

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ  
НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

**МАТЕРИАЛЫ  
ПО ОСВОЕНИЮ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ  
МАГИСТРАТУРЫ 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

**(магистерская программа: Маркетинг в сфере услуг)**

Утверждено Редакционно-издательским советом ФГБОУ ВО «НГПУ»  
в качестве учебно-методического пособия

Новосибирск  
2017

УДК 378(075.8)+338.46(075.8)  
ББК 74.480.0я73+65.49я73  
М341

Рекомендовано  
Учебно-методическим советом  
ФГБОУ ВО «НГПУ»

*Составители:*

Бакаева В. В., Борисова С. Г., Храмцова Т. Г., Архипова И. В.,  
Березка Н. Н., Владимиров В. А., Глебова Д. В., Красильникова Т. В.,  
Сотников В. Д., Струминская Л. М., Федосова Т. С.

*Рецензенты:*

канд. экон. наук, доц. кафедры экономики и менеджмента  
ИРСО ФГБОУ ВО «НГПУ»

*Т. В. Волкова;*

д-р экон. наук, проф. кафедры менеджмента  
ФГБОУ ВО «НГТУ»

*М. В. Хайруллина*

М341

**Материалы** по освоению основной профессиональной образовательной программы магистратуры 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа: Маркетинг в сфере услуг) : учебно-методическое пособие / сост. В. В. Бакаева [и др.] ; М-во образования и науки РФ, Новосиб. гос. пед. ун-т. – Новосибирск : Изд-во НГПУ, 2017. – 397 с.

ISBN 978-5-00104-215-0

В пособии представлено содержание образовательной программы академической магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент: общая характеристика образовательной программы; программы дисциплин, практик и ГИА; методические указания для обучающихся по освоению дисциплин учебного плана; технологические карты самостоятельной работы студента по дисциплинам; ресурсы, необходимые для осуществления образовательного процесса, в том числе, учебно-методическое обеспечение дисциплин; фонд оценочных средств для проведения аттестации.

Предназначено магистрантам, может использоваться научными руководителями и преподавателями.

УДК 378(075.8)+338.46(075.8)  
ББК 74.480.0я73+65.49я73

ISBN 978-5-00104-215-0

© Оформление. ФГБОУ ВО «НГПУ», 2017

## СОДЕРЖАНИЕ

Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы .....	4
Профессиональный иностранный язык .....	10
Философия образования и науки.....	29
Методы исследования в менеджменте.....	44
Стратегическое управление в сфере услуг .....	58
Маркетинг услуг.....	76
Основы научных исследований в профессиональной среде .....	86
Теоретические и прикладные аспекты конкурентоспособности организаций сферы услуг....	98
Управление комплексом маркетинга в сфере услуг .....	112
Информационные технологии в маркетинге.....	129
Проектный анализ.....	141
Экономика сферы услуг .....	156
Методика профессионального обучения .....	174
Методы анализа рынка .....	186
Организационная психология.....	196
Управленческая психология .....	204
Организация и проведение переговоров.....	212
Современный стратегический анализ .....	228
Поведение потребителей.....	244
Управление качеством в сфере услуг .....	258
Управление корпоративными финансами .....	281
Оценка стоимости компаний .....	299
Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков .....	317
Научно-исследовательский семинар. Часть 1 .....	326
Научно-исследовательский семинар. Часть 2 .....	335
Научно-исследовательский семинар. Часть 3 .....	343
Научно-исследовательский семинар. Часть 4.....	350
Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в том числе педагогическая) .....	357
Преддипломная практика.....	368
Технологии креативности .....	380
Приложения.....	388

# ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Направление подготовки: 38.04.02 *Менеджмент*  
Направленность (профиль): «*Маркетинг в сфере услуг*»

## Основные сведения

Уровень профессионального образования: магистратура.

Квалификация, присваиваемая выпускникам: магистр.

Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники:

- организационно-управленческая;
- аналитическая;
- научно-исследовательская;
- педагогическая.

**Планируемые результаты освоения образовательной программы:** выпускник, освоивший программу магистратуры, обладает общекультурными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями (в соответствии с видом профессиональной деятельности).

### *Общекультурные компетенции:*

- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3).

### *Общепрофессиональные компетенции:*

- готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);
- готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);
- способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОПК-3).

### *Профессиональные компетенции:*

- *организационно-управленческая деятельность:*
  - способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1);
  - способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2);
  - способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-3);

- *аналитическая деятельность:*

- способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4);

- владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5);

- способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-6);

- *научно-исследовательская деятельность:*

- способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (ПК-7);

- способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (ПК-8);

- способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования (ПК-9);

- способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-10);

- *педагогическая деятельность:*

- способность разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания (ПК-11).

**Сведения о профессорско-преподавательском составе:** необходимым условием обеспечения высокого качества подготовки магистрантов выступает кадровый состав преподавателей. Эффективности организации учебного процесса способствует наличие высокопрофессиональных кадров, соответствующих требованиям высшей школы. Реализацию основной профессиональной образовательной программы подготовки выпускников по направлению 38.04.02 *Менеджмент*, профиль *«Маркетинг в сфере услуг»* осуществляют 16 преподавателей. Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), *имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины*, в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу магистратуры, составляет 100 %. Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), *имеющих ученую степень и (или) ученое звание*, в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу магистратуры, составляет 80,8 %, из них 30 % имеют ученую степень доктора наук. Доля работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа *руководителей и работников организаций*, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы магистратуры (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе работников, реализующих программу магистратуры, составляет 19,2 %. Общее руководство научным содержанием программы магистратуры по направлению 38.04.02 *Менеджмент*, профиль *«Маркетинг в сфере услуг»* осуществляется штатным научно-педагогическим работником университета, имеющим ученую степень.

В числе преподавателей, реализующих основную профессиональную образовательную программу:

– 4 профессора, доктора экономических наук: Бакаева В. В., Борисова С. Г., Григорова Т. В., Храмцова Т. Г.

– 2 представителя работодателя: Сотников В. Д. – директор ООО «Хорос» (Региональное агентство интернет-маркетинга «Stark») г. Новосибирск; Владимиров В. А. – директор Общество с ограниченной ответственностью «АЗАРА» г. Новосибирск.

### **Дополнительные сведения**

Программа магистратуры разработана на основе *ФГОС высшего образования* по направлению подготовки 38.04.02 *Менеджмент*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «30» марта 2015 г. № 322.

**Направленность программы (профиль):** *«Маркетинг в сфере услуг».*

#### **Области исследований:**

- разработка маркетинговой стратегии предприятия;
- разработка и реализация комплекса маркетинга предприятия;
- планирование и контроль маркетинговой деятельности предприятия;
- разработка организационной структуры управления маркетингом предприятия;
- организация службы маркетинга предприятия;
- управление маркетинговой деятельностью предприятия;
- исследование внешней и внутренней среды предприятия;
- разработка и внедрение внутренней информационной системы предприятия;
- совершенствование управления маркетинговой деятельностью предприятия;
- организация маркетинговых исследований на предприятии;
- исследование потребительских предпочтений в целях совершенствования маркетинговой политики предприятия;
- оценка конкурентоспособности предприятия;
- управление конкурентоспособностью товара;
- управление товарным ассортиментом предприятия;
- формирование и реализация марочной политики предприятия;
- управление продуктом на предприятии;
- разработка ценовых стратегий для продуктовых категорий предприятий;
- разработка программы стимулирования продаж для розничного торгового предприятия;
- формирование системы сбыта производственного предприятия;
- управление поведением потребителей на рынке;
- формирование программы лояльности клиентов;
- организация
- оценки эффективности коммуникативной политики предприятия;
- формирование маркетинга партнерских отношений в деятельности предприятия;
- совершенствование мерчандайзинга;
- разработка комплекса маркетинговых коммуникаций;

- разработка программы CRM-технологий как элемента маркетинга взаимоотношений с клиентами;

**Формы и сроки обучения:** очная (2 года) формы обучения.

**Объем программы:** 240 зачетных единиц.

**Содержание программы:** программа включает три блока: «Дисциплины», «Практики», «Государственная итоговая аттестация», а также факультативные курсы. Модуль «Дисциплины» включает в себя три блока: базовые дисциплины, вариативные дисциплины, дисциплины по выбору. Дисциплины, относящиеся к базовой части программы магистратуры, являются обязательными для освоения обучающимся. Блок содержит такие дисциплины, как «Профессиональный иностранный язык», «Философия образования и науки», «Методы исследования в менеджменте», «Стратегическое управление в сфере услуг», «Маркетинг услуг». Дисциплины, относящиеся к вариативной части программы магистратуры, определяют направленность (профиль) программы. Блок содержит следующие дисциплины: «Основы научных исследований в профессиональной среде», «Теоретические и прикладные аспекты конкурентоспособности организаций сферы услуг», «Управление комплексом маркетинга в сфере услуг», «Информационные технологии в маркетинге», «Проектный анализ», «Экономика сферы услуг», «Методика профессионального обучения», «Методы анализа рынка». Элективные (избираемые в обязательном порядке) дисциплины направлены на углубление и расширение общепрофессиональных и профессиональных компетенций обучающихся. Изучение факультатива (необязательного для изучения): «Технологии креативности» обеспечит усиление подготовки обучающихся по программе в части формирования универсальных компетенций. Блок «Практика» включает в себя три вида практик.

- *Учебная практика:* практика по получению первичных профессиональных умений и навыков на кафедре экономики и менеджмента Института рекламы и связи с общественностью. Цель учебной практики – закрепление и расширение знаний, полученных обучающимися за время теоретического обучения, а также формирование умения применять их в профессиональной деятельности, совершенствование навыков научно-исследовательской работы, получение необходимых общекультурных и профессиональных компетенций.

- *Научно-исследовательская работа:* научно-исследовательский семинар, часть 1; научно-исследовательский семинар, часть 2; научно-исследовательский семинар, часть 3; научно-исследовательский семинар, часть 4. Цель научно-исследовательской работы – овладение современными методами получения, анализа и обобщения информации и формирования навыков самостоятельной научной работы с материалом, являющимся предметом выпускной квалификационной работы магистра.

