МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____ П. В. Сенченко
«___» _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинговые исследования в торговых организациях (ГПО-1)

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**
Направление подготовки / специальность: **38.03.06 Торговое дело**
Направленность (профиль) / специализация: **Маркетинг в торговой деятельности**
Форма обучения: **очная**
Факультет: **ЭФ, Экономический факультет**
Кафедра: **Менеджмента, Кафедра менеджмента**
Курс: **2**
Семестр: **4**
Учебный план набора 2021 года

Распределение рабочего времени

№	Виды учебной деятельности	4 семестр	Всего	Единицы
1	Лекции	36	36	часов
2	Практические занятия	36	36	часов
3	Всего аудиторных занятий	72	72	часов
4	Самостоятельная работа	72	72	часов
5	Всего (без экзамена)	144	144	часов
6	Общая трудоемкость	144	144	часов
		4.0	4.0	З.Е.

Зачёт с оценкой: 4 семестр

Томск

Согласована на портале № 51041

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
протокол № 10 от «28» 11 2019 г.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рабочая программа дисциплины составлена с учетом требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки (специальности) 38.03.06 Торговое дело, утвержденного 12.11.2015 года, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента «___» _____ 20__ года, протокол №_____.

Разработчик:

доцент каф. менеджмента каф. менеджмента _____ А. В. Богомолова

Заведующий обеспечивающей каф. Менеджмента _____ М. А. Афонасова

Рабочая программа дисциплины согласована с факультетом и выпускающей кафедрой:

Декан ЭФ _____ А. В. Богомолова

Заведующий выпускающей каф. Менеджмента _____ М. А. Афонасова

Эксперты:

Доцент кафедры менеджмента _____ В. Н. Жигалова

Доцент кафедры менеджмента _____ Ж. Н. Аксенова

Согласована на портале № 51041

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цели дисциплины

в рамках группового проектного обучения является практическое закрепление знаний и навыков проектной, научно-исследовательской и организационной деятельности в рамках профессиональных задач по направлению подготовки обучающегося:

является освоение методики сбора информации о рынке, проектирования процесса маркетинговых исследований,

а также приобретение навыков анализа, систематизации данных и компоновки отчета о проведении исследований для подготовки предложений по использованию этих результатов в управлении проектами, программами внедрения технологических и продуктовых инновации и бизнес-планировании.

1.2. Задачи дисциплины

– сформировать требования к реализуемому проекту;
– изучить инструменты, используемые в проектной деятельности;
– развить навыки сбора и анализа данных, необходимых для принятия решений на этапах инициации, планирования, организации, контроля проекта;
– развить навыки оформления результатов работы в виде отчета;
– научиться выполнять индивидуальные задачи и отчитываться по ним;
– сформировать отчет по промежуточным результатам проектной деятельности;
– обеспечение теоретической подготовки по проведению стратегического анализа и разработке стратегии ;
– формировать практические навыки командной работы в ходе решения сложных задач;
– исследование информационной системы маркетинговых исследований;
– формирование системного подхода к проблемам проведения маркетинговых исследований, маркетингового анализа и принятия маркетинговых решений.
–

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинговые исследования в торговых организациях (ГПО-1)» (Б1.В.ДВ.2.2) относится к блоку 1 (вариативная часть).

Предшествующими дисциплинами, формирующими начальные знания, являются: Макроэкономика, Маркетинг, Микроэкономика, Экономика предприятия.

Последующими дисциплинами являются: Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты, Маркетинговый анализ рынков, Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, Продвижение товаров и услуг, Развитие человеческого капитала в торговых организациях (ГПО-2), Управление изменениями в торговых организациях (ГПО-3), Управление портфелем проектов в торговых организациях (ГПО-4).

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

– ПК-3 готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

– **знать** теоретические основы проектного управления; особенности и специфику управления маркетингом в проектах и организациях; методы и основные теории стратегического менеджмента; содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления; подходы к анализу систем качества продукции, услуг – с целью обеспечения её конкурентоспособности.

– **уметь** работать в составе проектной группы; практически использовать знания и навыки в рамках профессиональной деятельности; собрать и проанализировать данные, необходимые

Согласована на портале № 51041

для выполнения задач по проекту; работать в коллективе, выстраивать эффективные коммуникации с коллегами и руководством, моделировать поведение участников проекта; разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации; проводить анализ конкурентной сферы отрасли.

