынок. Рыночное окно. Рыночная ниша. Оптимальный сегмент рынка, методы его поиска. Стратегии выбора целевого рынка</p> <p>4. Сущность позиции продукта. Позиционирование товара на рынке, его смысл, цели и пути. Карты позиционирования /Пр/</p>	8	1	<p>ОПК-4э.1</p> <p>ОПК-4э.2</p> <p>ОПК-4э.3</p>	<p>Л1.1</p> <p>Л1.4Л2.4</p>	<p>Метод обучения: репродуктивный, частично-поисковый (эвристический) метод</p> <p>Оценочное средство: практическая работа (тестовые задания и практические упражнения)</p>
-----	---	---	---	---	-----------------------------	---

8.3	<p>1. Индивидуальная и групповая подготовка к практическому занятию</p> <p>2. Индивидуальное выполнение практических заданий:</p> <p>- задание 1. Вы изготавливаете и реализуете туалетное мыло. Какие требования будут предъявлять к вашему товару сегменты потребителей, описываемые следующим образом: отрицатели моды, равнодушные, расчетливые, практично-модные покупатели, провинциалы в моде, лидеры моды? (пороговый уровень);</p> <p>- задание 2. Из рекламных слоганов, представленных на рынке, выявите основания для позиционирования, выбранные каждым предприятием, и сгруппируйте их на основе общности обоснований (пороговый уровень);</p> <p>- задание 3. Изучив его рекламный листок, ответьте на вопросы: на какие сегменты рынка направлена деятельность предприятия; какой стратегии охвата рынка придерживается предприятие? Разработайте рекомендации по позиционированию охранных услуг предприятия «Люкс-Охрана» (продвинутый уровень);</p> <p>- задание 4. Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка. В первом сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 54 млн. штук при емкости рынка в этом сегменте 1980 млн. шт. Предполагается, что в следующем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 3%, доля фирмы - на 5%. Во втором сегменте доля фирмы составляет 4%, объем продаж – 75 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 11%, при этом доля фирмы в этом сегменте вырастет до 8%. В третьем сегменте емкость рынка составляет 45 млн. шт., доля фирмы – 0,12. Изменений емкости рынка не предвидится, объем продаж фирмы сократится на 1 млн. шт. Определить объем продаж фирмы в настоящем году при вышеуказанных условиях (высокий уровень). /Ср/</p>	8	10	ОПК-4э.1 ОПК-4э.2 ОПК-4э.3	Л1.1 Л1.4Л2.4	<p>Метод обучения: частично-поисковый (эвристический) метод</p> <p>Оценочное средство: практические задания</p>
Раздел 9. Комплекс маркетинга						

Рабочая программа дисциплины "Менеджмент и маркетинг" по направлению подготовки (специальности) 45.03.02 Лингвистика направленности (профилю) Преподавание английского и казахского языков						стр. 13
9.1	1. Товарная политика в маркетинге 2. Ценовая политика в маркетинге 3. Сбытовая политика в маркетинге 4. Коммуникационная политика в маркетинге /Лек/	8	2	ОПК-4э.1 ОПК-4э.2 ОПК-4э.3	Л1.1 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4	Метод обучения: метод визуального рассуждающего проблемного изложения Оценочное средство: наблюдение, участие в решении проблем
9.2	1. Понятие товара в маркетинге. Трехуровневая модель товара. Жизненный цикл товара. Товарный знак, типы его обозначений. Брэнд. Упаковка товара: основные функции и предъявляемые требования. Маркировка товара. Товарный ассортимент и номенклатура: понятие и характеристики. Новый товар: понятие, мотивы инновационных введений, подходы к созданию. Основные этапы разработки нового товара 2. Понятие и функции цен. Виды цен. Ценообразующие факторы. Роль ценовой политики в комплексе маркетинга. Методы ценообразования. Сущность и виды ценовой стратегии. 3. Канал сбыта: понятие, типы и характеристики. Виды сбытовых стратегий, их достоинства и недостатки. Функции и формы оптовой торговли. Понятие розничной торговли, ее функции и виды. Виды магазинов. Немагазинная розничная торговля. Понятие и сущность мерчендайзинга. Электронная торговля: понятие и ценность. Маркетинг-логистика: понятие, цель, задачи и функции. 4. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Понятие PR-связей с общественностью. Стимулирование сбыта: понятие, особенности, виды. Значение и особенности личной продажи, ее достоинства и недостатки. Понятие и функции рекламы. Виды, средства и каналы распространения рекламы. Понятие и организация рекламной деятельности /Пр/	8	1	ОПК-4э.1 ОПК-4э.2 ОПК-4э.3	Л1.1 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4	Метод обучения: репродуктивный, частично-поисковый (эвристический) метод Оценочное средство: практическая работа (тестовые задания и практические упражнения)

9.3	<p>1. Индивидуальная и групповая подготовка к практическому занятию</p> <p>2. Индивидуальное выполнение практических заданий:</p> <ul style="list-style-type: none"> - задание 1. Выделите и проанализируйте базовое свойство 10 продуктов на начальную букву Вашей фамилии (например, Иванов, следовательно, изюм – пищевая добавка в кондитерские изделия; игрушка – для умственного и физического развития ребенка и т. д.). Выделите для выбранного товара наиболее характерные направления рыночной атрибутики: товарный знак (марочное название), упаковка, маркировка (пороговый уровень); - задание 2. Многие бизнесмены считают, что никогда нельзя сосредоточиваться на одном посреднике, а необходимо иметь несколько посредников. В подтверждение правильности такого подхода они приводят золотое правило бизнеса: нельзя класть все яйца в одну корзину. Согласны ли вы с таким мнением? Почему «да» или почему «нет»? Объясните свои позиции (пороговый уровень); - задание 3. Приведите 2-3 примера товаров, по которым производитель применяет ценовую дискриминацию: по группам потребителей; по времени; по местам продажи; по вариантам исполнения товара (продвинутый уровень); - задание 4. Назовите товар, хорошо известный Вам как пользователю, в отношении которого Вы можете считать себя экспертом. Определите характеристики, которые кажутся Вам наиболее важными, и сопоставьте их с теми, которые подчеркиваются в рекламе товара (рекламу приложите к заданию). Какие советы Вы дали бы рекламодателю (продвинутый уровень); - задание 5. Найдите в СМИ два рекламных сообщения о реализации однотипных товаров. Сравните содержание этих сообщений, а также количество информации, которое они содержат. Какую цель, по Вашему мнению, преследуют эти сообщения (высокий уровень) /Ср/ 	8	18	<p>ОПК-4э.1</p> <p>ОПК-4э.2</p> <p>ОПК-4э.3</p>	<p>Л1.1</p> <p>Л1.4Л2.1</p> <p>Л2.3 Л2.4</p>	<p>Метод обучения: частично-поисковый (эвристический) метод</p> <p>Оценочное средство: практические задания</p>
Раздел 10. Рубежный контроль 2						

Рабочая программа дисциплины "Менеджмент и маркетинг" по направлению подготовки (специальности) 45.03.02 Лингвистика направленности (профилю) Преподавание английского и казахского языков						стр. 15
10.1	Тема 5. Теоретические основы и концепции маркетинга Тема 6. Поведение потребителей Тема 7. Сегментирование рынка Тема 8. Комплекс маркетинга /Пр/	8	1	ОПК-4э.1 ОПК-4э.2 ОПК-4э.3	Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4	Метод обучения: репродуктивный, частично-поисковый (эвристический) Оценочное средство: комплексная письменная работа

6 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1 Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль успеваемости по дисциплине регулярно осуществляется преподавателем в процессе проведения лекционных и практических занятий, а также в рамках самостоятельной работы студентов с помощью следующих оценочных средств: устный опрос, презентационный доклад, практическая работа (тестовые задания и практические упражнения), кейс-задание, мини-проект, конспект, практическое задание.