- *Производственная практика:* практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в том числе педагогическая); преддипломная практика; цель производственной (педагогической) практики – формирование и развитие компетенций, позволяющих осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с требованиями к уровню подготовки академической магистратуры по направлению 38.04.02 *Менеджмент*, профиль «*Маркетинг в сфере услуг*». Преддипломная практика предшествует выполнению обучающимся выпускной квалификационной работы. В процессе её прохождения студент – бакалавр самостоятельно определяет область своей будущей профессиональ-

ной деятельности, осуществляет подбор исходной информации, необходимой для выполнения выпускной квалификационной работы, проводит аналитическое исследование в рамках задания, выданного научным руководителем ВКР. Практика на предприятиях осуществляется на основе договоров между институтом и предприятиями о прохождении практики студентами.

В блоке «Государственная итоговая аттестация» входит подготовка и защита выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации). ВКР представляет собой законченную разработку, в которой решается актуальная задача для конкретной организации. Работа выполняется на фактических материалах организаций с использованием экспериментальных и отчетных данных за 2–5 лет. ВКР может быть ориентирована на решение сложной расчетно-аналитической или исследовательской экономической задачи для организаций, а полученные в ней результаты в виде выявленных закономерностей, тенденций, разработанных прогнозов, предложений по совершенствованию методик анализа и планирования могут в дальнейшем использоваться для совершенствования процессов организации.

### **Организация образовательного процесса**

Язык образования: русский.

Возможности реализации индивидуальной образовательной траектории при освоении программы.

Виды и базы практик:

– *учебная практика*: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков на кафедре экономики и менеджмента Института рекламы и связи с общественностью.

– *научно-исследовательская работа*: научно-исследовательский семинар, часть 1; научно-исследовательский семинар, часть 2; научно-исследовательский семинар, часть 3; научно-исследовательский семинар, часть 4: в вузе, его структурном подразделении или в иных организациях.

– *производственная практика*: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в том числе педагогическая): на кафедре экономики и менеджмента Института рекламы и связи с общественностью.

– *преддипломная практика*: с учетом тематики ВКР обучающийся выбирает соответствующую базу практики – организации и учреждения различных организационно-правовых форм и сфер деятельности: органы исполнительной власти, муниципальные образования различных уровней.

*Выпускающая кафедра*: кафедра экономики и менеджмента.

### **Возможные должности для трудоустройства**

Выпускник бакалавр получает общую фундаментальную и профильную подготовку, достаточную для эффективного выполнения профессиональных задач в различных организациях независимо от их организационно-правовой формы, отраслевой принадлежности, размеров и форм собственности на должностях экономико-управленческого профиля, в т. ч.:

- директором по маркетингу;
- руководителем департамента маркетинга;
- руководителем службы маркетинга;



- руководителем различных уровней в различных службах маркетинга (коммерческие, некоммерческие, государственные, муниципальные организации);
- специалистом по маркетингу;
- маркетологом-аналитиком в различных экономических структурах, межотраслевых комплексах, акционерных обществах, финансово-банковских системах и прочих субъектах;
- маркетологом-экономистом;
- менеджером по разработке продукта и категорийным менеджером;
- менеджером по управлению брендами;
- event-менеджером, BTL-менеджером;
- специалистом в области трейд-маркетинга;
- предпринимателем, создающим и развивающим собственное дело.

### **Возможности продолжения обучения**

Лица, успешно освоившие программу магистратуры по направлению 38.04.02 *Менеджмент*, могут продолжить обучение в аспирантуре.

# ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования подготовки магистратуры по направлению 38.04.02 *Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322.

Дисциплина является *дисциплиной базовой части* блока Б1.Б «Базовая часть» учебного плана образовательной программы, изучается в 1 и 2 семестрах. Трудоемкость дисциплины: 5 ЗЕ / 180 часов, в том числе 52 часов – контактная работа с преподавателем, 128 часов – самостоятельная работа (табл. 2).

**Цели освоения дисциплины:** обеспечение оптимального функционирования в сфере профессионального общения, выработка компетенций, необходимых для использования иностранного языка в современной науке, а также для целей самообразования.

**Планируемые результаты обучения:** дисциплина направлена на формирование компетенции ОПК–1 и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения

Планируемый результат освоения образовательной программы	Планируемый результат обучения по дисциплине (дескрипторы)
1	2
<b>ОПК – 1.</b> Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	<i>Знать:</i> иностранный язык как средство делового общения; лексический минимум (общего и терминологического плана), грамматические структуры, типовые формулы общения, лингвострановедческую информацию в объеме, необходимом для осуществления делового взаимодействия на иностранном языке в профессиональной и научной среде; основы устной и письменной деловой коммуникации, правила речевого этикета; этические и лингво-культурологические аспекты профессиональной и научной коммуникации на иностранном языке; основные правила составления письменных текстов научного стиля, правила построения презентаций, устного выступления на профессиональную и научную тематику на иностранном языке; лексико-грамматические особенности научного функционального стиля; виды чтения, виды и приёмы перевода основных типов и жанров профессионально-ориентированных и научных текстов.

1	2
	<p><i>Уметь:</i> свободно пользоваться иностранными языками как средством делового общения; общаться с зарубежными коллегами на профессиональные темы и вести диалог более общего характера в ситуациях повседневного общения; делать устные выступления в рамках профессиональной и научной тематики на иностранном языке; работать со словарями различных типов и автоматизированными средствами перевода с целью перевода профессионально-ориентированных и научных текстов и составления научной документации и письменных текстов научного функционального стиля; читать и переводить аутентичные профессионально-ориентированные тексты различных типов и жанров, опираясь на изученный языковой материал, методологические и профессиональные знания, навыки языковой и контекстуальной догадки.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками использования иностранных языков как средств делового общения; приемами письменной и устной деловой коммуникации; навыками корректной презентации результатов собственного научного исследования на иностранном языке, как в письменной, так и в устной форме; навыками создания текстов основных жанров научно-информативного стиля речи (вторичных жанров: аннотация, реферат, тезисы) на иностранном языке, основами публичной речи в рамках направления подготовки (сообщение, презентация, доклад).</p>

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Тема 1. Образование в современном мире. Обучение в магистратуре и профессиональная успешность.**

Уровни образования в России и в странах изучаемого языка.

Тенденция непрерывности образования.

Профессия и профессиональные качества специалиста.

Роль владения иностранным языком в построении успешной карьеры.

Структура предложения. Сложное предложение. Порядок слов.

### **Тема 2. Лексико-грамматические особенности научного функционального стиля.**

#### **Виды чтения. Виды и приёмы перевода.**

Структура предложения. Сложное предложение. Действительный и страдательный залоги глагола.

Функции инфинитива и инфинитивные обороты. Виды причастий и их функции.

Лексика научного функционального стиля. Лексика профессиональной сферы. Термины. Проблема терминологических соответствий.

Просмотровое, ознакомительное, поисковое, изучающее, аналитическое чтение.

Понятие перевода, виды перевода (сокращенный, выборочный, функциональный, полный, буквальный), эквивалент и аналог, переводческие трансформации, контекстуальные

замены, многозначность слов, словарное и контекстное значение слова, совпадение и расхождение значений интернациональных слов («ложные друзья» переводчика).

Научные публикации. Аннотирование и реферирование профессионально-ориентированных и научных текстов. Резюме. Тезисы.

### **Тема 3. Профессиональное и научное общение. Лексико-грамматические и стилистические особенности профессиональной и научной коммуникации (в устной и письменной форме)**

Речевой этикет, основные формулы (клише) устной коммуникации в профессиональной и научной сфере.

Устная презентация (правила построения, основные клише).

Формулирование темы высказывания; формулирование цели и основной идеи высказывания, выделение ключевой проблемы/проблем, требующих решения.

Составление плана высказывания и формулирование основных вопросов по теме;

Отбор языковых средств, необходимых и достаточных для освещения каждого пункта плана, тезисы высказывания.

Заключение: краткое итоговое изложение проблемы (проблем) и возможных путей их (ее) решения.

Составление опорного конспекта/высказывания/сообщения и его интерпретация.

Этические и лингво-культурологические аспекты профессиональной и научной коммуникации на иностранном языке.

### **Тема 4. Сфера профессиональных и научных интересов и исследовательская работа магистранта**

Направления, проблематика, цели, задачи, методы исследования.

Подготовка к презентации «Моё научное исследование»

Таблица 2

**Содержание работ по дисциплине (очная форма обучения 2 года)**

Содержание работы	Вид и форма работы, ч				Всего, ч
	контактная работа			самостоятельная работа	
	лекции	лабораторные	практические		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Тема 1. Образование в современном мире. Обучение в магистратуре и профессиональная успешность		12		24	36
Тема 2. Лексико-грамматические особенности научного функционального стиля. Виды чтения. Виды и приёмы перевода		14		22	36
<i>Контроль: зачет с оценкой</i>	–	–	–	–	

1	2	3	4	5	6
Тема 3. Профессиональное и научное общение. Лексико-грамматические и стилистические особенности профессиональной и научной коммуникации (в устной и письменной форме)		12		24	36
Тема 4. Сфера профессиональных и научных интересов и исследовательская работа магистранта		14		22	36
<i>Контроль: экзамен</i>				36	36
<b>Итого по дисциплине</b>	–	<b>52</b>	–	<b>128</b>	<b>180</b>
В том числе с применением дистанционных образовательных технологий					

### 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием разделов и тем по дисциплине (см. п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

### 4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 4.1. Основная учебная литература

English for Academic Purposes : учебное пособие / А. А. Волкова, Е. В. Добровольская, Е. А. Дудина [и др.]. – Новосибирск : НГПУ, 2014. – 242 с.

*Прокопьева, Н. И.* Deutsch für Magister der psychologisch-pädagogischen Fachrichtungen : учебно-методическое пособие / Н. И. Прокопьева. – Новосибирск : НГПУ, 2013. – 175 с.

Французский язык : учебно-методический комплекс для бакалавров и магистров неязыковых специальностей «Психология», «Педагогическое образование», «Психолого-педагогическое образование» и др. / Н. И. Прокопьева [и др.]. – Новосибирск : НГПУ, 2012. – 213 с.