– **владеть** навыками сбора, обработки, анализа данных в соответствии с задачами проекта; навыками решения индивидуальных задач по проекту; методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4.0 зачетных единицы и представлена в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины

Виды учебной деятельности	Всего часов	Семестры
		4 семестр
Аудиторные занятия (всего)	72	72
Лекции	36	36
Практические занятия	36	36
Самостоятельная работа (всего)	72	72
Выполнение индивидуальных заданий	28	28
Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	6	6
Подготовка к практическим занятиям, семинарам	38	38
Всего (без экзамена)	144	144
Общая трудоемкость, ч	144	144
Зачетные Единицы	4.0	4.0

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Разделы дисциплины и виды занятий приведены в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Разделы дисциплины и виды занятий

Названия разделов дисциплины	Лек., ч	Прак. зан., ч	Сам. раб., ч	Всего часов (без экзамена)	Формируемые компетенции
4 семестр					
1 Определение целей и задач этапа проекта	6	4	12	22	ПК-3
2 Разработка (актуализация) технического задания этапа проекта	6	6	8	20	ПК-3
3 Постановка индивидуальных задач в рамках выполнения этапа проекта	6	4	16	26	ПК-3
4 Выполнение индивидуальных задач в рамках этапа проекта	12	14	18	44	ПК-3
5 Составление отчета	6	4	14	24	ПК-3
6 Защита отчета о выполнении этапа проекта	0	4	4	8	ПК-3
Итого за семестр	36	36	72	144	

Согласована на портале № 51041

Итого	36	36	72	144	

5.2. Содержание разделов дисциплины (по лекциям)

Содержание разделов дисциплин (по лекциям) приведено в таблице 5.2.

Таблица 5.2 – Содержание разделов дисциплин (по лекциям)

Названия разделов	Содержание разделов дисциплины (по лекциям)	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
4 семестр			
1 Определение целей и задач этапа проекта	Определение целей и задач этапа проекта.Обоснование актуальности темы проекта, основных направлений работ. Понятие стратегии. Роль проведения стратегического и конкурентного анализа в организации практической деятельности предприятия. Стратегические и тактические цели развития организации. Требования, предъявляемые к формированию цели и задач стратегического анализа. Задачи исследования конкурентоспособности предприятия.	6	ПК-3
	Итого	6	
2 Разработка (актуализация) технического задания этапа проекта	Разработка (актуализация) технического задания этапа проекта.Виды конкурентных стратегий, выбор и разработка конкурентных стратегийПонятие маркетинговой информационной системы. Способы и источники получения информации. Внутренняя и внешняя информация.Поиск достоверных источников.	6	ПК-3
	Итого	6	
3 Постановка индивидуальных задач в рамках выполнения этапа проекта	Постановка индивидуальных задач в рамках выполнения этапа проекта.Определение потребности в проведении исследований и конкретизация целей и задач, решение которых может быть достигнуто при проведении рыночных исследований. Этапы проведения исследований. Определение проблемы, постановка гипотез, разработка методики сбора, обработки, хранения, анализа, конкретизация источников сбора информации, систематизации информации. Выбор сферы проведения маркетинговых исследований. Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинговых исследований. Последовательность проведения исследований.	6	ПК-3
	Итого	6	
4 Выполнение индивидуальных задач в рамках этапа	Выполнение индивидуальных задач в рамках этапа проекта.Выбор типа исследования в зависимости от условий орга-	12	ПК-3

Согласована на портале № 51041

проекта	низации. Разведочные исследования для получения предварительной информации и постановки гипотез. Описательные (дескриптивные) исследования. Казуальные исследования. Кабинетные и полевые исследования. Получение первичной и систематизация имеющейся информации. Сбора маркетинговой информации: наблюдение, эксперимент, опрос. Применение графических методов для упрощения процесса сбора и обработки информации. Разработка форм и аналитических таблиц для систематизации информации. Методы обработки маркетинговой информации.		
	Итого	12	
5 Составление отчета	Составление отчета. Содержание, оформление, правила.Определение комплекса требований к заключительному отчету: формальные и качественные требования. Структура отчета и основные количественные показатели. Графическое представление информации в отчете. Использование прикладных программ и технических средств для формирования отчета..	6	ПК-3
	Итого	6	
Итого за семестр		36	

5.3. Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предыдущими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предыдущими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами представлены в таблице 5.3.