Рубежный контроль проводится с целью определения степени сформированности отдельных компетенций обучающихся по завершению освоения очередного раздела (темы) курса в форме тестирования и комплексной письменной работы.

Промежуточная аттестация осуществляется по завершению периода обучения с целью определения степени достижения запланированных результатов обучения по дисциплине в форме подведения итогов балльно-рейтинговой системы оценивания и зачета. Оценочным средством для проведения зачета является комплексная письменная работа.

6.2 Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей и рубежной аттестации

Текущий контроль успеваемости по дисциплине регулярно осуществляется преподавателем в процессе проведения лекционных и практических занятий, а также в рамках самостоятельной работы студентов с помощью следующих оценочных средств: устный опрос, презентационный доклад, практическая работа (тестовые задания и практические упражнения), кейс-задание, мини-проект, конспект, практическое задание.

- Типовые вопросы для устного опроса:
1. Наиболее распространённые организационные структуры.
 2. Понятие современного предприятия.
 3. Цели и задачи, системы и технологии управления предприятием.
 4. Внутренняя среда предприятия.
 5. Внешняя среда предприятия.
 6. Бизнес-план предприятия.
 7. Понятие управленческого решения. Типология управленческих решений.
 8. Обоснование, принятие и реализация управленческих решений.
- Тематика для подготовки презентационных докладов по теме дисциплины:
1. Варианты использования потребителем товара после покупки.
 2. Виды источников информации и их характеристики. Особенности процесса информационного поиска при покупке товара.
 3. Влияние социализации на формирование культуры потребления товаров/услуг.
 4. Влияние этнических микрокультур на поведение потребителей.
 5. Внутримаркетинговые факторы покупки.
 6. Жизненный стиль потребителя как внутренний фактор его поведения.
 7. Изучение моделей потребительского поведения с целью формирования комплекса продвижения товара.
 8. Индивидуализированное и организационное поведение потребителей.
 9. Компенсационные и некомпенсационные правила принятия решения о покупке.
 10. Маркетинговые приемы снятия послепокупочного диссонанса.
 11. Методы и критерии оценки социально-экономического статуса потребителя.
 12. Особенности влияния референтных групп и семьи на поведение потребителей.
 13. Особенности культуры и ее влияние на цели потребления товара.
 14. Особенности покупательских решений в различных социальных классах.
 15. Персональные ценности потребителя как внутренний фактор его поведения.
 16. Послепокупочное поведение: потребление и послепокупочные реакции потребителя.
 17. Приобретение товаров и услуг, как средство демонстрации своего статуса.
 18. Психологические типы личностей потребителей.
 19. Рациональное и иррациональное поведение потребителя.
 20. Референтная инфраструктура организационного покупателя.
 21. Социальная законность и этическая чуткость, как важный принцип работы с потребителем.
 22. Социальный ранг индивидуума и его влияние на потребительское поведение.

23. Специфические потребности и способы их удовлетворения на рынке.
24. Способы формирования лояльности потребителей от имени организаций.
25. Эмоции потребителя как внутренний фактор его поведения.
26. Особенности российского менеджмента
27. Концепции формирования российского менеджмента
28. Проблемы и задачи в российском менеджменте
29. Опыт современного зарубежного менеджмента
30. Возможности и пути использования опыта зарубежного менеджмента в России

Тестовое задание (я) по темам дисциплины:

1 Деятельность фирмы направленная на превращение потенциального покупателя в клиента – это...

- A) Маркетинг.
- B) Менеджмент.
- C) Экономика предприятия.
- D) Ремаркетинг.
- E) Нет правильного ответа.

2 «Произвожу то, что могу» это ведущая идея концепции:

- A) Совершенствования товара.
- B) Маркетинга взаимодействия.
- C) Интенсификации коммерческих усилий.
- D) Традиционного маркетинга.
- E) Совершенствования производства.

3 Торговая фирма закупает товар по цене 250 тыс. тенге за шт. и продает в среднем по 300 шт. этого товара в неделю по цене 300 тыс. тенге. Если фирма согласится понизить цену на одну неделю на 10%, сколько штук изделия ей нужно продать в эту неделю, чтобы сохранить валовую прибыль?

- A) 500 шт.
- B) 50 шт.
- C) 750 шт.
- D) 450 шт.
- E) 325 шт.

4 Кто из нижеперечисленных учёных является представителем теории научного менеджмента:

- A) Маслоу.
- B) Мэйо.
- C) Тейлор.
- D) МакГрегор.
- E) БКГ.

5 Какая из ниже перечисленных функций менеджмента является связующей:

- A) Контроль.
- B) Планирование.
- C) Мотивация.
- D) Принятие управленческих решений.
- E) Ревизия.

Практические упражнения по темам дисциплины:

1. В последние годы многие предприятия ввели должности директора (вице-президента) по маркетингу и менеджеров по маркетингу. Они проводят маркетинговые исследования, нередко осуществляют рекламу, а также реализуют некоторые другие маркетинговые мероприятия. Вместе с тем в их производственной и коммерческой деятельности не произошло сколько-нибудь существенных изменений. Многие из предприятий по-прежнему работают на склад, прилагая в дальнейшем дополнительные коммерческие усилия по продаже изготовленных товаров. Обоснуйте, чем все сказанное обусловлено. Можно ли говорить о реализации маркетинга на таких предприятиях? Что нужно сделать, чтобы обеспечить эффективную деятельность таких предприятий?

2. Постройте структурную схему маркетинговой информации для организации, которую вы лучше всего знаете, с указанием ее конкретных показателей. Например, внутренняя информация – объемы продаж в разрезе товарной номенклатуры по месяцам и т.п. Назовите источники получения этой информации. Попытайтесь определить, достаточна ли эта информация для эффективного управления предприятием.

3. Назовите, какие факторы макросреды из разряда демографических, экономических, природных, технологических, социокультурных, политических и международных необходимо учитывать производителю: спортивных велосипедов; коллекционных кукол; надувных лодок; хлебобулочных изделий; спичек.

В каждой группе факторов укажите 3-5 наиболее важных. Проранжируйте важность факторов макросреды для каждого из перечисленных производителей, сравните полученные результаты, объясните, почему для каждого предприятия результаты ранжирования могут быть разными.

4. Менеджер по маркетингу проводит опрос студентов, чтобы выяснить, какие рекламные ролики им меньше всего понравились. Одна из студенток называет широко известную рекламу средств от головной боли –

панадола. Однако, придя в очередной раз в аптеку, она покупает именно это средство. Как можно объяснить покупательское поведение студентки?

5. В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение доли фирмы на рынке с 10 до 12% при емкости рынка 175 млн. штук продукта. Рассчитать дополнительную прибыль фирмы в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 98 тенге, а емкость рынка не изменяется. Затраты на маркетинговые усилия в расчете на год составляют 182 млн. тенге.

6. Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка. В первом сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 54 млн. штук при емкости рынка в этом сегменте 1980 млн.штук. Предполагается, что в следующем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 3%, доля фирмы - на 5 %. Во втором сегменте доля фирмы составляет 4 %, объем продаж – 75 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 11 %, при этом доля фирмы в этом сегменте вырастет до 8%. В третьем сегменте емкость рынка составляет 45 млн. шт., доля фирмы – 0,12. Изменений емкости рынка не предвидится, объем продаж фирмы сократится на 1млн. шт. Определить объем продаж фирмы в настоящем году при вышеуказанных условиях.