#### 4.2. Дополнительная учебная литература, в том числе из фондов библиотеки НГПУ

Educational and Child Psychology: Health and educational psychology: The interface. – Leicester, The British Psychological Society, 2011.

Vitamin de : молодежный журнал на немецком языке / НП «Пресс. ДЕ». – Омск, 2012.

Английский язык : методические рекомендации по организации самостоятельной работы / А. А. Волкова, Н. И. Прокопьева, А. А. Чернобров, Е. О. Шамшикова ; Новосиб. гос. пед. ун-т. – Новосибирск : НГПУ, 2007. – 70 с.

*Брандес, М. П.* Переводческое реферирование: на материале немецких и русских общественно-политических текстов : учебное пособие по немецкому языку / М. П. Брандес. – М. : МГИМО-Университет, 2008. – 368 с.

*Гильченко, Н. Л.* Практикум по переводу с немецкого на русский / Н. Л. Гильченко. – СПб. : КАРО, 2006. – 368 с.

*Кубьяс, Л. Н.* Английский язык для международных : учебник для вузов по направлению подготовки и специальностям «Международные отношения», «Регионоведения»: в 2 ч. / Л. Н. Кубьяс, И. В. Кудачкина. – М. : МГИМО-Университет, 2011. – Ч. 1. – 397 с.

Курс английского языка для магистрантов / под общ. ред. Н. А. Зинкевич. – М. : Айрис-Пресс, 2011. – 448 с.

*Чернобров, А. А.* Пособие для научных работников: английский язык : учебное пособие / А. А. Чернобров. – Новосибирск : НГПУ, 2008. – 231 с.

### **4.3. Интернет-ресурсы**

#### **4.3.1. Ресурсы НГПУ**

*Быкова, Л. Н.* Lass uns deutsch lesen A2, B1, B2 : учебное пособие / авт.-сост. Л. Н. Быкова, Т. Н. Королёва. – Новосибирск : НГПУ, 2010. – 128 с.

Книга для чтения с упражнениями для магистрантов гуманитарных специальностей : учебное пособие / сост. Е. Г. Коротких. – Новосибирск : НГПУ, 2012. – 95 с.

*Турук, И. Ф.* A Course of Business English Learning : учебно-методический комплекс / И. Ф. Турук, В. В. Морозенко. – М. : Евразийский открытый институт, 2010. – 152 с.

#### **4.3.2. Ресурсы открытого доступа:**

English exercises online: grammar, listening, reading... [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://agendaweb.org>

Audioenglis [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://audioenglish.org>

Немецкий язык онлайн – изучение немецкого языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://deutsch-uni.com.ru/>

«Englishtips» – изучающим английский язык [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://englishtips.org/>

ESL Fast – A huge free online English learning resource [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://eslfast.com>

Learn German Online for free – deutsch lernen online – manual [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://german.about.com/od/grammar/>

British Council LearnEnglish | Free resources to learn English [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://learnenglish.britishcouncil.org/en/>

Английский язык с нуля на List English. Изучение [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://list-english.ru/>

English news and easy articles for students of English [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://newsinlevels.com>

Английский Puzzle English – Учи английский на слух [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://puzzle-english.com>

Иностранные языки для начинающих [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://speakasap.com/nemeckij-jazyk.html>

Английский язык на Study.ru .Учи online [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://study.ru/>

Internet Handbook of German Grammar [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://travlang.com/languages/german/ihgg>

BBC Learning English – BBC Learning English home [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.bbc.co.uk/russian/learning\\_english/](http://www.bbc.co.uk/russian/learning_english/)

italki: Learn a language online [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.italki.com/>

Commonly-used American Slang [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.manythings.org/>

#### 4.4. Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

№	Тема дисциплины	Задание для самостоятельной работы	Трудоемкость задания, часы	Перечень учебно-методического обеспечения (номера источников из п. п. 4.1 – 4.3)
1	2	3	4	5
1	Тема 1. Образование в современном мире. Обучение в магистратуре и профессиональная успешность	1. Монологическое высказывание о себе, профессиональной деятельности, учебе в магистратуре 2. Грамматические упражнения	20	1, 2, 6, 9, 11, 15–31
2	Тема 2. Лексико-грамматические особенности научного функционального стиля. Виды чтения. Виды и приёмы перевода	1. Письменный перевод текстов по направлению подготовки магистранта (полный, функциональный перевод) 2. Выделение ключевых фраз 3. Составление тематического словаря к тексту 4. Резюме текста 5. Аннотация к тексту	22	1–5, 7-8, 10, 12, 15–31
3	Тема 3. Профессиональное и научное общение. Лексико-грамматические и стилистические особенности профессиональной и научной коммуникации (в устной и письменной форме)	1. Знать клише устной презентации 2. Реферативное изложение текста 3. Тезисы сообщения 4. Опорный конспект высказывания / сообщения 5. Грамматические упражнения	22	1, 2, 13–31
4	Тема 4. Сфера профессиональных и научных интересов и исследовательская работа магистранта	1. Написать реферат по теме научного исследования 2. Презентация исследования по теме магистерской диссертации	22	1, 2, 6, 10, 15–31
<b>Итого</b>			<b>86</b>	

#### 4.5. Выполнение курсовой работы (проекта)

Курсовая работа по данной дисциплине не предусмотрена.

### 5. РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 5.1. Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (табл. 4, 5).

Таблица 4

#### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Графические редакторы	Paint.NET
	GIMP
	Paint
	Inkscape
	AdobeIllustrator
	AdobePhotoshop
	Corel DRAW
Операционные системы	MicrosoftWindows
	LinuxUbuntu
Офисные программы	MicrosoftOffice
	LibreOffice
Распознавание текста и речи	ABBYY FineReader
Обучение языкам	НордМастер
Правовые информационные системы	Консультант Плюс
	Гарант

Таблица 5

#### Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
Система видеоконференцсвязи	Lifesize
Платформа для проведения вебинаров	Adobeconnect
Системы тестирования	Система компьютерного адаптивного тестирования АСТ-тест
Библиотеки и образовательные ресурсы (в том числе персональные сайты преподавателей НГПУ)	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте НГПУ-онлайн <a href="http://live.nspu.ru">http://live.nspu.ru</a>



## 5.2. Материально-техническая база

Таблица 6

### Материально-техническая база

Помещения для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
Аудитории для проведения лекционных занятий		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллойская, 28
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Итоговый контроль по дисциплине (промежуточная аттестация) осуществляется в форме экзамена.

Фонд оценочных средств согласуется с дескрипторами, представленными в табл. 1.

### 6.1. Портфолио

*Время на выполнение:* в течение семестра.

*Форма проведения контроля:* защита портфолио.

*Метод оценивания:* экспертный.

Портфолио включает в себя три текста.

#### Текст № 1

Полный письменный семантический перевод (выдается преподавателем).

Объем: 2500–3000 п. зн.

Уровень сложности – В1+.

Тематика соответствует направлению подготовки магистранта:

- составление тематического словаря по тексту (профессиональная лексика) не менее 25–30 слов;
- выделение ключевых фраз текста (не менее 10).

#### Текст № 2

Функциональный сокращенный письменный перевод текста со словарем.

Подбирается магистрантом, утверждается преподавателем.

Объем: 2500–3000 п. зн.

Уровень сложности – В1.

Тематика – LSP:

- выделение ключевых слов, словосочетаний текста, их перевод;
- письменный пересказ текста на иностранном языке по ключевым фразам.

#### Текст № 3

Выборочный сокращенный письменный перевод текста со словарем.

Подбирается магистрантом, утверждается преподавателем.

Объем: 3500–4000 п. зн.

Уровень сложности – В1, В2.

Тематика – LSP – написание резюме на иностранном языке по материалу текста (20–25 предложений).

*Критерии оценки результатов выполнения:* верно выполнено более 90 % заданий – отлично, верно выполнено более 70–89 % заданий – хорошо, верно выполнено 50–69 % заданий – удовлетворительно.

## **Образец текста для перевода** **Немецкий язык**

### **Forschung**

Die Forschung beginnt mit einer Fragestellung, die sich aus friiherer Forschung, einer Entdeckung oder aus dem Alltag ergeben kann. Der erste Schritt besteht darin, die Forschungsfrage zu beschreiben, urn ein zielgerichtetes Vorgehen zu ermöglichen. Forschung schreitet in klcinen Schritten voran: Das Forschungsproblem wird in mehrere, in sich geschlossene Teilprobleme zerlegt, die nacheinander oder von mehreren Forschern parallel bearbeitet werden können. Bei dem Versuch, sein Teilproblem zu lösen, steht dem Wissenschaftler prinzipiell die Wahl der Methode frei. Wesentlich ist nur, dass die Anwendung seiner Methode zu einer Theorie fUhrt, die objektive, d. h. intersubjektive nachprufbare und nachvollziehbare Aussagen iiber einen allgemeinen Sachverhalt machi.

Wenn ein Teilproblem zur Zufriedenheit gelOst ist, beginnt die Phase der Veroffentlichung. Traditionell verfasst der Forscher dazu selbst ein Manuskript iiber die Ergebnisse seiner Arbeit. Dieses besteht aus einer systematisen Darstellung der verwendeten Quellen, der angewendeten Methoden, der durchgefuhrtten Experimente mit vollstandiger Offenlegung des Versuchsaufbaus, der beobachteten PhaYiomene (Messung, Interview), gegebenenfalls der statistischen Auswertung, Beschreibung der aufgestellten Theorie und die durchgefuhrtte Überprüfung dieser Theorie. Insgesamt soil die Forschungsarbeit also moglichst lückenlos dokumentiert werden, dam it andere Forscher und Wissenschaftler die Arbeit nachvollziehen können.