Таблица 5.3 – Разделы дисциплины и междисциплинарные связи

Наименование дисциплин	№ разделов данной дисциплины, для которых необходимо изучение обеспечивающих и обеспечиваемых дисциплин					
	1	2	3	4	5	6
Предшествующие дисциплины						
1 Макроэкономика	+	+				
2 Маркетинг			+	+	+	
3 Микроэкономика	+	+	+	+	+	+
4 Экономика предприятия	+	+	+	+	+	+
Последующие дисциплины						
1 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	+	+	+	+	+	+
2 Маркетинговый анализ рынков	+	+	+	+	+	+
3 Практика по получению профессиональных умений и опыта профессио-			+	+	+	+

Согласована на портале № 51041

нальной деятельности						
4 Продвижение товаров и услуг			+	+	+	
5 Развитие человеческого капитала в торговых организациях (ГПО-2)	+	+	+	+	+	+
6 Управление изменениями в торговых организациях (ГПО-3)	+	+	+	+	+	+
7 Управление портфелем проектов в торговых организациях (ГПО-4)	+	+	+	+	+	+

5.4. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий представлено в таблице 5.4.

Таблица 5.4 – Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Компетенции	Виды занятий			Формы контроля
	Лек.	Прак. зан.	Сам. раб.	
ПК-3	+	+	+	Защита отчета, Отчет по ГПО, Консультирование, Тест, Зачёт с оценкой

6. Интерактивные методы и формы организации обучения

Не предусмотрено РУП.

7. Лабораторные работы

Не предусмотрено РУП.

8. Практические занятия (семинары)

Наименование практических занятий (семинаров) приведено в таблице 8.1.

Таблица 8.1 – Наименование практических занятий (семинаров)

Названия разделов	Наименование практических занятий (семинаров)	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
4 семестр			
1 Определение целей и задач этапа проекта	Определение целей и задач этапа проекта.Обоснование актуальности темы проекта, основных направлений работ.Мозговой штурм или другая форма обмена мнениями участников по тематике проекта.Обзор эмпирических исследований по теме проекта.	4	ПК-3
	Итого	4	
2 Разработка (актуализация) технического задания этапа проекта	Разработка (актуализация) технического задания этапа проекта.Уточнение / разработка тематической карты проекта.Уточнение / разработка плана проекта.Утверждение технического задания на отчетный период.	6	ПК-3
	Итого	6	
3 Постановка индивидуальных задач в рамках выполнения этапа	Постановка индивидуальных задач в рамках выполнения этапа проекта.Консультирование участников проектной группы по профессиональным вопросам и задачам	4	ПК-3

Согласована на портале № 51041

проекта	проекта.Интеграция-промежуточных результатов выполнения индивидуальных задач в общий проект.		
	Итого	4	
4 Выполнение индивидуальных задач в рамках этапа проекта	Выполнение индивидуальных задач участниками проекта.Поиск потенциальных потребителей результатов проекта, выявление и выполнение их требований.Определение стоимостной оценки основных ресурсов и затрат связанных с реализацией проекта.Представление результатов проекта на публичных площадках (конференции, форумы, конкурсы, олимпиады).Анализ результатов проекта и подведение итогов.Подготовка отчета, доклада и демонстрационных материалов.Обсуждение аттестационных материалов на семинаре проектной группы	14	ПК-3
	Итого	14	
5 Составление отчета	Составление отчета этапа проекта.	4	ПК-3
	Итого	4	
6 Защита отчета о выполнении этапа проекта	Выполнение семестрового отчета, подготовка к защите результатов (презентация, доклад).	4	ПК-3
	Итого	4	
Итого за семестр		36	

9. Самостоятельная работа

Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции представлены в таблице 9.1.