7. Разработайте номенклатуру товаров, продаваемых в магазинах с такой вывеской: «Чай – кофе»; «Парижанка»; «Черный кот»; «Пятачок». Какие ассортиментные группы могут быть предложены в каждом магазине, какими характеристиками обладают предложенные вами ассортимент и номенклатура?

8. Вы – руководитель трудового коллектива, состоящего из двух отделов, примерно равных по численности, но имеющих разную социальную структуру. На предприятии в качестве конечных результатов приняты выручка от реализованной продукции, производительность труда и качество продукции. Критерий эффективности – валовая прибыль. В отчетном квартале Ваш коллектив выполнил основные конечные показатели, но были проблемы с качеством продукции. Виноват в этом оказался отдел А. Отдел Б не виноват в снижении качества, но допустил ряд упущений в трудовой дисциплине, о которых известно в коллективе. Заводская премия Вашему подразделению была снижена за упущения по качеству и рассчитана пропорционально численности сотрудников, как давно принято на предприятии. Вопросы: 1. Каким образом и в каких пропорциях Вы разделите премию? 2. Положения каких теорий мотивации обосновывают Ваш выбор?

9. Ваш вышестоящий руководитель, минуя Вас, дает срочное задание Вашему подчиненному, который уже занят выполнением другого ответственного задания, полученного Вами лично от директора. Ваш вышестоящий руководитель делает это уже не в первый раз, и Вы знаете о его натянутых отношениях с директором предприятия. Оба задания являются неотложными.

Вопросы: 1. В чем заключается проблема? 2. Какие альтернативы решения проблемы можно предложить? 3. Какое единственно верное решение Вы примете и почему?

Кейс-задания по темам дисциплины:

1. В литературе по маркетингу нередко приводится притча о том, как Юлий Цезарь, пригласив гостей, решил удивить их необыкновенным обедом. Вызвав своего повара, он сообщил ему о таком желании, и с нетерпением ждал обеда. В назначенное время повар принес огромное блюдо раков. Для гостей это не было чем-то необыкновенным и такое блюдо несколько их не удивило. Увидев такую ситуацию, повар сказал: «Вы посмотрите, раки вареные, но все двигаются!». Тогда Цезарь спросил повара, как он этого мог достичь. Повар ответил, что он в середину вареных раков положил одного живого и он, шевелясь, заставляет двигаться других. Какое отношение приведенная притча имеет к маркетингу? Можно ли сравнить живого рака в тарелке с маркетингом в рыночной экономике?

2. Крупный российский банк отпраздновал свой пятилетний юбилей, причем, как отмечалось в прессе, с истинно купеческим размахом. Были даны роскошные приемы. В выступлениях и пресс-релизе отмечалось следующее. Количество корпоративных клиентов банка достигло 22 тыс. В нем открыли счета 80 тыс. частных лиц. За 5 лет баланс банка возрос на 10 млн. руб. до 1,5 млрд. долларов. Открыто 15 филиалов в Москве и 10 в регионах, что принесло 3 млрд. руб. прибыли. Валютная часть уставного капитала за последний год выросла почти в 5 раз – с 25 до 122 млн. долларов. По данным статистики, через банк проходит около 25% всех международных платежей России (около 7 тыс. в месяц). Впоследствии открыли филиал на Кипре, представительство банка – в Женеве. По утверждениям руководства, банк вырос на российских рублях и будет работать вместе с ними. Он инвестировал в экономику России 500 млн. долларов, в основном – в тяжелую промышленность. По приводившимся оценкам агентства Рейтер, с начала года банк поднялся в рейтинг-листе российских банков с 12 на 6 место, а его доля в совокупном капитале коммерческих банков выросла за это время с 1,6 до 4,2%. В банке работает свыше 4 тыс. сотрудников. Их средний возраст – 28 лет. Рожденный в ноябре банк утверждает, что по своему характеру он – Скорпион: агрессивный и динамичный.

Вопросы и задания: 1) На кого из приглашенных на прием была рассчитана эта информация? 2) Какая еще информация была бы полезна клиентам банка, в том числе потенциальным с учетом современной ситуации и стратегии банка? 3) Перечислите мероприятия (специальные события) PR, используемые банком. 4)Какие цели преследовал банк, устраивая приемы и публикуя о себе информацию в периодической печати?

Задания для самостоятельной работы в часы самоподготовки:

Практические задания для самостоятельной работы приведены в разделе "СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)"

Рубежный контроль проводится в форме тестирования и комплексной письменной работы.

Вопросы для подготовки к рубежному контролю 1

1. Природа управления и исторические тенденции его развития
2. Внутренняя среда организации
3. Внешняя среда организации
4. Типы организационных структур, их основные параметры и принципы проектирования
5. Организация как объект управления
6. Организационно-правовые формы предприятия
7. Субъекты хозяйственных отношений
8. Возникновение научного менеджмента в России
9. Процесс принятия решения и его структура
10. Опыт современного зарубежного менеджмента
11. Оценка эффективности решений
12. Средства коммуникационного процесса
13. Современные теории мотивации
14. Управление экономическими отношениями предприятия

Вопросы для подготовки к рубежному контролю 2

1. Сущность и содержание маркетинга. Концепции маркетинга
2. Функции и базовые принципы маркетинга.
3. Комплекс маркетинга
4. Типы и виды маркетинга
5. Понятие и классификация потребностей. Типы потребителей.
6. Потребительский рынок и поведение на нем покупателей.
7. Рынок товаров производственного назначения и поведение потребителей
8. Сущность и виды сегментирования
9. Признаки и критерии сегментирования
10. Выбор целевого рынка
11. Позиционирование товара на рынке
12. Товар в системе маркетинга. Жизненный цикл товара
13. Товарный знак и его применение.
14. Упаковка и маркировка товара
15. Товарный ассортимент и его характеристики
16. Новый товар: понятие, мотивы инновационных введений, подходы к созданию
17. Понятие и функции цен. Виды цен. Ценообразующие факторы
18. Методы ценообразования
19. Ценовые стратегии
20. Канал сбыта: понятие, типы, характеристики
21. Сбытовые стратегии
22. Оптовая торговля. Розничная торговля. Электронная торговля
23. Маркетинг-логистика
24. Комплекс маркетинговых коммуникаций
25. Понятие и функции рекламы. Виды, средства и каналы распространения рекламы. Понятие и организация рекламной деятельности
26. PR-связи с общественностью
27. Стимулирование сбыта
28. Личная продажа

Типовые тесты для рубежного контроля:

1. Возникновение раннего менеджмента связано с:
 - A) Началом ведения племенами людей оседлого образа жизни.
 - B) Проведением управленческих экспериментов в Хоторне.
 - C) Разработкой Ф. Тейлором концепции научного управления.
 - D) Переходом от мануфактур к машинному производству.
 - E) Все варианты верны.
2. Конкретность как требование к управленческому решению подразумевает ...
 - A) Четкую проработку целей, методов, способов реализации, временных и пространственных характеристик.
 - B) Необходимость учета комплекса внешних и внутренних факторов.
 - C) Соответствие решения потребностям и задачам управления в организации.
 - D) Соблюдение действующего законодательства и предела полномочий принимающим решение.
 - E) Нет правильного ответа.

.....

Типовая комплексная письменная работа:

Теоретическая часть

Используя полученные теоретические знания по маркетингу, выполните тестовые задания:

1 Несмотря на наличие значительного числа определений маркетинга, в каждом из них есть общее, а именно:

- А) Приоритет производителя.
- В) Приоритет конкурента.
- С) Приоритет посредника.
- Д) Приоритет потребителя.
- Е) Приоритет поставщика.