Sobald das Manuskript fertig aufgesetzt wurde, reicht es der Forscher an einen Buchverlag, eine wissenschaftliche Fachzeitschrift oder Konferenz zur Veroffentlichung ein. Der Prozess der Forschung ist begleitet vom standigen regen Austausch unter den Wissenschaftlern des bearbeiteten Forschungsfelds. Auf Fachkonferenzen hat der Forscher die Moglichkeit, seine Losungen zu den Forschungsproblemen, die er bearbeitet hat (oder Einblicke in seine momentanen LOsungsversuche), einem Kreis von Kollegen zugänglich zu machen und mit ihnen Meinungen, Ideen und Ratschlage auszutauschen. Zudem hat das Internet, das zu wesentlichen Teilen aus Forschungsnetzen besteht, den Austausch unter Wissenschaftlern erheblich geprägt.

### **6.2. Письменная работа (презентация на иностранном языке исследовательской работы магистранта)**

Этапы контроля: после изучения темы 4.

Время на выполнение: в течение семестра.

Форма проведения контроля: письменная и устная презентация.

Метод оценивания: экспертный.

*Критерии оценки результатов выполнения:* объем не менее 25 предложений, верно выполнено более 90 % – отлично, верно выполнено более 70–89 % – хорошо, верно выполнено 50–69 % – удовлетворительно.

### 6.3. Тестовые задания (грамматический тест)

#### Английский язык

*Choose the correct variant (identify the part of speech)*

1. The order of the interview may be controlled while still GIVING space for spontaneity
  - a) The Noun;
  - b) The Present Continuous;
  - c) The Present Participle;
  - d) The Gerund.
2. It is often question-based, with the questions BEING ASKED by the interviewer
  - a) The Present Participle (passive);
  - b) The Gerund;
  - c) The Present Continuous (passive);
  - d) The Present Participle (active).
3. It may be used TO TEST hypotheses or TO SUGGEST new ones
  - a) The Infinitive (passive);
  - b) The Present Indefinite (active);
  - c) The Noun;
  - d) The Infinitive (indefinite).
4. The order of the interview may BE CONTROLLED while still giving space for spontaneity
  - a) The Infinitive (active);
  - b) The Past Participle;
  - c) The Infinitive (passive);
  - d) The Present Simple (active).
5. The researcher USING interviews has to be aware that they are expensive in time
  - a) The Past Participle;
  - b) The Present Continuous;
  - c) The Present Participle;
  - d) The Gerund.
6. The interview is a flexible tool for data collection, ENABLING multi-sensory channels to be used
  - a) The Past Participle;
  - b) The Present Continuous;
  - c) The Present Participle;
  - d) The Gerund.
7. Victimology is a recently DEVELOPED subdiscipline of criminology
  - a) The Past Indefinite Active;
  - b) The Past Participle;
  - c) The Adjective;
  - d) The Past Indefinite Passive.

8. A number of national and regional societies of victimology WERE ESTABLISHED

- a) The Past Indefinite Active;
- b) The Past Perfect Active;
- c) The Past Indefinite Passive;
- d) The Past Participle.

9. Victimology IS BEING FACILITATED by the extensive coverage crime news and victim issues are receiving in the mass media

- a) The Present Participle Passive;
- b) The Present Continuous Active;
- c) The Present Continuous Passive;
- d) The Past Participle.

*Choose the appropriate preposition*

10. Creating a separation ... adult education principles and child education principles.

- a) at;
- b) in;
- c) behind;
- d) between.

11. These techniques were synthesized ... a unified approach.

- a) for;
- b) at;
- c) on;
- d) into.

12. To learn ... experience.

- a) at;
- b) in;
- c) on;
- d) through.

13. The social perspective based ... more applied setting of formal adult education.

- a) in;
- b) of;
- c) on;
- d) at.

14. To provide a set... assumptions

- a) in;
- b) of;
- c) from;
- d) on.

15. The research ... adult learning

- a) in;
- b) on;
- c) of;
- d) with.

16. Darkenwald and Merriam narrowed the definition offered ... Knowles.  
a) by;  
b) in;  
c) from;  
d) at.
17. He distinguished andragogy ... pedagogy.  
a) from;  
b) for;  
c) of;  
d) in.
18. Popularized the term «andragogy» ... the educational community.  
a) without;  
b) on;  
c) for;  
d) within.
19. An instructor using andragogical principles focuses ... being a facilitator of learning.  
a) with  
b) at;  
c) on;  
d) for.
20. The term started to be used ... the educational community.  
a) for;  
b) without;  
c) throughout;  
d) on.

### Немецкий язык

#### I. Bestimmen Sie die Wortfolge im Satz

- a) gerade;  
b) ungerade.

1. Emotionen regulieren den Bezug einer Person zu sich selbst.
2. In der aktuellen schulpädagogischen Diskussion sind Konzepte der Selbstarbeit wichtig.
3. Sie gewannen 200 Kinder aus drei Grundschulen für Befragung.
4. Bald wurden die Schüler in die Aufstellung der Pläne einbezogen.
5. Seit zehn Jahren hat man in den Oberklassen Erfahrungen mit Projektarbeit gesammelt.

#### II. Bilden Sie die Sätze mit der

- a) geraden Wortfolge;  
b) ungeraden Wortfolge.

1. a) im ersten Studienjahr;  
b) Facher;  
c) man;

- d) lernt;
- e) viele.

2. a) halt;
- b) Liber;
  - c) der Professor;
  - d) die Forschungen;
  - e) den Vortrag;
  - f) in der Biologie.

3. a) experimental;
- b) die Wissenschaftler;
  - c) losen;
  - d) dieses Problem.

III. Setzen Sie das Verb „werden» in der richtigen Form ein

1. Die neuen Lehrprogramme ... von Schullehrern diskutiert.
2. Welche Frage ... heute in der Elternversammlung besprochen.
3. Nach den Aufnahmeprüfungen ... ich in die Hochschule immatrikuliert.
4. In der Schule ... der Tag der Selbstverwaltung ... durchgeführt.

IV. Setzen Sie das Verb in der bestimmten Zeitform Passiv Form ein

1. Die Vorlesungen dieses Dozenten (*besuchen*) von alien *smdenten*. (*Prateritum Passiv*)
2. Die Liebe zur Natur (*erziehen*) in alien Schulfachern. (*Futurum Passiv*)
3. Vor der Selbstarbeit (*wiederholen*) alle Regeln von den SchUlern. (*Perfekt Passiv*)
4. Die Stunde (vorbereiten) gut und interessant №K\*/B\*W.J. (*Prasens Passiv*)
5. Die Studentenzeit (*vergessen*) nie. (*Prasens Passiv*)
6. Dieser Vortrag (*vorbereiten*) von zwei Studenten unserer Gruppe. (*Plusquamperfekt Passiv*)
7. Im Unterricht (schaffen) die freundliche Atmosphäre. (*Prateritum Passiv*)

V. Setzen Sie passende Infinitivgruppen ein:

- 1) urn... zu+ Infmitiv;
- 2) statt zu+ Infmitiv;
- 3) ohne... zu+ Infinitiv.

- A) Der Lehrer muss die Fachliteratur lesen,... sein Wissen ständig zu vervollkommen.
- B) Mein Freund arbeitet an seiner Diplomarbeit,... sich am Wochenende zu erholen.
- C) Der Student antwortete auf alle Fragen des Dozenten,... lange nachzudenken.
- D) Ich nehme notige Bücher,... mich zum Seminar vorzubereiten.
- E) Nach dem Unterricht bleiben wir im Horsaal, ... den Studentenabend zu besprechen.

VI. Ersetzen sie die Modalkonstruktion durch Modalverb + Infinitiv (Aktiv/Passiv)

1. Alle haben diese Regel zu lernen.
2. Diese grammatische Regel ist leicht zu verstehen.

3. Der Laborant hat in der Gruppe Laborarbeiten durchzuführen.
4. Die Laborarbeit ist heute durchzuführen.
5. Der Dozent hat seine Vorlesungen zweimal in der Woche zu halten.
6. Das Seminar zu diesem Thema 1st nur nach den Vorlesungen durchzuführen.
7. Im Wintersemester sind wir in 5 Fachern zu prüfen. 8. Im Lesesaal ist nur leise zu sprechen.

VII. Bilden Sie von den unterstrichenen Verben Partizipien im attributiven gebrauch

1. Viele an unserer Hochschule (*studieren – P.I*) Femstudenten arbeiten als Lehrer in der Schule.
2. Er bekam in der Bibliothek die von ihm gestern (*bestellen – P.II*) Lehrbücher.
3. Wir kennen die an der Deutsch-Olympiade (*teilnehmen – P.I*) Studenten.
4. Diese monatlich (*erscheinen- P.I*) padagogische Zeitschrift wird von den Lehrern mit Interesse gelesen.
5. Die am Mittwoch von uns (*besvchen – P.II*) Ausstellung hat einen großen Eindruck gemacht.
6. Die in der Familie (*erziehen- P.II*) Kinder unterscheiden sich von den Kindern ohne Eltcn.

VIII. Bestimmen Sie die richtige Wortfolge

1. Wir haben erfahren, daB ....
  - a) wir morgen einen Besuch bekommen.
  - b) wir bekommen morgen einen Besuch.
  - c) morgen wir einen Besuch bekommen.
2. Es sind Entdeckungen, die ...
  - a) mit sich den Fortschritt bringen.
  - b) sich den Fortschritt mitbringen.
  - c) bringen mit sich den Fortschritt.
3. Er sagte, dass ....
  - a) er sich will diesen Lehrplan ansehen.
  - b) er sich diesen Lehrplan ansehen will.
  - c) er will sich diesen Lehrplan ansehen.

IX. Bilden Sie das Satzgefuge

1. Alle Studenten wissen, dass ...
  - a) heute;
  - b) sie;
  - c) haben;
  - d) Deutschunterricht.
2. Nach dem Unterricht gehen wir in die Bibliothek, weil ...
  - a) vorbereiten;
  - b) zum Seminar;



- c) in Geschichte;
- d) wir;
- e) uns;
- f) miissen.

3. Bildung ist ein Prozess, in dem ...

- a) die Schuler;
- b) aneignen;
- c) Wissen;
- d) sich;
- e) und Konnen.

4. IchweiB nichtob...

- a) diese Aufgabe;
- b) gelost;
- c) ich;
- d) habe;
- e) richtig.