Таблица 9.1 – Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

Названия разделов	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции	Формы контроля
4 семестр				
1 Определение целей и задач этапа проекта	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	6	ПК-3	Зачёт с оценкой, Защита отчета, Консультирование, Отчет по ГПО, Тест
	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	6		
	Итого	12		
2 Разработка (актуализация) технического задания этапа проекта	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	8	ПК-3	Зачёт с оценкой, Защита отчета, Отчет по ГПО, Тест
	Итого	8		
3 Постановка индивидуальных	Подготовка к практическим занятиям, семина-	8	ПК-3	Зачёт с оценкой, Защита отчета,

Согласована на портале № 51041

задач в рамках выполнения этапа проекта	рам			Консультирование, Отчет по ГПО, Тест
	Выполнение индивидуальных заданий	8		
	Итого	16		
4 Выполнение индивидуальных задач в рамках этапа проекта	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	6	ПК-3	Зачёт с оценкой, Защита отчета, Консультирование, Отчет по ГПО, Тест
	Выполнение индивидуальных заданий	12		
	Итого	18		
5 Составление отчета	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	6	ПК-3	Зачёт с оценкой, Защита отчета, Консультирование, Отчет по ГПО, Тест
	Выполнение индивидуальных заданий	8		
	Итого	14		
6 Защита отчета о выполнении этапа проекта	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	4	ПК-3	Зачёт с оценкой, Защита отчета, Консультирование, Отчет по ГПО, Тест
	Итого	4		
Итого за семестр		72		
Итого		72		

10. Курсовой проект / курсовая работа

Не предусмотрено РУП.

11. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

11.1. Балльные оценки для элементов контроля

Таблица 11.1 – Балльные оценки для элементов контроля

Элементы учебной деятельности	Максимальный балл на 1-ую КТ с начала семестра	Максимальный балл за период между 1КТ и 2КТ	Максимальный балл за период между 2КТ и на конец семестра	Всего за семестр
4 семестр				
Защита отчета			30	30
Отчет по ГПО			40	40
Тест	10	10	10	30
Итого максимум за период	10	10	80	100
Нарастающим итогом	10	20	100	100

11.2. Пересчет баллов в оценки за контрольные точки

Пересчет баллов в оценки за контрольные точки представлен в таблице 11.2.

Таблица 11.2 – Пересчет баллов в оценки за контрольные точки

Баллы на дату контрольной точки	Оценка
≥ 90% от максимальной суммы баллов на дату КТ	5

Согласована на портале № 51041

От 70% до 89% от максимальной суммы баллов на дату КТ	4
От 60% до 69% от максимальной суммы баллов на дату КТ	3
< 60% от максимальной суммы баллов на дату КТ	2

11.3. Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку представлен в таблице 11.3.

Таблица 11.3 – Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Оценка (ГОС)	Итоговая сумма баллов, учитывает успешно сданный экзамен	Оценка (ECTS)
5 (отлично) (зачтено)	90 - 100	A (отлично)
4 (хорошо) (зачтено)	85 - 89	B (очень хорошо)
	75 - 84	C (хорошо)
	70 - 74	D (удовлетворительно)
3 (удовлетворительно) (зачтено)	65 - 69	
	60 - 64	E (посредственно)
2 (неудовлетворительно) (не зачтено)	Ниже 60 баллов	F (неудовлетворительно)

12. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

12.1. Основная литература

1. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / А. В. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 595 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2878-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: — Режим доступа: https://urait.ru/bcode/425254 (дата обращения: 12.07.2021).

2. Зуб, А. Т. Управление проектами [Электронный ресурс]: учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 422 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00725-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: : В другом месте, — Режим доступа: https://urait.ru/bcode/450229 (дата обращения: 12.07.2021).

12.2. Дополнительная литература

1. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3285-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: — Режим доступа: https://urait.ru/bcode/478126 (дата обращения: 12.07.2021).

12.3. Учебно-методические пособия

12.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Групповое проектное обучение [Электронный ресурс]: Методические указания по подготовке к лабораторным, практическим занятиям и самостоятельной работе / А. В. Ларионова - 2018. 17 с. — Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/8101 (дата обращения: 12.07.2021).

2. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ [Электронный ресурс]: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 315 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: — Режим доступа: https://urait.ru/bcode/413309 (дата обращения: 12.07.2021).

Согласована на портале № 51041

12.3.2. Учебно-методические пособия для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения:

– в форме электронного документа;
– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в форме электронного документа;
– в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в форме электронного документа;
– в печатной форме.