2 Комплекс маркетинга включает:

- А) Рекламу, цену, товар, упаковку.
- В) Товар, распределение, цену, коммуникацию.
- С) Товарный знак, упаковку, цену, распределение.
- Д) Рекламу, личную продажу, общественные связи, стимулирование продаж.
- Е) Цену, общественные связи, стимулирование продаж.

....

Практическая часть

Вы – руководитель отдела логистики. Вам необходимо выяснить, кто из соображения расходов более выгоден предприятию – дистрибьютор или торговый агент. Для дистрибьютора предусмотрен оклад 2500 ден. ед. в месяц и 2% комиссионного сбора, для торгового агента – гарантийный оклад 1000 ден. ед. и 5% комиссионных. Они работают в одной географической области, ожидаемый товарооборот за месяц – 300 000 ден. ед.

Установить:

- 1. Кто предпочтительнее для фирмы при данном товарообороте?
- 2. При каком обороте в месяц издержки на дистрибьютора и торгового агента одинаковы?

Оценочные материалы и оценочные средства для проведения текущего и рубежного контролей успеваемости представлены в ФОС по дисциплине.

6.3 Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета. Оценочным средством для проведения зачета является комплексная письменная работа.

Перечень вопросов для подготовки к зачету:

- 1 Природа управления и исторические тенденции его развития
- 2 Внутренняя среда организации
- 3 Внешняя среда организации
- 4 Типы организационных структур, их основные параметры и принципы проектирования
- 5 Организация как объект управления
- 6 Организационно-правовые формы предприятия
- 7 Субъекты хозяйственных отношений
- 8 Возникновение научного менеджмента в России
- 9 Процесс принятия решения и его структура
- 10 Опыт современного зарубежного менеджмента
- 11 Оценка эффективности решений
- 12 Средства коммуникационного процесса
- 13 Современные теории мотивации
- 14 Управление экономическими отношениями предприятия
- 15 Сущность, формы и способы власти и влияния
- 16 Самоменеджмент и имидж руководителя
- 17 Делегирование полномочий как способ укрепления власти
- 18 Работа и основные качества менеджера
- 19 Этика деловых отношений
- 20 Концепция харизматического лидерства
- 21 Психология менеджмента
- 22 Работа и основные качества менеджера
- 23 Понятие и сущность руководства и лидерства
- 24 Психология менеджмента
- 25 Функция менеджмента
- 26 Сущность и содержание маркетинга
- 27 Концепции маркетинга
- 28 Функции и базовые принципы маркетинга.
- 29 Комплекс маркетинга
- 30 Типы и виды маркетинга
- 31 Организация маркетинговой деятельности
- 32 Понятие и классификация потребностей. Типы потребителей.
- 33 Потребительский рынок и поведение на нем покупателей.

- 34 Рынок товаров производственного назначения и поведение потребителей
- 35 Характеристика товарных рынков
- 36 Сущность и виды сегментирования
- 37 Признаки и критерии сегментирования
- 38 Выбор целевого рынка
- 39 Позиционирование товара на рынке
- 40 Товар в системе маркетинга. Классификация товаров
- 41 Жизненный цикл товара
- 42 Товарный знак и его применение.
- 43 Упаковка и маркировка товара
- 44 Товарный ассортимент и его характеристики
- 45 Новый товар: понятие, мотивы инновационных введений, подходы к созданию. Этапы разработки новых товаров
- 46 Понятие и функции цен. Виды цен. Ценообразующие факторы
- 47 Методы ценообразования
- 48 Ценовые стратегии
- 49 Канал сбыта: понятие, типы, характеристики
- 50 Сбытовые стратегии
- 51 Оптовая торговля
- 52 Розничная торговля
- 53 Понятие и сущность мерчендайзинга
- 54 Электронная торговля
- 55 Маркетинг-логистика
- 56 Комплекс маркетинговых коммуникаций
- 57 Понятие и функции рекламы. Виды, средства и каналы распространения рекламы. Понятие и организация рекламной деятельности
- 58 PR-связи с общественностью
- 59 Стимулирование сбыта
- 60 Личная продажа

Типовая комплексная письменная работа:

Теоретическая часть

Используя полученные теоретические знания по менеджменту и маркетингу, выполните тестовые задания:

1. Какая функция менеджмента приведена ниже: « - это процесс сравнения результатов?»

- A) Планирование
- B) Контроль
- C) Организация
- D) Мотивация
- E) Делегирование

2. Что является объектом контроля в менеджменте:

- A) Результаты работы, методы работы
- B) Методы труда, непосредственно сотрудники
- C) Результаты работы, сотрудники как личность
- D) Организация, сотрудники
- E) Производство продукции

3. Определяющим, что заставляет человека искать пути и способы удовлетворения его потребностей, является

- A) Экономическое положение.
- B) Культура.
- C) Мотивация.
- D) Семья.
- E) Социальный статус.

4. Несмотря на наличие значительного числа определений маркетинга, в каждом из них есть общее, а именно

- A) Приоритет производителя.
- B) Приоритет конкурента.
- C) Приоритет посредника.
- D) Приоритет потребителя.
- E) Приоритет поставщика.

....

Практическая часть

1. Провизор-технолог отдела безрецептурного отпуска аптеки Сидорова оценивает свой вклад в работу аптеки как 1,5 млн. руб. товарооборота в месяц и получает 20 тыс. руб. в виде заработной платы. Ее коллега Иванова тоже получает 20 тыс. руб., однако приносит аптеке 1 млн. руб. Сидорова считает, что ее усилия недооцениваются руководителем аптеки.

Примите управленческое решение для корректировки данной ситуации. Измените мотивационную структуру

сотрудников в этой ситуации. Какие дополнительные сведения необходимы для руководителя аптеки, чтобы принять управленческое решение в данной ситуации (форма собственности, порядок распределения прибыли, формы оплаты труда).

2. Найдите решение задачи. В результате исследований рынка фирмой были получены следующие данные: численность местного населения – 16500 чел.; доход на душу населения (за год) – 8000 ден. ед.; доля расходов на макароны – 14%; выручка от продаж макарон фирмы за год – 3696000 ден.ед.

На основании исходных данных определить: общую емкость рынка и долю рынка этой фирмы

...

Оценочные материалы и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся представлены в ФОС по промежуточной аттестации дисциплины.

6.4 Критерии оценивания

Критерии оценивания устного опроса:

«отлично» (А, А-, 4.0-3.67, 90-100%) ставится, если студент полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

«хорошо» (В+, В, В-, 3.33-2.67, 75-89%) ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

«удовлетворительно» (С+, С, С-, D+,D, 2.33-1.0, 50-74%) ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

«неудовлетворительно» (F, 0, 0-49%) ставится, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

Критерии оценивания презентационного доклада:

«отлично» (А, А-, 4.0-3.67, 90-100%) ставится, если:

- презентация соответствует теме или ее вопросу, оформлен титульный слайд с заголовком (тема, цели, план и т.п.), сформулированная тема ясно изложена и структурирована, использованы графические изображения (фотографии, картинки и т.п.), соответствующие теме (вопросу); выдержан стиль, цветовая гамма, использована анимация, звук; работа оформлена и предоставлена в установленный срок;

- студент полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка;

«хорошо» (В+, В, В-, 3.33-2.67, 75-89%) ставится, если:

- презентация соответствует теме работы; оформлен титульный слайд с заголовком (тема, цели, план и т.п.); сформулированная тема ясно изложена и структурирована; использованы графические изображения (фотографии, картинки и т.п.), соответствующие теме; работа оформлена и предоставлена в установленный срок;

- студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого;

«удовлетворительно» (С+, С, С-, D+,D, 2.33-1.0, 50-74%) ставится, если:

- презентация соответствует теме работы; оформлен титульный слайд с заголовком (тема, цели, план и т.п.); сформулированная тема неясно изложена и неструктурирована; не использованы графические изображения (фотографии, картинки и т.п.), соответствующие теме;

- студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого;

«неудовлетворительно» (F, 0, 0-49%) ставится, если:

- презентация не выполнена или содержит материал не по вопросу;

- студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

Требования к оформлению презентации: Презентация создается по указанной теме. Объем презентации не менее 10 слайдов. Фон слайдов – однотонный. Выравнивание текста слева, заголовки – по центру. Шрифт текста на слайде – 28-30 пт. Рекомендуется на слайде располагать рисунки или иллюстрации. При создании презентации, можно использовать рекомендуемую литературу, так и ресурсы Интернет. При защите учитывается наглядность презентации, содержание и соответствие материала.