*Критерии оценки:*

(90–100 %) – отлично,

(80–89 %) – хорошо,

(70–79 %) – удовлетворительно,

Менее 70 % – неудовлетворительно.

#### **6.4. Тестовые задания (лексико-грамматический тест)**

1. Replace the informal verbs in bold with more formal verbs:

- 1) She made up for it with an early night.
- 2) He went down with a fever.
- 3) She caught on very quickly.
- 4) The cost of living went up.
- 5) I asked for another appointment.
- 6) They put up with their neighbours.
- 7) He checked up on his accountant
  - a) investigated;
  - b) increased;
  - c) understood;
  - d) requested;
  - e) compensated;
  - f) tolerated;
  - g) contracted.

2. Match the words with their definitions:

- 1) interpret;
- 2) illustrate;

- 3) explore;
- 4) explain;
- 5) justify
  - a) describe a series of events and provide an explanation;
  - b) give reasons/evidence in support for your argument;
  - c) use examples to justify your argument;
  - d) give reasons how or why something happened and provide an interpretation;
  - e) examine a theory or event (or series of events) very thoroughly, providing an explanation.

3. Replace the informal verbs in bold with more formal verbs:

- 1) Dr. Liu will meet with a lot of opposition when she makes her proposal.
- 2) The research team forgot to check the acid levels.
- 3) They have been asked to come up with a solution to the problem.
- 4) The team said that their figures were accurate.
  - a) propose;
  - b) face;
  - c) neglected;
  - d) suggested.

4. Replace the informal verbs in bold with more formal verbs:

- 1) Their request for further funding was turned down.
- 2) The situation was made worse by the high levels of lead in the sample.
- 3) The business was built up over a number of years.
- 4) Smith (1991) found out that the bank had surprising rules when it came to new customers
  - a) exacerbated/intensified;
  - b) established;
  - c) rejected;
  - d) developed;

5. Match the words with their definitions:

- 1) Critically evaluate;
- 2) Contrast;
- 3) Consider;
- 4) Compare
  - a) Give your verdict as to what extent a statement or findings are true, or to what extent you agree with them. Come to a final conclusion, basing your decision on what you judge to be the most important factors and justify how you have made your choice;
  - b) Similar to compare but concentrate on the dissimilarities between two or more phenomena, or what sets them apart. Point out any differences which are particularly significant;
  - c) Say what you think and have observed about something. Back up your comments using appropriate evidence from external sources, or your own experience. Include any views which are contrary to your own and how they relate to what you originally thought;
  - d) Identify the similarities and differences between two or more phenomena. Say if any of the shared similarities or differences are more important than others.

6. The sentences below are grammatically accurate but the style is inappropriate. Replace the informal words and phrases in bold with more formal ones:

1) The Chinese economy would like to look after itself, but it's also affected by things that happen outside the country.

2) The planners reviewed the report and said that it was great.

3) It's obvious that the work environment is going to get a lot worse.

4) Their historical approach to economics is just not the right way to go about it

a) there is evidence to suggest...; deteriorate;

b) very satisfactory;

c) be self-sufficient; external factors;

d) inappropriate.

7. Match the words with their definitions:

1) summarise;

2) review;

3) outline;

4) relate;

5) state;

6) trace

a) follow the stages in the development of a theory or of historical events from the past;

b) show how things are related to each other and in what ways they are similar or different;

c) give an account that includes the main points but not necessarily all the detail; give differing points of view;

d) cover all of the main points but not all of the detail;

e) present a theory or set of beliefs in a clear way;

f) cover the main points briefly; do not go into detail.

*Критерии оценки:*

45–50 баллов (90–100 %) – отлично,

40–44 балла (80–89 %) – хорошо,

35–39 баллов (70–79 %) – удовлетворительно,

Менее 35 баллов – неудовлетворительно.

### **6.5. Зачет с оценкой**

Форма проведения контроля: устный опрос.

Метод оценивания: экспертный.

### **6.6. Экзамен**

Экзамен проводится в форме индивидуальных устных ответов и выполнения следующих заданий:

– письменный перевод научного текста 2500 п. зн. с иностранного языка на русский;

– резюме научного текста по направлению подготовки магистранта объемом 1500 п. зн. на иностранном языке;

– презентация на иностранном языке исследовательской работы магистранта с последующим собеседованием.

### ***Критерии оценивания устного высказывания по теме***

#### **Отметка «отлично»**

Коммуникативная задача решена. Речевое произведение соответствует теме, логично. Разнообразные средства логической связи используются верно. Выбор лексики и грамматических конструкций соответствует уровню владения языком. Произношение и акцентуация соответствуют английскому языку, используется соответствующая интонация для разных типов синтаксических конструкций; соответствующая теме лексика и грамматические конструкции правильно употребляются. Допускаются 2–3 речевые ошибки.

#### **Отметка «хорошо»**

Коммуникативная задача решена. Речевое произведение соответствует теме, логично. Средства логической связи используются верно. Выбор лексики и грамматических конструкций соответствует уровню владения языком. Произношение и акцентуация в целом соответствуют произносительным нормам английского языка, используется соответствующая интонация для разных типов синтаксических конструкций; соответствующая теме лексика и грамматические конструкции правильно употребляются. Допускаются ошибки в произношении и интонировании высказываний, не препятствующие пониманию. Допускаются 4–5 речевые ошибки, не препятствующие пониманию высказывания. Используется ограниченное число лексических единиц и грамматических конструкций.

#### **Отметка «удовлетворительно»**

Коммуникативная задача решена. Речевое произведение соответствует теме, но не всегда логично. Средства логической связи не всегда используются верно. Выбор лексики и грамматических конструкций не всегда соответствует требуемому уровню владения языком. Используются элементарные грамматические конструкции. При этом допускаются многочисленные ошибки в произношении, акцентуации, интонировании высказывания, однако смысл высказывания остается понятным. Допускаются речевые ошибки: в использовании грамматических форм (не более 5), словоупотреблении (не более 5).

#### **Отметка «неудовлетворительно»**

Коммуникативная задача не решена. Речевое произведение соответствует теме, но характеризуется отсутствием логики. Средства логической связи не используются. Выбор лексики и грамматических конструкций не соответствует требуемому уровню владения языком. Тема не раскрыта, поскольку произношение, словоупотребление и использование грамматических конструкций в целом не соответствуют нормам английского языка, и, несмотря на отдельные случаи использования правильных форм, затрудняют понимание высказывания.

*Антропова Р. М., канд. пед. наук,  
доц. кафедры иностранных языков ФГБОУ ВО «НГПУ»*

# ФИЛОСОФИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки магистратуры по направлению *38.04.02 Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322.

Дисциплина является *дисциплиной базовой части* учебного плана образовательной программы, изучается в 1 семестре. Трудоемкость дисциплины: 3 ЗЕ / 108 часа, в том числе 22 часа – контактная работа с преподавателем, 86 часов – самостоятельная работа (табл. 2).

**Цели освоения дисциплины:** формирование представлений о закономерностях современной научно-образовательной деятельности, развитии науки и образования.

### Планируемые результаты обучения

Дисциплина направлена на формирование компетенции ПК – 11 и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

### Перечень планируемых результатов обучения

Планируемый результат освоения образовательной программы	Планируемый результат обучения по дисциплине (дескрипторы)
<b>ПК – 11.</b> Способность разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания	<p><i>Знать:</i> современные методы организации научного мышления; основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции; теоретические основы организации научно-исследовательской деятельности, ее этические принципы; методологические основы принятия решений в условиях неполноты информации; основные способы решения междисциплинарных задач; навыками научно-исследовательской деятельности.</p> <p><i>Уметь:</i> развивать свой общекультурный уровень и использовать знание современных проблем науки и образования при решении профессиональных задач; применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем; интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации; решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте.</p> <p><i>Владеть:</i> способами осмысления и критического анализа научной информации; технологиями принятия решений на основе научного подхода; навыками решения концептуальных и прикладных задач в рамках междисциплинарного подхода.</p>

## **2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Тема 1. Современная образовательная система: философские основания научного развития.**

Основные проблемы и перспективы научного развития современной образовательной системы. Системные качества и интегральные свойства процесса интеграции систем. Методологическая функция философии и ее системообразующая роль в изучении процессов интеграции социальных систем.

Фундаментальные концепции образования и науки. Понятие «Образование»: основные концепции и определения в научной теории. Образование как сочетание воспитания и обучения. Понятия «образование» и «наука»: особенность философского осмысления. Истоки философии образования: основные идеи. Понятие науки. Функции науки в жизни общества. Роль науки в современном образовании и формировании личности. Наука как предмет философского анализа. Философский анализ науки: основные принципы и методы.

### **Тема 2. Интеграция образования и науки: понятие и формы взаимодействия.**

Теории интегративного процесса. Обобщение основных концептов взаимодействия систем образования и науки. Формы интеграции образования и науки в современных условиях.

Интеграционная парадигма образования и науки. Понятие интеграции в науке. Роль системного подхода в современном фундаментальном образовании. Образование и наука: специфика и коммуникативные модели взаимодействия. Философские аспекты науки как компонента образования. Единство количественных и качественных изменений в развитии науки. Дифференциация и интеграция наук. Образование и наука как социальные системы и их определяющие элементы.

### **Тема 3. Образование и наука в информационном обществе работы студентов.**

Основные понятия информатизации как принципа интеграции образования и науки. Возможности соотнесения знания и информации в современном обществе.

Образование и наука в условиях современного развития общества. Динамика науки: модели роста. Институциональное развитие форм научной деятельности. Образование как институт социализации. Научные школы. Подготовка научных кадров. Специфика современной научно-образовательной проблематики. Преемственность в развитии научных знаний. Компьютеризация образования и науки и ее социальные последствия. Проблема государственного регулирования образования и науки. Прогнозирование и глобальные проблемы современности.

### **Тема 4. Когнитивные аспекты взаимодействия образования и науки.**

Специфика современного состояния научного и образовательного знания. Значение философского фундаментального знания в системе образования.

Когнитивная парадигма образования и науки. Научное познание как процесс получения объективного, истинного знания, направленного на отражение закономерностей дей-

ствительности. Роль философии в формировании научных знаний. Развитие науки и эпистемология.