12.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. СПС КонсультантПлюс - Режим доступа - http://www.consultant.ru/
2. При изучении дисциплины рекомендуется обращаться к базам данных, информационно-справочным и поисковым системам, к которым у ТУСУРа открыт доступ: https://lib.tusur.ru/ru/resursy/bazy-dannyh
3. http://hr-portal.ru
4. http://www.hrm.ru
5. http://www.pro-personal.ru
6. www.elibrary.ru
7. www.garant.ru

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины и требуемое программное обеспечение

13.1. Общие требования к материально-техническому и программному обеспечению дисциплины

13.1.1. Материально-техническое и программное обеспечение для лекционных занятий

Для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используется учебная аудитория с количеством посадочных мест не менее 22-24, оборудованная доской и стандартной учебной мебелью. Имеются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по лекционным разделам дисциплины.

13.1.2. Материально-техническое и программное обеспечение для практических занятий

Лаборатория группового проектного обучения "Лаборатория социально-экономических проблем"

учебная аудитория для проведения занятий практического типа, учебная аудитория для проведения занятий лабораторного типа

634045, Томская область, г. Томск, ул. Красноармейская, д. 146, 503 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- ПЭВМ КОМПСТАР (12 шт.);
- Магнитно-маркерная доска;
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:

– 7-Zip
– FoxitReader
– Google Chrome
– Microsoft Windows 7 Pro

Согласована на портале № 51041

– Mozilla Firefox
– OpenOffice
– Консультант Плюс

13.1.3. Материально-техническое и программное обеспечение для самостоятельной работы

Для самостоятельной работы используются учебные аудитории (компьютерные классы), расположенные по адресам:

- 634050, Томская область, г. Томск, Ленина проспект, д. 40, 233 ауд.;
- 634045, Томская область, г. Томск, ул. Красноармейская, д. 146, 201 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 47, 126 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 207 ауд.

Состав оборудования:

- учебная мебель;
- компьютеры класса не ниже ПЭВМ INTEL Celeron D336 2.8ГГц. - 5 шт.;
- компьютеры подключены к сети «Интернет» и обеспечивают доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Перечень программного обеспечения:

- Microsoft Windows;
- OpenOffice;
- Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows;
- 7-Zip;
- Google Chrome.

13.2. Материально-техническое обеспечение дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При занятиях с обучающимися **с нарушениями слуха** предусмотрено использование звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы преподавания для обучающихся с инвалидностью, портативной индукционной системы. Учебная аудитория, в которой занимаются обучающиеся с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской, мультимедийной системой.

При занятиях с обучающимися **с нарушениями зрениями** предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможности просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для комфортного просмотра.

При занятиях с обучающимися **с нарушениями опорно-двигательного аппарата** используются альтернативные устройства ввода информации и другие технические средства приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы обучения для людей с инвалидностью.

14. Оценочные материалы и методические рекомендации по организации изучения дисциплины

14.1. Содержание оценочных материалов и методические рекомендации

Для оценки степени сформированности и уровня освоения закрепленных за дисциплиной компетенций используются оценочные материалы в составе:

14.1.1. Тестовые задания

1 Управляемыми параметрами проекта не являются:

а) объемы и виды работ;

б) стоимость, издержки, расходы по проекту;

в) ременные параметры, включающие сроки, продолжительности и резервы выполнения ра-

Согласована на портале № 51041

бот и этапов проекта, а также взаимосвязи между работами;

г) ресурсы, требуемые для осуществления проекта, в том числе человеческие или трудовые, финансовые, материально-технические, а также ограничения по ресурсам.

2 Проект можно определить как:

а) совокупность мероприятий, направленных на достижение уникальной цели и ограниченных по ресурсам и времени;

б) систему целей, результатов, технической и организационной документации, материальных, финансовых, трудовых и иных ресурсов, а также управленческих решений и мероприятий по их выполнению;

в) системный комплекс плановых (финансовых, технологических, организационных и пр.) документов, содержащих комплексно-системную модель действий, направленных на достижение оригинальной цели;

г) нет правильного ответа.

3 Окружающая среда проекта — это:

а) совокупность факторов и объектов, непосредственно не принимающих участия в проекте, но влияющих на проект и осуществляющих взаимодействие с проектом и отдельными его элементами;

б) совокупность всех участников проекта и других физических и юридических лиц, заинтересованных в его результатах;

в) совокупность независимых хозяйствующих субъектов, взаимодействующих с участниками проекта напрямую;

г) нет правильного ответа.