Критерии оценивания практической работы:

«отлично» (А, А-, 4.0-3.67, 90-100%) выставляется, если студент имеет глубокие знания учебного материала по теме практической работы, показывает усвоение взаимосвязи основных понятий используемых в работе, смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы. Студент демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практической работы, определяет взаимосвязи между показателями задачи, даёт правильный алгоритм решения, определяет междисциплинарные связи по условию задания;

«хорошо» (В+, В, В-, 3.33-2.67, 75-89%) выставляется, если студент показал знание учебного материала, усвоил основную литературу, смог ответить почти полно на все заданные дополнительные и уточняющие вопросы. Студент демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практической работы, допуская незначительные неточности при решении задач, имея неполное понимание междисциплинарных связей при правильном выборе алгоритма решения задания;

«удовлетворительно» (С+, С, С-, D+,D, 2.33-1.0, 50-74%) выставляется, если студент в целом освоил материал практической работы, ответил не на все уточняющие и дополнительные вопросы. Студент затрудняется с правильной оценкой предложенной задачи, даёт неполный ответ, требующий наводящих вопросов преподавателя, выбор алгоритма решения задачи возможен при наводящих вопросах преподавателя;

«неудовлетворительно» (F, 0, 0-49%) выставляется студенту, если он имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала практической работы, который полностью не раскрыл содержание вопросов, не смог ответить на уточняющие и дополнительные вопросы. Студент даёт неверную оценку ситуации, неправильно выбирает алгоритм действий.

Критерии оценивания кейс-задания:

«отлично» (А, А-, 4.0-3.67, 90-100%) выставляется студенту, если демонстрируются: умения использовать системный и ситуативный подходы, представить аргументированное рассуждение по проблеме, получить и обработать дополнительные данные; определять цели, задачи, результаты предстоящей деятельности, причины возникновения ситуации, проблемы; понимать более широкий контекст, в рамках которого находится ситуация: её связи с другими проблемами, определять риски, трудности при разрешении проблемы, подготовить программу действий;

«хорошо» (В+, В, В-, 3.33-2.67, 75-89%) выставляется студенту, если демонстрируются: умения использовать системный и ситуативный подходы, представить определённые аргументы рассуждения по проблеме, получить и обработать дополнительные данные; определять цели, задачи, результаты предстоящей деятельности, причины возникновения ситуации, проблемы и её связи с другими проблемами, определять некоторые риски, трудности при разрешении проблемы, подготовить программу действий;

«удовлетворительно» (С+, С, С-, D+,D, 2.33-1.0, 50-74%) выставляется студенту, если демонстрируются: умения представить рассуждения по проблеме, определять цели, задачи, результаты предстоящей деятельности, определять возможные связи проблемы с другими проблемами, частично описать программу действий;

«неудовлетворительно» (F, 0, 0-49%) выставляется студенту, если демонстрируются: разрозненные аргументы по проблеме или аргументы отсутствуют, неумение определять цели, задачи, результаты предстоящей деятельности, связи проблемы с другими проблемами, программа действий содержит серьезные ошибки или отсутствует. Рекомендации студенту по работе над кейсом. Независимо от природы, предоставленного кейса, студентам нужно будет:

1. «Проанализировать» его: выявить, что и почему происходит, что может произойти и почему.
2. Объяснить ситуацию.
3. Оценить уже принятые меры.
4. Обсудить возможные будущие действия и сравнить их возможную эффективность.

Работая над кейсом, студенты должны продемонстрировать следующие умения:

- определение лиц, чьи интересы затрагивает проблемная ситуация и умение учитывать их различные, зачастую противоположные интересы и точки зрения;
- определение того, какая имеющаяся или доступная информация может пролить свет на ситуацию и в какой степени эта информация будет надежной;
- умение разбираться в представлениях о ситуации — своих и других членов группы, а также основных действующих лиц кейса (субъективные представления могут вести к неправильному восприятию проблемы или ограничивать возможности улучшения ситуации);
- умение работать с неоднозначностью и неопределенностью, т.к. никогда не будет полной информации;
- умение «выявить суть» проблемной ситуации так, чтобы почувствовать, понять, что действительно происходит — основные проблемы ситуации, факторы, повлиявшие на их возникновение, задействованные причинные связи и/или вероятные последствия осуществленных и возможных будущих действий;
- с учетом этого понимания — умение разработать необходимые действия;
- умение убедить всех, кого нужно в этом убедить, что выбранное направление деятельности действительно приемлемо;
- умение удостовериться, что все вовлеченные в эти действия люди активно участвуют в них и способны их выполнять.

Критерии оценивания мини-проектов:

- оценка «отлично» (А, А-, 4.0-3.67, 90-100%) выставляется студенту, если в работе содержатся элементы

научного творчества и делаются самостоятельные выводы, достигнуты все результаты, проект обладает актуальностью, креативностью идеи, качественной проработкой каждого раздела; качество оформления проекта соответствует установленным в вузе требованиям и при защите студент проявил отличное владение материалом работы и способность аргументировано отвечать на поставленные вопросы по теме работы;

- оценка «хорошо» (В+, В, В-, 3.33-2.67, 75-89%) выставляется студенту, если в работе достигнуты все результаты, проект обладает актуальностью, креативностью идеи, проработаны все разделы проекта, качество оформления отчета соответствует установленным в вузе требованиям и при защите студент проявил хорошее владение материалом работы и способность аргументировано отвечать на поставленные вопросы по теме работы;
- оценку «удовлетворительно» (С+, С, С-, D+,D, 2.33-1.0, 50-74%) выставляется студенту, если в работе достигнуты основные результаты, проект обладает актуальностью, проработан каждый раздел проекта, качество оформления проекта в основном соответствует установленным в вузе требованиям и при защите студент проявил удовлетворительное владение материалом работы и способность отвечать на большинство поставленных вопросов по теме работы;
- оценку «неудовлетворительно» (F, 0, 0-49%) выставляется студенту, если в работе не достигнуты основные результаты, или качество оформления проекта не соответствует установленным в вузе требованиям, или при защите студент проявил неудовлетворительное владение материалом работы и не смог ответить на большинство поставленных вопросов по теме работы.

Критерии оценивания конспектов:

«отлично» (А, А-, 4.0-3.67, 90-100%) выставляется студенту, если демонстрируются полнота использования учебного материала, логика изложения (наличие схем, количество смысловых связей между понятиями), наглядность (наличие рисунков, символов и пр.; аккуратность выполнения, читаемость конспекта, грамотность (терминологическая и орфографическая).