Философия как интегральная форма научных знаний. Эволюция способов трансляции научных знаний. Научно-образовательное творчество: понятие и специфика становления. Акцент социального познания на единичное, индивидуальное, уникальное на основе общего закономерного. Современные процессы дифференциации и интеграции наук. Связь дисциплинарных и проблемно-ориентированных исследований. Гуманитаризация образования.

Таблица 2

**Содержание работ по дисциплине (очная форма обучения 2 года)**

Содержание работы	Виды и формы работы, час				Всего, час
	контактная работа			самостоятельная работа	
	лекции	лабораторные	практические		
Тема 1. Современная образовательная система: философские основания научного развития	2	–	2	20	24
Тема 2. Интеграция образования и науки: понятие и формы взаимодействия	2	–	4	22	28
Тема 3. Образование и наука в информационном обществе	2	–	4	22	28
Тема 4. Когнитивные аспекты взаимодействия образования и науки	2	–	4	22	28
Контроль: зачет	–	–	–	–	–
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>8</b>	<b>–</b>	<b>14</b>	<b>86</b>	<b>108</b>
В том числе с применением дистанционных образовательных технологий	2		4		

**3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ  
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием разделов и тем по дисциплине (см. п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

## СОДЕРЖАНИЕ КОНТАКТНОЙ РАБОТЫ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ

### **Тема 1. Современная образовательная система: философские основания научного развития**

*Тема лекционного занятия:*

Современная образовательная система: философские основания научного развития

*Вопросы, рассматриваемые на лекции*

1. Основные проблемы и перспективы научного развития современной образовательной системы.
2. Системные качества и интегральные свойства процесса интеграции систем.
3. Методологическая функция философии, её системообразующая роль в изучении процессов интеграции социальных систем.

*Тема практического занятия:*

Фундаментальные концепции образования и науки

*Вопросы для обсуждения, задания*

1. Понятие «Образование»: основные концепции и определения в научной теории.
2. Образование как сочетание воспитания и обучения.
3. Понятия «образование» и «наука»: особенность философского осмысления.
4. Истоки философии образования: основные идеи.
5. Понятие науки. Функции науки в жизни общества.
6. Роль науки в современном образовании и формировании личности.
7. Наука как предмет философского анализа.
8. Философский анализ науки: основные принципы и методы.

*Ресурсы, необходимые для освоения:* 1, 2, 3, 4, 5, 6, 15, 16, 17

### **Тема 2. Интеграция образования и науки: понятие и формы взаимодействия**

*Тема лекционного занятия:*

Интеграция образования и науки: понятие и формы взаимодействия

*Вопросы, рассматриваемые на лекции*

1. Теории интегративного процесса.
2. Обобщение основных концептов взаимодействия систем образования и науки и формы интеграции образования и науки в современных условиях.

*Тема практического занятия:*

Интеграционная парадигма образования и науки

*Вопросы для обсуждения, задания*

1. Понятие интеграции в науке.
2. Роль системного подхода в современном фундаментальном образовании
3. Образование и наука: специфика и коммуникативные модели взаимодействия



4. Философские аспекты науки как компонента образования
  5. Единство количественных и качественных изменений в развитии науки.
  6. Дифференциация и интеграция наук.
  7. Образование и наука как социальные системы и их определяющие элементы.
- Ресурсы, необходимые для освоения: 1–11, 16–23*

### **Тема 3. Образование и наука в информационном обществе**

*Тема лекционного занятия:*

Образование и наука в информационном обществе

*Вопросы, рассматриваемые на лекции*

1. Основные понятия информатизации как принципа интеграции образования и науки.
2. Возможности соотнесения знания и информации в современном обществе.

*Тема практического занятия:*

Образование и наука в условиях современного развития общества

*Вопросы для обсуждения, задания*

1. Динамика науки: модели роста.
2. Институциональное развитие форм научной деятельности.
3. Научные школы. Подготовка научных кадров.
4. Специфика современной научно-образовательной проблематики.
5. Преемственность в развитии научных знаний.
6. Компьютеризация образования и науки и ее социальные последствия.
7. Проблема государственного регулирования образования и науки.

*Ресурсы, необходимые для освоения: 1–7, 13–23*

### **Тема 4. Когнитивные аспекты взаимодействия образования и науки**

*Тема лекционного занятия:*

Когнитивные аспекты взаимодействия образования и науки

*Вопросы, рассматриваемые на лекции*

1. Специфика современного состояния научного и образовательного знания.
2. Значение философского фундаментального знания в системе образования.

*Тема практического занятия:*

Когнитивная парадигма образования и науки

*Вопросы для обсуждения, задания*

1. Научное познание как процесс получения объективного, истинного знания, направленного на отражение закономерностей действительности.
2. Роль философии в формировании научных знаний
3. Развитие науки и эпистемология.
4. Философия как интегральная форма научных знаний.

5. Эволюция способов трансляции научных знаний
6. Научно-образовательное творчество: понятие и специфика становления.
7. Современные процессы дифференциации и интеграции наук.
8. Гуманитаризация образования.

*Ресурсы, необходимые для освоения:* 1–5, 12–21

#### **4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

##### **4.1. Основная учебная литература**

*Батурин, В. К.* Философия науки : учебное пособие / В. К. Батурин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 303 с.

*Безвесельная, З. В.* Философия науки : учебное пособие / З. В. Безвесельная. – М. : Юриспруденция, 2012. – 212 с.

*Наливайко, Н. В.* Введение в философию образования : учебное пособие для студентов-бакалавров, магистрантов вузов: в 2-х т. / Н. В. Наливайко; под ред. В. В. Целищева ; Ин-т философии и права СО РАН, НИИ философии образования, Науч.-образоват. центр философии и социологии образования [и др.]. – Новосибирск : НГПУ, 2012. – Т. 2. – 272 с.

*Пушкарёва, Е. А.* Философия образования и науки : курс лекций / Е. А. Пушкарёва. – Новосибирск : НГПУ, 2016. – 214 с.

##### **4.2. Дополнительная учебная литература, в том числе из фондов библиотеки НГПУ**

*Бехманн, Г.* Современное общество : общество риска, информационное общество, общество знаний / Г. Бехманн; пер. с нем. А. Ю. Антоновского [и др.]. – М. : Логос, 2011. – 248 с.

Будущее фундаментальной науки: концептуальные, философские и социальные аспекты проблемы / отв. ред. А. А. Крушанов, Е. А. Мамчур; Ин-т философии РАН. – М. : URSS : Красанд, 2011. – 288 с.

*Камашев, С. В.* Актуальные проблемы безопасности отечественной системы образования : монография / С. В. Камашев, О. А. Михалина, Н. В. Наливайко; Ин-т философии и права СО РАН. – Новосибирск : СО РАН, 2007. – 330 с.

*Клягин, Н. В.* Современная научная картина мира : учебное пособие / Н. В. Клягин. – М. : Логос, 2012. – 264 с.

*Косенко, Т. С.* Проблемы воспитания в современной философии образования : монография / Т. С. Косенко, Н. В. Наливайко; отв. ред. Б. О. Майер ; Новосиб. гос. пед. ун-т [и др.]. – Новосибирск : Изд-во СО РАН, 2009. – 252 с.

*Лебедев, С. А.* Философия науки : терминологический словарь / С. А. Лебедев. – М. : Академический Проект, 2011. – 269 с.

*Никифоров, А. Л.* Философия науки: история и методология / А. Л. Никифоров. – М. : Дом интеллектуальной книги, 1998.

*Степин, В. С.* Философия науки и техники / В. С. Степин, В. Г. Горохов, М. А. Розов. – М. : Гардарика, 1996.

Торосян, В. Г. История и философия науки : учебник для вузов / В. Г. Торосян. – М. : Владос, 2014. – 368 с.

Философия образования : научный журнал / под ред. Н. В. Наливайко, А. Д. Герасёв, А. Ж. Жафяров [и др.] ; Новосиб. гос. пед. ун-т, НИИ философии образования, Ин-т философии и права СО РАН. – Новосибирск : СО РАН, 2002.

Энциклопедический словарь по эпистемологии / под ред. И. Т. Касавина; Ин-т философии. – М. : Альфа-М, 2011. – 480 с.

### 4.3. Интернет-ресурсы

#### 4.3.1. Ресурсы НГПУ

Батурин, В. К. Философия науки : учебное пособие / В. К. Батурин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 303 с.

Безвесельная, З. В. Философия науки : учебное пособие / З. В. Безвесельная. – М. : Юриспруденция, 2012. – 212 с.

Бехманн, Г. Современное общество : общество риска, информационное общество, общество знаний / Г. Бехманн ; пер. с нем. А. Ю. Антоновского [и др.]. – М. : Логос, 2011. – 248 с.

Клягин, Н. В. Современная научная картина мира : учебное пособие / Н. В. Клягин. – М. : Логос, 2012. – 264 с.

Пушкарёва, Е. А. Философский анализ интеграции образования и науки : монография / Е. А. Пушкарёва ; Новосиб. гос. пед. ун-т. – Новосибирск : НГПУ, 2014. – 195 с.

#### 4.3.2. Ресурсы открытого доступа:

Электронные книги. Философия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://logos-book.narod.ru/philosophy/>

Цифровая библиотека по философии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://filosof.historic.ru/>

### 4.4. Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

Очная форма обучения, срок обучения – 2 года

№	Тема дисциплины	Задание для самостоятельной работы	Трудоемкость задания, часы	Перечень учебно-методического обеспечения (номера источников из п.п. 4.1 – 4.3)
1	2	3	4	5
1	Тема 1. Современная образовательная система: философские основания научного развития	Подготовка к семинару 1. Работа с источниками. Задание: подготовить базовые концепты представлений о науке как социокультурном феномене и виде познавательной деятельности	20	1–6, 15, 16, 17

1	2	3	4	5
2	Тема 2. Интеграция образования и науки: понятие и формы взаимодействия	Подготовка к семинарам 2, 3. Работа с источниками. Задание: подготовить в виде таблицы этапы и социально-исторические условия развития науки	22	1–11, 16–23
3	Тема 3. Образование и наука в информационном обществе	Подготовка к семинарам 4, 5. Работа с источниками. Задание: раскрыть содержание основных вопросов философии науки, исследующей общие закономерности научного познания	22	1–7, 13–23
4	Тема 4. Когнитивные аспекты взаимодействия образования и науки	Подготовка к семинарам 6, 7. Работа с источниками. Задание: обобщить особенности современного развития научного знания по выбранной проблеме и отразить проведенный анализ в содержании научной статьи	22	1–5, 12–21
<b>Итого:</b>			<b>86</b>	

#### 4.5. Выполнение курсовой работы (проекта)

Курсовая работа по данной дисциплине не предусмотрена.