4 Полный перечень базовых элементов управления проектом включает в себя:

а) ресурсы, работы, результаты;

б) цели, ресурсы, работы;

в) время, стоимость, качество;

г) ресурсы, работы, результаты, риски.

5 При управлении продолжительностью проекта используется:

а) дерево целей;

б) сетевая матрица;

в) структура стоимости;

г) дерево решений

6 В качестве финансового результата проекта можно рассматривать:

а) стоимость произведенной продукции;

б) достижение необходимого соотношения между доходами и расходами;

в) внедрение системы бюджетирования проекта;

г) нет правильного ответа.

7 Систематический сбор и анализ данных о проблемах, связанных с маркетингом товаров и услуг называется:

а) панель;

б) гипотеза;

в) маркетинговое исследование;

г) неслучайная выборка.

8 Для конкретизации проблемы и формулирования на её основе целей и задач маркетингового исследования предприятия используют:

а) разведочные исследования;

б) первичные исследования;

Согласована на портале № 51041

в) эмпирические исследования;
г) казуальные исследования.

9 Объектом маркетингового анализа является:
а) продажа отдельных товаров, товарооборот рыночных предприятий;
б) отдельное предприятие, отрасль, совокупность отраслей, а также физические лица, семьи, социальные группы населения, население в целом, участвующие в рыночной деятельности;
в) район, город, регион, вся территория страны;
г) нет правильного ответа.

10 Опрос не может быть проведён:
а) по телефону;
б) путём наблюдения;
в) индивидуально;
г) по почте.

11 К какой части маркетинговой среды относятся конкуренты?
а) внутренняя микросреда;
б) внешняя микросреда;
в) макросреда;
г) нет правильного ответа.

12 При проведении, каких видов маркетинговых исследований наиболее часто используются качественные методы?
а) разведочных;
б) описательных;
в) экспериментальных;
г) нет правильного ответа.

13 Целью стратегического маркетинга является:
а) отслеживание эволюции заданного рынка, выявление существующих или потенциальных рынков или их сегмента на основе анализа потребностей, нуждающихся в удовлетворении;
б) уточнение миссии, определение целей развития, разработка стратегии развития компании и пр.;
в) выявление потребностей, которые компания будет удовлетворять;
г) формирование имиджа фирмы.

14 Какие из перечисленных источников вторичной информации относятся к внешним?
а) Интернет;
б) выставки и ярмарки;
в) бухгалтерская отчетность;
г) жалобы и рекламации.

15 Для изучения рынка в бизнес-плане приоритетно …
а) отношение покупателей к упаковке;
б) сезонность продаж;
в) выявление действующих и потенциальных конкурентов;
г) нет правильного ответа.

16 Исследование системы распределения проводится в рамках:
а) изучения поведения потребителей;
б) диагностики микросреды фирмы;
в) анализа конкурентной среды;
г) исследования рынка.

Согласована на портале № 51041

17 Целенаправленный набор приемов и методов для проверки рабочих гипотез – это:
а) рабочий инструментарий;
б) проблема;
в) рабочая гипотеза;
г) нет правильного ответа.

18 Взаимосвязь людей, технических средств, процедур и методологических приемов, предназначенных для сбора, обработки, анализа, оценки и распределения своевременной и точной информации, необходимой для принятия управленческих решений в области маркетинга это:
а) маркетинговая разведка;
б) маркетинговая информационная система;
в) маркетинговые исследования;
г) факторный анализ проведения маркетинговых исследований.

19 Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:
а) продажная цена товара и полезный эффект от его использования;
в) издержки производства и сбыта;
в) полезный эффект и цена потребления;
г) потребительская новизна товара.

20 Расширение компании за счет поглощений и слияний с фирмами своей отрасли, поставляющими сырье и полуфабрикаты – это:
а) регрессивная вертикальная интеграция;
б) прогрессивная вертикальная интеграция;
в) горизонтальная интеграция;
г) дополняющая диверсификация.