«хорошо» (В+, В, В-, 3.33-2.67, 75-89%) выставляется студенту, если демонстрируются использование учебного материала неполное, недостаточно логично изложено (наличие схем, количество смысловых связей между понятиями), наглядность (наличие рисунков, символов и пр.; аккуратность выполнения, читаемость конспекта, грамотность (терминологическая и орфографическая), отсутствие связанных предложений.

«удовлетворительно» (С+, С, С-, D+,D, 2.33-1.0, 50-74%) выставляется студенту, если демонстрируются использование учебного материала неполное, недостаточно логично изложено (наличие схем, количество смысловых связей между понятиями), наглядность (наличие рисунков, символов, и пр.; аккуратность выполнения, читаемость конспекта, грамотность (терминологическая и орфографическая), прослеживается несамостоятельность при составлении.

«неудовлетворительно» (F, 0, 0-49%) выставляется студенту, если демонстрируются использование учебного материала неполное, отсутствуют схемы, количество смысловых связей между понятиями, отсутствует наглядность (наличие рисунков, символов, и пр.; аккуратность выполнения, читаемость конспекта, допущены ошибки терминологические и орфографические, несамостоятельность при составлении.

Критерии оценивания практического задания:

«отлично» (А, А-, 4.0-3.67, 90-100%) выставляется, если студент выполнил задания без ошибок и недочётов, допустил не более одного недочёта;

«хорошо» (В+, В, В-, 3.33-2.67, 75-89%), если студент выполнил задания полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочёта, или не более двух недочётов;

«удовлетворительно» (С+, С, С-, D+,D, 2.33-1.0, 50-74%), если студент правильно выполнил не менее половины заданий или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочёта, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочётов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочётов, допускает искажение фактов;

«неудовлетворительно» (F, 0, 0-49%), если студент допустил число ошибок и недочётов превосходящее норму, при которой может быть выставлено «удовлетворительно», или если правильно выполнил менее половины заданий.

Критерии оценивания тестирования:

«отлично» (А, А-, 4.0-3.67, 90-100%) заслуживает студент, обнаруживший всесторонние и глубокие знания материала темы.

«хорошо» (В+, В, В-, 3.33-2.67, 75-89%) заслуживает студент обнаруживший полное знание материала темы, но допустивший мелкие неточности в ответе

«удовлетворительно» (С+, С, С-, D+,D, 2.33-1.0, 50-74%), заслуживает студент, обнаруживший знания данной темы в объеме, необходимом для дальнейшей учебы, но допустивший погрешности в ответе

«неудовлетворительно» (F, 0, 0-49%), выставляется студенту, при наличии проблемы в знаниях данной темы и допустивший принципиальные ошибки

Критерии оценивания уровня освоения дисциплинарных компетенций на рубежной комплексной письменной работе:

«отлично» (А, А-, 4.0-3.67, 90-100%) – студент полностью выполнил задание комплексной письменной работы,

показал отличные знания и умения в рамках усвоенного учебного материала, работа оформлена аккуратно и в соответствии с предъявляемыми требованиями;
«хорошо» (В+, В, В-, 3.33-2.67, 75-89%) – студент полностью выполнил задание комплексной письменной работы, показал хорошие знания и умения, но не смог обосновать оптимальность предложенного решения, есть недостатки в оформлении работы;
«удовлетворительно» (С+, С, С-, D+,D, 2.33-1.0, 50-74%) – студент полностью выполнил задание комплексной письменной работы, но допустил существенные неточности, не проявил умения правильно интерпретировать полученные результаты, качество оформления работы имеет недостаточный уровень;
«неудовлетворительно» (F, 0, 0-49%) – студент не полностью выполнил задание комплексной письменной работы, при этом проявил недостаточный уровень знаний и умений, а также неспособен пояснить полученный результат.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде зачета:

оценки «зачтено» (4.0 – 1.0; 50 – 100%) заслуживает студент, обнаруживший знание основного программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учёбы и предстоящей профессиональной деятельности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый и/или усвоивший основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой.

оценка «не зачтено» (1.0 – 0; 0 – 49%) выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка «не зачтено» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1 Рекомендуемая литература

7.1.1 Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л1.1	Реброва Н. П.	Маркетинг: учебник и практикум для вузов (https://urait.ru/bcode/536443)	Москва: Юрайт, 2024	ЭБС
Л1.2	Шапкин И. Н., Алексеев А. Н., Бурькин Е. С., Горелов О. И., Горелова С. И., Троицкая Н. Н., Никитова С. Г., Орчаков О. А., Петухов Д. В., Ременников В. Б., Рязанов А. А.	Менеджмент: учебник и практикум для вузов (https://urait.ru/bcode/544945)	Москва: Юрайт, 2024	ЭБС
Л1.3	Иванова И. А., Сергеев А. М.	Менеджмент: учебник и практикум для вузов (https://urait.ru/bcode/535066)	Москва: Юрайт, 2024	ЭБС
Л1.4	Григорьев М. Н.	Маркетинг: учебник для вузов (https://urait.ru/bcode/535571)	Москва: Юрайт, 2024	ЭБС

7.1.2 Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л2.1	Карпова С. В.	Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для вузов (https://urait.ru/bcode/530925)	Москва: Юрайт, 2023	ЭБС

Рабочая программа дисциплины "Менеджмент и маркетинг" по направлению подготовки (специальности) 45.03.02 Лингвистика направленности (профилю) Преподавание английского и казахского языков				стр. 25
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л2.2	Кузнецов Ю. В., Соколова С. В., Соколов Б. И., Месякова Е. В., Маленков Ю. А., Анохина Е. М., Жигалов В. М., Кайсарова В. П., Лукманов Ю. Х., Родионов В. Г., Пензина О. С., Кизян Н. Г., Маслова Е. В., Цыганов И. И.	Менеджмент: учебник для вузов (https://urait.ru/bcode/511207)	Москва: Юрайт, 2023	ЭБС
Л2.3	Лукичёва Т. А., Воробьева И. В., Лезина Т. А., Колесникова М. Ф., Остапенко В. М., Пецольдт К. ..., Молчанов Н. Н.	Маркетинг: учебник и практикум для вузов (https://urait.ru/bcode/531181)	Москва: Юрайт, 2023	ЭБС
Л2.4	Данченко Л. А., Ласковец С. В., Невоструев П. Ю., Мхитарян С. В., Иванова И. Е., Маркова М. В., Корягин Н. Д., Макарова М. В.	Маркетинг: учебник и практикум для вузов (https://urait.ru/bcode/510866)	Москва: Юрайт, 2023	ЭБС
Л2.5	Гапоненко А. Л., Алексеев Ю. П., Савельева М. В., Корниенко В. И., Алисов А. Н., Барышников Ю. Н., Дульщиков Ю. С., Захаров Н. И., Мацнев Д. А., Николаев В. А., Орлова Т. М., Пирогов С. В., Раевский С. В., Филимонова Н. Н., Чернявский И. Ф., Швырков Ю. М., Шурдова Ю. В.	Менеджмент: учебник для вузов (https://urait.ru/bcode/510859)	Москва: Юрайт, 2023	ЭБС

7.2 Перечень информационных технологий

7.2.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Лицензионное программное обеспечение:

1. Операционная система Microsoft Windows XP Professional OEM Software (Сертификат подлинности (COA) наклеен на корпус ПК), Microsoft Office 2007 Russian Academic OPEN License (Лицензия № 42627774 от 24.08.2007 бессрочно), операционная система Microsoft Windows 7 PRO CIS and GE OEM Software (Сертификат подлинности (COA) наклеен на корпус ПК), операционная система Microsoft Windows 7 PRO CIS and GE OEM Software (Сертификат подлинности (COA) наклеен на корпус ПК).
2. Пакет прикладных программ «Microsoft Office Professional Plus 2013 Russian Academic OLP License» (Лицензия № 64075202 от 12.09.2014 бессрочно), пакет прикладных программ «Microsoft Office Professional Plus 2013 Russian Academic OLP License» (Лицензия № 62650104 от 08.11.2013. бессрочно).
3. Программное обеспечение «Визуальная студия тестирования» (Договор №4270 от 01.07.2017. бессрочно).
4. Программное обеспечение «1С: Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях». (Электронная лицензия. Регистрационный номер: 802214523 срок действия - бессрочно).
5. Антивирусное ПО «Kaspersky Endpoint Security Educational License», лицензия № 3440-231106-040959-980-

Рабочая программа дисциплины "Менеджмент и маркетинг" по направлению подготовки (специальности) 45.03.02 Лингвистика направленности (профилю) Преподавание английского и казахского языков	стр. 26
<p>854 с 07.11.2023 по 20.11.2024 г.</p> <p>6. Программа ЭВМ «Среда электронного обучения ЗКЛ», договор № 1166.8 от 19.01.2024 до 07.02.2025 г.</p> <p>7. Пакет прикладных программ Microsoft Office. Microsoft® Office Standard Single Language License & Software Assurance Open Value No Level 3 Years Acquired Year 1 Academic AP (Лицензионное соглашение V7664610 от 14.11.2022 до 30.11.2025).</p> <p>Свободно распространяемое программное обеспечение:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. SimpleDict - Электронный словарь 2. PDFedit - Редактор PDF файлов 	
7.2.2 Современные профессиональные базы данных, информационно-справочные системы и электронные библиотечные системы	
Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс]. – URL: http://elibrary.ru	
Электронная библиотечная система издательства «Лань» [Электронный ресурс]. – URL: http://e.lanbook.com	
Университетская библиотека on-line [Электронный ресурс]. – URL: http://www.biblioclub.ru	
Электронная библиотечная система издательства «Юрайт» [Электронный ресурс]. – URL: http://www.urait.ru	
Справочно-правовая система «Гарант» [Электронный ресурс]. – https://internet.garant.ru/	
Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. – URL: http://www.aup.ru/	
Научно-образовательный портал IQ [Электронный ресурс]. – URL: http://ecsocman.hse.ru	
Сайт Интернет-проекта «Корпоративный менеджмент» [Электронный ресурс]. – URL: http://www.cfin.ru	
Сайт журнала «Маркетолог» [Электронный ресурс]. – URL: http://www.marketolog.ru .	
Сайт журнала «Маркетинг в России и за рубежом» [Электронный ресурс]. – URL: http://www.mavriz.ru .	
Сайт «Энциклопедия маркетинга» [Электронный ресурс]. – URL: https://www.marketing.spb.ru .	
Онлайн-энциклопедия по маркетингу и рекламе [Электронный ресурс]. – URL: http://powerbranding.ru .	
8 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Помещения для проведения занятий лекционного типа:	
Учебная аудитория № 416.	
Количество посадочных мест – 80.	
Учебное оборудование: рабочее место преподавателя, доска магнитно-меловая, учебная мебель, трибуна для выступления.	
Технические средства обучения: ноутбук, мультимедийный проектор Epson, экран для проектора (моторизованный), усилитель звука, акустическая система. Обеспечены возможность подключения к информационным ресурсам в сети «Интернет», в том числе посредством сети Wi-Fi и индивидуальный неограниченный доступ к электронной информационно-образовательной среде филиала.	
Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: стенды – 6, комплект слайд-презентаций по темам дисциплины.	
Лицензионное программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows XP Professional OEM Software (Сертификат подлинности (COA) наклеен на корпус ПК), Microsoft Office 2007 Russian Academic OPEN License (Лицензия № 42627774 от 24.08.2007, срок действия – бессрочно. Антивирусное ПО «Kaspersky Endpoint Security for Educational Renewal Licens» Лицензия № 3440-231106-040959-980-854 с 07.11.2023 по 20.11.2024. Программа ЭВМ «Среда электронного обучения ЗКЛ», договор № 1166.8 от 19.01.2024 до 07.02.2025 г. Пакет прикладных программ Microsoft Office. Microsoft® Office Standard Single Language License & Software Assurance Open Value No Level 3 Years Acquired Year 1 Academic AP (Лицензионное соглашение V7664610 от 14.11.2022 до 30.11.2025).	
Практические, семинарские занятия, текущий контроль:	
Учебная аудитория № 407.	
Количество посадочных мест – 32.	
Учебное оборудование: рабочее место преподавателя, доска магнитно-меловая, учебная мебель, трибуна для выступления.	
Групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль:	
Учебная аудитория № 407.	
Количество посадочных мест – 32.	

<p>Рабочая программа дисциплины "Менеджмент и маркетинг" по направлению подготовки (специальности) 45.03.02 Лингвистика направленности (профилю) Преподавание английского и казахского языков</p>	<p>стр. 27</p>
<p>Учебное оборудование: рабочее место преподавателя, доска магнитно-меловая, учебная мебель, трибуна для выступления.</p>	
<p>Промежуточная и рубежная аттестация:</p>	
<p>Учебная аудитория № 416.</p>	
<p>Количество посадочных мест – 80.</p>	
<p>Учебное оборудование: рабочее место преподавателя, доска магнитно-меловая, учебная мебель, трибуна для выступления.</p>	
<p>Технические средства обучения: ноутбук, мультимедийный проектор Epson, экран для проектора (моторизованный), усилитель звука, акустическая система. Обеспечены возможность подключения к информационным ресурсам в сети «Интернет», в том числе посредством сети Wi-Fi и индивидуальный неограниченный доступ к электронной информационно-образовательной среде филиала.</p>	
<p>Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: стенды – 6, комплект слайд-презентаций по темам дисциплины.</p>	
<p>Лицензионное программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows XP Professional OEM Software (Сертификат подлинности (COA) наклеен на корпус ПК), Microsoft Office 2007 Russian Academic OPEN License (Лицензия № 42627774 от 24.08.2007, срок действия – бессрочно. Антивирусное ПО «Kaspersky Endpoint Security for Educational Renewal Licens» Лицензия № 3440-231106-040959-980-854 с 07.11.2023 по 20.11.2024. Программа ЭВМ «Среда электронного обучения 3KL», договор № 1166.8 от 19.01.2024 до 07.02.2025 г. Пакет прикладных программ Microsoft Office. Microsoft® Office Standard Single Language License & Software Assurance Open Value No Level 3 Years Acquired Year 1 Academic AP (Лицензионное соглашение V7664610 от 14.11.2022 до 30.11.2025).</p>	
<p>Помещение для самостоятельной работы, в том числе для выполнения курсовых работ:</p>	
<p>Учебная аудитория для самостоятельной работы, выполнения курсовых работ № 404.</p>	
<p>Количество посадочных мест – 24, из них 10 посадочных мест оснащены ноутбуками.</p>	
<p>Учебное оборудование: рабочее место преподавателя, оборудованное компьютером, доска магнитно-меловая, учебная парта – 12; стулья – 24.</p>	
<p>Технические средства обучения: ноутбуки (10). Обеспечены возможность подключения к информационным ресурсам в сети «Интернет», в том числе посредством сети Wi-Fi и индивидуальный неограниченный доступ к электронной информационно-образовательной среде филиала.</p>	
<p>Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: тематические стенды – 6.</p>	
<p>Лицензионное программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows 7 PRO CIS and GE OEM Software (Сертификат подлинности (COA) наклеен на корпус ПК). Пакет прикладных программ «Microsoft Office Professional Plus 2013 Russian Academic OLP License» (Лицензия № 62650104 от 08.11.2013, срок действия – бессрочно).</p>	
<p>Учебная аудитория для самостоятельной работы, выполнения курсовых работ № 410.</p>	
<p>Количество посадочных мест – 20, из них 10 посадочных мест оснащены компьютерами.</p>	
<p>Учебное оборудование: рабочее место преподавателя, оборудованное компьютером, доска маркерная, учебная парта – 10, стулья – 10.</p>	
<p>Технические средства обучения: компьютеры (10) в комплекте (системный блок, монитор, клавиатура, мышь, ИБП). Обеспечены возможность подключения к информационным ресурсам в сети «Интернет», в том числе посредством сети Wi-Fi и индивидуальный неограниченный доступ к электронной информационно-образовательной среде филиала.</p>	
<p>Лицензионное программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows 7 PRO CIS and GE OEM Software (Сертификат подлинности (COA) наклеен на корпус ПК) пакет прикладных программ «Microsoft Office Professional Plus 2013 Russian Academic OLP License» (Лицензия № 64075202 от 12.09.2014 срок действия – бессрочно). Программное обеспечение «Визуальная студия тестирования» (Договор № 4270 от 01.07.2017, срок действия – бессрочно). Антивирусное ПО «Kaspersky Endpoint Security for Educational Renewal Licens» Лицензия № 3440-231106-040959-980-854 с 07.11.2023 по 20.11.2024. Программа ЭВМ «Среда электронного обучения 3KL», договор № 1166.8 от 19.01.2024 до 07.02.2025 г.</p>	
<p>Специальное помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования № 309</p>	