### 5. РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 5.1. Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (табл. 4, 5).

Таблица 4

#### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
1	2
Графические редакторы	Paint.NET
	GIMP
	Paint
	Inkscape
	AdobeIllustrator
	AdobePhotoshop
	Corel DRAW
Операционные системы	MicrosoftWindows
	LinuxUbuntu

1	2
Офисные программы	MicrosoftOffice
	LibreOffice
Распознавание текста и речи	ABBYY FineReader
Правовые информационные системы	Консультант Плюс
	Гарант

Таблица 5

### Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
Система видеоконференцсвязи	Lifesize
Платформа для проведения вебинаров	Adobeconnect
Системы тестирования	Система компьютерного адаптивного тестирования АСТ-тест
Библиотеки и образовательные ресурсы (в том числе персональные сайты преподавателей НГПУ)	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте НГПУ-онлайн <a href="http://live.nspu.ru">http://live.nspu.ru</a>

## 5.2. Материально-техническая база

Таблица 6

### Материально-техническая база

Помещения для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
1	2	3
Аудитории для проведения лекционных занятий		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28
Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28

1	2	3
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31	библиотека, учебный корпус 1, ул. Вилюйская, 28
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Итоговый контроль по дисциплине (промежуточная аттестация) осуществляется в форме зачета.

Фонд оценочных средств согласуется с дескрипторами, представленными в табл. 1.

### 6.1. Письменная проверочная работа

*Задание к теме 1.*

*Современная образовательная система: философские основания научного развития*

Этапы контроля: промежуточный

Время на выполнение: к семинарам

Форма проведения контроля: собеседование

Метод оценивания: экспертный

Типовые задания/примерный вариант: дайте определения понятиям «образование», «обучение», «воспитание»; приведите примеры различий в толковании данных понятий.

*Критерии оценки результатов выполнения:* верно выполнено более 90% заданий – отлично, верно выполнено более 75–89% заданий – хорошо, верно выполнено 50–74% заданий – удовлетворительно.

### Примерный перечень вопросов для подготовки к письменной проверочной работе

1. Понятие «Образование»: основные концепции и определения в научной теории.
2. Образование как сочетание воспитания и обучения.
3. Понятия «образование» и «наука»: особенность философского осмысления.

4. Истоки философии образования: основные идеи.
5. Понятие науки. Функции науки в жизни общества.
6. Роль науки в современном образовании и формировании личности.
7. Наука как предмет философского анализа.
8. Философский анализ науки: основные принципы и методы.

*Задание к теме 2.*

*Интеграция образования и науки: понятие и формы взаимодействия*

Этапы контроля: промежуточный.

Время на выполнение: к семинарам.

Форма проведения контроля: собеседование.

Метод оценивания: экспертный.

Типовые задания/примерный вариант: подумайте, как соотносятся между собой понятия «интеграция», «взаимодействие», «развитие» в различных философских концепциях, приведите подтверждающие аргументы.

*Критерии оценки результатов выполнения:* верно выполнено более 90% заданий – отлично, верно выполнено более 75–89% заданий – хорошо, верно выполнено 50–74% заданий – удовлетворительно.

### **Примерный перечень вопросов для подготовки к письменной проверочной работе**

1. Понятие интеграции в науке.
2. Роль системного подхода в современном фундаментальном образовании.
3. Образование и наука: специфика и коммуникативные модели взаимодействия.
4. Философские аспекты науки как компонента образования.
5. Единство количественных и качественных изменений в развитии науки.
6. Дифференциация и интеграция наук.
7. Образование и наука как социальные системы и их определяющие элементы.

*Задание к теме 3.*

*Образование и наука в информационном обществе*

Этапы контроля: промежуточный.

Время на выполнение: к семинарам.

Форма проведения контроля: собеседование.

Метод оценивания: экспертный.

Типовые задания/примерный вариант: Для постнеклассической науки характерен (аргументируйте ответ):

- принцип изучения предмета в действии;
- универсальный эволюционизм;
- критический анализ объективизма классической науки;
- объектный стиль мышления.

*Критерии оценки результатов выполнения:*

верно выполнено более 90% заданий – отлично,

верно выполнено более 75–89% заданий – хорошо,

верно выполнено 50–74% заданий – удовлетворительно

**Примерный перечень вопросов для подготовки  
к письменной проверочной работе**

1. Динамика науки: модели роста.
2. Институциональное развитие форм научной деятельности.
3. Образование как институт социализации.
4. Научные школы. Подготовка научных кадров.
5. Специфика современной научно-образовательной проблематики.
6. Преемственность в развитии научных знаний.
7. Компьютеризация образования и науки и ее социальные последствия.
8. Проблема государственного регулирования образования и науки.
9. Прогнозирование и глобальные проблемы современности.

*Задание к теме 4.*

*Когнитивные аспекты взаимодействия образования и науки*

Этапы контроля: промежуточный.

Время на выполнение: к семинарам.

Форма проведения контроля: собеседование.

Метод оценивания: экспертный.

Типовые задания/примерный вариант: признаки и качества, не свойственные естественнонаучным знаниям, но характерные социогуманитарным знаниям: объективность, тематичность, логичность, историчность, субъективность (аргументируйте ответ).

*Критерии оценки результатов выполнения:* верно выполнено более 90% заданий – отлично, верно выполнено более 75–89% заданий – хорошо, верно выполнено 50–74% заданий – удовлетворительно.

**Примерный перечень вопросов для подготовки  
к письменной проверочной работе**

1. Научное познание как процесс получения объективного, истинного знания, направленного на отражение закономерностей действительности.
2. Роль философии в формировании научных знаний.
3. Развитие науки и эпистемология.
4. Философия как интегральная форма научных знаний.
5. Эволюция способов трансляции научных знаний.
6. Научно-образовательное творчество: понятие и специфика становления.
7. Акцент социального познания на единичное, индивидуальное, уникальное на основе общего закономерного.
8. Современные процессы дифференциации и интеграции наук.



9. Связь дисциплинарных и проблемно-ориентированных исследований.
10. Гуманитаризация образования.

### **Примерный перечень тем научных рефератов**

1. Устойчивое развитие современного общества: социальные концепты.
2. «Общество знания» как ведущая концепция современного общественного развития.
3. Информационное и знаниевое общество: сходства и отличия концепций.
4. Роль образования в развитии «общества знания».
5. Научное развитие как ценностная основа и принцип существования современного общества.
6. Новые технологии, создаваемые наукой, позволяющие обществу развиваться.
7. Технологизация или экологизация в современном общественном развитии?
8. Основные направления работ по обеспечению экологической безопасности.
9. Экологическое нормирование в развитии современного общества.
10. Ценностный анализ и экологические проблемы современного социума.
11. Современное образование как социальный институт формирования всесторонне развитого человека с высокой экологической культурой.
12. Формирование экологически развитой личности в образовательном процессе.
13. Современное образование как результат научного поиска новых форм экологического совершенствования человека.
14. Человеческий капитал как идея в развитии современного образования и вопросы этики.
15. Одаренность или целенаправленное развитие человека в образовании.
16. Компетенции как личностный результат образовательного процесса.
17. Формирование качеств профессионализма, стабильности, высоких результатов в современном экологическом образовании.
18. Непрерывное образование для формирования специалиста (концепция образования в течении жизни).
19. Индивидуально-дифференцированный подход в образовании: понятие, виды и формы.
20. Влияние информационных процессов на формирование экологического образования.
21. Современные образовательные ресурсы (возможности) и современные образовательные технологии.
22. Образовательные технологии для повышения эффективности образовательного процесса и формирования экологически развитой личности.
23. Процессы глобализации в становлении системы высшего образования и экологизация.

### **6.2. Портфолио**

Этапы контроля: зачет.

Время на выполнение: в течение семестра.

Форма проведения контроля: собеседование.

Метод оценивания: экспертный.

*Критерии оценки результатов выполнения:*

соответствие требованиям к структуре портфолио:

верно выполнено более 75% заданий – зачтено,

верно выполнено менее 25% заданий – незачтено.

### **Структура: перечень работ, включаемых в портфолио**

*Задание к теме 1.* Современная образовательная система: философские основания научного развития

*Задание к теме 2.* Интеграция образования и науки: понятие и формы взаимодействия

*Задание к теме 3.* Образование и наука в информационном обществе

*Задание к теме 4.* Когнитивные аспекты взаимодействия образования и науки

### **6.3. Зачет**

Форма проведения контроля: устный опрос.

Метод оценивания: экспертный.

#### **Примерный перечень вопросов к зачету**

1. Философские проблемы науки и образования: общее содержание.
2. Что есть наука: философский анализ.
3. Научное знание, его специфика и строение.
4. Научное и вненаучное знание.
5. Критерии научности. Критерии техничности.
6. Мироззрение: особенности, структура. Научно-техническое мироззрение.
7. Философия и наука как формы мироззрения.
8. Роль научного мироззрения для формирования личности.
9. Познание: понятие, специфика философского анализа.
10. Познание, практика, техника: соотношение категорий.
11. Духовно-практическое и техническое освоение мира человеком.
12. Субъект познания. Искусственный интеллект и познание.
13. Объект и предмет познания. Техника как предмет познания.
14. Методы познания. Эмпирические методы и технический инструментарий в познании.
15. Методология научного познания. Образовательные технологии.
16. Общие основания философии образования и философии науки.
17. Природа образования: философские аспекты.
18. Понятие технологии в науке и философии.
19. Генезис научного знания: общий анализ проблемы.
20. Философия науки: понятие и основные черты.
21. Научное знание как развивающаяся система.
22. Рационализм, сенсуализм как философские концепции в истории познания.
23. Становление научной теории и рост теоретического знания.
24. Наука как социальный институт.
25. Институциональное развитие форм научной деятельности.