14.1.2. Темы проектов ГПО

Выбор темы проектов ГПО определяется в соответствии с научными направлениями работы кафедры и направлением подготовки, по которому обучаются студенты и/или направлению их научно-исследовательской деятельности.

Работа проектной группы организуется как составная часть учебного процесса подготовки специалистов, бакалавров, магистров. Практическое закрепление знаний и навыков проектной, научно-исследовательской и организационно-управленческой деятельности происходит в результате разработки реального проекта.

Формулировка и развитие тематики проекта проводится при непосредственном участии руководителя проектной группы, которые планирует сроки и индивидуальные задачи для каждого участника. Индивидуальное задание каждого студента, участника проектной группы, связано с выполнением задач предусмотренных техническим заданием проекта.

Техническим заданием также предусматривает доклады участников проектных групп по результатам проведенной работы на научно-технических конференциях, симпозиумах и семинарах различного уровня.

Примеры тем проектов реализованных на кафедре:

1 Исследование факторов влияющих на формирование сплоченности коллектива и культуру командного взаимодействия

2 Маркетинговые исследования на рынках высокотехнологичной продукции и услуг

3 Исследование франчайзинга как явления современной экономики

Согласована на портале № 51041

4 Исследование перспектив реализации инвестиционного проекта в условиях неопределенности внешней среды

14.1.3. Вопросы для зачёта с оценкой

1. Содержание проектной деятельности.

2. Проектная деятельность, проектные работы, проектная организация. Виды проектирования.

3. Методы проектирования.

4. Международные стандарты проектной деятельности.

5. Классификация проектов. Цели и стратегии проектов.

6. От каких факторов зависит выбор организационной структуры инновационного проекта.

7. Дайте характеристику функциональной организационной структуры.

8. Назовите типы матричных структур.

9. Дайте характеристику организационной структуре, построенной по проектному типу.

10. По каким ключевым параметрам осуществляется контроль хода реализации проекта?

11. Структуры проектов.

12. Окружение проектов.

13. Фазы и жизненный цикл проектов.

14. Обзор задач и процедур по жизненному циклу проекта.

15. Объекты планирования.

16. Основные этапы процесса планирования проекта.

17. Создание, оптимизация и управление расписанием проекта.

18. Декомпозиция целей и построение иерархической структуры работ.

19. Планирование целей проекта. Процессы планирования проекта.

20. Раскройте понятие «конкурентное преимущество».

21. Каковы современные методы управления конкурентным потенциалом?

22. Назовите основные виды конкурентных стратегий.

23. Дайте характеристику разновидностей конкурентных стратегий по признаку доли рынка.

24. Каковы особенности формирования стратегии конкурентоспособности фирмы?

Согласована на портале № 51041

25. Вопросы по теме проекта ГПО.

14.1.4. Методические рекомендации

Обязательные аудиторные занятия по дисциплинам ГПО проводятся каждый четверг в единый день ГПО.

Руководитель проекта ставит каждому участнику индивидуальные задачи в соответствии с направлением (специальностью) обучения и профилем (специализацией) студента.

Каждый этап ГПО заканчивается защитой отчета с выставлением оценки за этап. Итоговые отчёты и отзывы руководителя прикрепляются к странице проекта в течение недели после защиты.

14.2. Требования к оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусмотрены дополнительные оценочные материалы, перечень которых указан в таблице 14.

Таблица 14 – Дополнительные материалы оценивания для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Категории обучающихся	Виды дополнительных оценочных материалов	Формы контроля и оценки результатов обучения
С нарушениями слуха	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы	Преимущественно письменная проверка
С нарушениями зрения	Собеседование по вопросам к зачету, опрос по терминам	Преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	Решение дистанционных тестов, контрольные работы, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету	Преимущественно дистанционными методами
С ограничениями по общемедицинским показаниям	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы, устные ответы	Преимущественно проверка методами исходя из состояния обучающегося на момент проверки

14.3. Методические рекомендации по оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной форме;
- в печатной форме с увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- методом чтения ассистентом задания вслух;
- предоставление задания с использованием сурдоперевода.

Лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких обучающихся предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге;
- набор ответов на компьютере;
- набор ответов с использованием услуг ассистента;
- представление ответов устно.

Процедура оценивания результатов обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом.

Согласована на портале № 51041

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

При необходимости для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Согласована на портале № 51041