Оборудование: стол для профилактики учебного оборудования, стул, стеллаж для запасных частей компьютеров и офисной техники, воздушный компрессор, паяльная станция, пылесос, стенд для тестирования компьютерных комплектующих, лампы.

Специальное помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования №316

Оборудование: стол для профилактики учебного оборудования, стул, шкаф для хранения учебного оборудования; ассортимент отверток, кисточек, мини-мультиметр, дополнительные USB Flash накопители, сумка для CD/DVD дисков.

9 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Приступая к изучению дисциплины «Менеджмент и маркетинг» студентам необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы дисциплины, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы.

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

При подготовке к практическим занятиям учебный и лекционный материал каждой темы должен прочитываться многократно. При первом прочтении нужно ставить цель – понять, а не запомнить. Обычно для достижения хорошего понимания материала одного прочтения мало. К тому же часто приходится припомнить кое-что из ранее изученного, поэтому первое прочтение оказывается самым длительным. Необходимо запомнить основные понятия, это должно стать основным ориентиром во всех последующих видах работы с лекциями и учебным материалом. После усвоения лекционного материала, необходимо приступить к подготовке тезисов по всем учебным вопросам, выносимым на практическое занятие, и презентации. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью, практической деятельностью предприятия. По теме изучаемой дисциплины необходимо уметь выполнять практические работы (тесты и практические упражнения), мини-проект или кейс-задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей учебной программы.

В процессе самостоятельной работы обучающиеся закрепляют теоретические знания, полученные на занятиях, развивают и углубляют знания по вопросам темам, требующим дополнительной разработки. По каждой теме обучающемуся предлагаются конспекты или практические задания, которые составлены в соответствии с тематическим планом дисциплины.

При подготовке к рубежному контролю и зачету необходимо повторять пройденный материал в строгом соответствии с рабочей учебной программой. Использовать материалы занятий, конспекта лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. Обратит особое внимание на темы учебных занятий, пропущенных обучающимися по разным причинам. При необходимости обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю

Для подготовки к занятиям, текущему и рубежному контролю, промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться ресурсами библиотеки филиала и электронных библиотечных систем; могут взять на дом необходимую литературу на абонементе или воспользоваться читальным залом.

К каждой теме учебной дисциплины подобрана основная и дополнительная литература. Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу монографий и статей, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках курса, а также официальных материалов и неопубликованных документов, в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы.

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения. В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником.

Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание ученика на предметные и именные указатели.

Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение: 1) главного в тексте; 2) основных аргументов; 3) выводов. Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет. Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер, и уловить скрытые вопросы. Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не сразу. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции – это сравнительное чтение, в ходе которого студент знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной

позиции.

Если в литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов, нужно определять их схожие суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна.

Следующим этапом работы с литературными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Можно делать записи на отдельных листах, которые потом легко систематизировать по отдельным темам изучаемого курса. Другой способ – это ведение тематических тетрадей-конспектов по одной какой-либо теме.

Выделяются следующие виды записей при работе с литературой:

Конспект - краткая схематическая запись основного содержания научной работы. Целью является не переписывание произведения, а выявление его логики, системы доказательств, основных выводов. Хороший конспект должен сочетать полноту изложения с краткостью.

Цитата - точное воспроизведение текста. Заключается в кавычки. Точно указывается страница источника.

Тезисы - концентрированное изложение основных положений прочитанного материала.

Аннотация - очень краткое изложение содержания прочитанной работы.

Резюме - наиболее общие выводы и положения работы, ее концептуальные итоги.

Записи в той или иной форме не только способствуют пониманию и усвоению изучаемого материала, но и помогают вырабатывать навыки ясного изложения в письменной форме тех или иных теоретических вопросов.

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины «Менеджмент и маркетинг», реализуемую в соответствии с требованиями ФГОС ВО по основной профессиональной образовательной программе высшего образования «Преподавание английского и казахского языков» направления подготовки 45.03.02 Лингвистика

Рабочая программа дисциплины «Менеджмент и маркетинг» предназначена для реализации государственных требований к уровню подготовки бакалавров, установленных Федеральным законом «Об образовании в РФ» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ, Приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 года № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры», федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика, утверждённого приказом Минобрнауки России от 12 августа 2020 г. № 969 и по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утверждённого приказом Минобрнауки России от 12 августа 2020 г. № 954.

Структура рабочей программы дисциплины «Менеджмент и маркетинг», представленной на рецензирование, соответствует требованиям к разработке рабочих программ и содержит следующие элементы: титульный лист, характеристику и назначение дисциплины, место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы, перечень планируемых результатов обучения по дисциплине; объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических часов, выделенных на контактную и самостоятельную работу со студентом; тематический план и содержание дисциплины; перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных технологий, программных средств, используемых в учебном процессе; фонд оценочных средств; методические указания обучающимся по освоению дисциплины; материально-техническую базу, необходимую для осуществления учебных занятий по дисциплине, в том числе набор демонстрационного оборудования и материалов для проведения лекционных и практических занятий.

Рабочая программа дисциплины ориентирована также на инклюзивное обучение студентов. Программа сформирована последовательно, логически верно, что позволяет обеспечить необходимый уровень усвоения универсальных и общепрофессиональных компетенций. В программе указаны различные формы учебной работы (лекции, практические занятия), а также виды самостоятельной работы студентов с расчетом часов и рейтинга по каждому виду учебной деятельности. Помимо традиционных методов проведения занятий, предусмотрено использование активных методов обучения.

На основании вышеизложенного рабочая программа дисциплины «Менеджмент и маркетинг» может быть использована для методического обеспечения учебного процесса в рамках основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика в целях получения дополнительной квалификации «Экономика».

Рецензент:

канд. экон. наук, профессор

кафедры экономики и менеджмента

ЧУ Костанайский инженерно-экономический

университет им. М. Дулатова



/ Притула Р.А.