26. Образование и наука: критерии взаимодействия.
27. Наука и образование: критерии соотношения сфер.
28. Роль науки в развитии образования.
29. Значение науки и образования в эпоху современной НТР.
30. Технологический подход к знанию в современном обществе.

### **Критерии выставления отметок**

*Итоговый контроль* по дисциплине осуществляется в форме зачета.

Шкала оценивания:

– «отлично» – высокий уровень сформированности компетенций, отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, грамотно использует методы теоретического исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;

– «хорошо» – средний уровень сформированности компетенций, отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий и способов постановки задач; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;

– «удовлетворительно» – базовый уровень сформированности компетенций, обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения, демонстрирует использование наиболее простых методов постановки задач; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки;

– «неудовлетворительно» – низкий уровень сформированности компетенций / компетенции не сформированы, обучающийся допускает фактические ошибки и неточности, у него отсутствует знание специальной терминологии, нарушена логика и последовательность изложения материала; не отвечает на дополнительные вопросы по рассматриваемым темам, не может сформулировать собственную точку зрения по обсуждаемому вопросу.

*Харламов А. В., канд. филос. наук,  
доц. кафедры рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «НГПУ»*

# МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки магистратуры по направлению 38.04.02 *Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322.

Дисциплина является *дисциплиной базовой части* Блока 1 «Дисциплины» учебного плана образовательной программы, изучается в 1 семестре. Трудоемкость дисциплины: 4 ЗЕ / 144 часа, в том числе 24 часа – контактная работа с преподавателем, 120 часов – самостоятельная работа (табл. 2).

**Цели освоения дисциплины:** приобретение магистрантами знаний о методах исследований в менеджменте, формирование навыков проведения исследования: сбора и информации, ее обобщения, интерпретации результатов исследовательской работы.

### Планируемые результаты обучения

Дисциплина направлена на формирование компетенций ОПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-7, ПК-10 и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

### Перечень планируемых результатов обучения

Планируемый результат освоения образовательной программы	Планируемый результат обучения (дескрипторы)
1	2
<b>ОПК-3.</b> Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	<i>Знать:</i> теоретические основы организации и проведения исследования в профессиональной сфере. <i>Уметь:</i> обосновать актуальность темы научного исследования; составить программу научного исследования. <i>Владеть:</i> навыками разработки программы исследования, методами сбора и анализа информации, обоснования актуальности темы исследования и его практической значимости.
<b>ПК-4.</b> Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	<i>Знать:</i> методы обработки информации в исследовании проблем управления. <i>Уметь:</i> организовать и провести наблюдение, собрать необходимую информацию, применить собранную информацию для принятия управленческих решений, выбрать методы анализа, на основе собранной информации провести количественный и качественный анализ при принятии управленческих решений. <i>Владеть:</i> методами сбора и анализа информации для проведения научного исследования, интерпретации результатов исследования, обоснования его практической значимости.

1	2
<b>ПК-5.</b> Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	<p><i>Знать:</i> приемы и способы экономического анализа, принципы формирования системы показателей для оценки различных экономических явлений и процессов.</p> <p><i>Уметь:</i> использовать методы экономического и стратегического анализа деятельности хозяйствующих субъектов.</p> <p><i>Владеть:</i> методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>
<b>ПК-7.</b> Способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	<p><i>Знать:</i> методы, применяемые в исследовании актуальных проблем управления.</p> <p><i>Уметь:</i> отбирать необходимые источники информации для исследования актуальных проблем управления.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками интерпретации данных отечественных и зарубежных исследователей актуальных проблем управления.</p>
<b>ПК-10.</b> Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	<p><i>Знать:</i> содержание основных этапов научного исследования.</p> <p><i>Уметь:</i> разработать программу научного исследования.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками сбора и обобщения информации, интерпретации полученных результатов.</p>

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Тема 1. Методы исследования в менеджменте: понятие, сущность, классификация.**

Введение в дисциплину. Предмет, объект изучения дисциплины. Понятие метода. Диалектический метод как всеобщий метод исследования. Понятие методики. Методология исследования.

Уровни методов исследования: эмпирический, экспериментально-теоретический, теоретический, метатеоретический. Классификация методов исследования по степени их формализованности, природе происхождения, ориентации во времени. Методы, основанные на изучении мнений специалистов.

Понятие и состав общенаучных методов исследования. Метод сравнения в исследовании явлений. Анализ и синтез. Единство анализа и синтеза. Индукция и дедукция, их последовательность в исследовании проблем управления. Аналогия, ее значение в предвидении явлений. Гипотеза, требования к гипотезе. Гипотетический метод. Исторический метод.

Системный анализ в исследовании менеджмента, признаки системности. Современные подходы к изучению процессов и явлений в менеджменте.

### **Тема 2. Источники информации в исследованиях менеджмента.**

Основные этапы научного исследования. Значение наблюдения для получения информации при проведении научно-исследовательской работы. Формы наблюдения: отчетность предприятий и организаций, специально организованное наблюдение. Программно-методологические вопросы наблюдения. Цель и задачи исследования. Объект исследования. Объект наблюдения. Программа наблюдения. Организационные вопросы наблюдения.

Выборочный метод в исследовании управления: математическая основа, распространение выборочных данных на генеральную совокупность. Определение объема выборки. Ошибки выборочного наблюдения.

Опрос: сущность, содержание, виды (беседа, интервью, анкетирование, собственно опрос), составление вопросника. Изучение мнения специалистов: опрос, дискуссия, полемика – цели, основные принципы и способы проведения.

Эксперимент: сущность, цель, виды, техника и этапы проведения.

Тестирование: сущность, содержание, правила составления, требования к тестам.

Бухгалтерская отчетность как информационная база анализа финансового положения и финансовых результатов организации. Данные оперативного учета о состоянии ресурсов, техники, технологии, используемые для аналитических исследований.

Источники научной информации. Поиск научной информации.

### **Тема 3. Методы систематизации и обобщения информации в менеджменте.**

Группировка – научная основа обобщения и систематизации информации для научных исследований в менеджменте. Задачи группировки.

Табличное представление цифровой социально-экономической информации. Требования к оформлению таблиц. Графическое изображение цифровой информации. Правила построения. Построение графиков с помощью «Мастера диаграмм» пакета MS Excel.

Абсолютные величины, их виды и способы получения. Относительные величины, их сущность, формы выражения, виды. Сущность средних величин, их признаки. Требования к использованию средних. Среднее значение альтернативного признака. Вариация количественных и качественных признаков и задачи ее изучения. Оценка степени однородности совокупности и типичности среднего значения признака.

Основы дисперсионного анализа. Коэффициент детерминации, эмпирическое корреляционное отношение и их интерпретация. Использование встроенных функций MS Excel для получения обобщающих характеристик в исследовании менеджмента.

Методы сравнительной рейтинговой оценки.

### **Тема 4. Методы исследования изменения явлений и процессов во времени.**

Изучение развития явления во времени – одна из задач научного исследования в менеджменте. Динамический ряд как форма представления информации в научном исследовании. Сопоставимость уровней в рядах динамики. Способы вычисления среднего уровня ряда динамики. Показатели анализа ряда динамики. Параллельное сопоставление рядов динамики. Коэффициент опережения, методика его расчета.

Основная тенденция динамического ряда. Способы ее выявления: укрупнения интервалов, скользящей средней, аналитического выравнивания. Выявление трендов и циклов в развитии социально-экономических процессов. Понятие уравнения тренда. Экономическая интерпретация. Эконометрические динамические модели. Оценка качества трендовой модели. Сезонные и случайные колебания в рядах динамики и их измерение.

Прогнозирование социально-экономических явлений на основе экстраполяции как метод перспективного анализа в исследовании экономики. Использование статистических функций MS Excel, пакета Statistica в исследовании динамики явлений.

## Тема 5. Методы изучения взаимосвязей в менеджменте.

Изучение связи между явлениями как одна из задач исследования в менеджменте. Виды и формы связей.

Балансовый метод изучения взаимосвязей. Виды балансов: материальные, трудовые, финансовые, счета национального счетоводства, межотраслевой баланс. Использование балансового метода для принятия управленческих решений.

Методы анализа внешней среды организации, в том числе макроокружения и микро-среды. Методика SWOT-анализа. Матрица SWOT, анализ действия факторов, матрица стратегий SWOT-анализа.

Корреляционно-регрессионный анализ и его аналитические возможности. Задача регрессионного анализа. Понятие уравнения регрессии. Расчет его параметров. Понятие и экономическая интерпретация коэффициента регрессии. Эконометрические регрессионные модели. Задача корреляционного анализа. Оценка тесноты связи между явлениями. Эмпирическое корреляционное отношение. Линейный коэффициент корреляции. Индекс корреляции. Оценка качества регрессионной модели. Непараметрические показатели тесноты связи. Коэффициент корреляции рангов. Изучение зависимости между атрибутивными признаками.

Понятие о множественной корреляции. Отбор факторных признаков и их экономическая интерпретация. Оценка адекватности модели. Использование статистических функций MS Excel, пакета Statistica в исследовании взаимосвязей.

## Тема 6. Методы перспективного анализа.

Прогнозирование и планирование как функция управления. Прогнозирование рассмотрено как метод возможных вариантов будущего состояния системы. Основы экономического прогнозирования. Определение прогноза как одной из форм научного предвидения. Отличительные особенности форм экономического предвидения: гипотезы, прогноза, плана, программы, проекта. Виды прогнозов. Классификация методов экономического прогнозирования.

Методы экспертного оценивания.

Прогнозирование на основе однофакторных регрессионных моделей: динамических и пространственных. Прогнозирование на основе многофакторных регрессионных моделей. Прогнозирование на основе трендовых моделей. Прогнозирование с учетом сезонной, циклической и случайной компонент.

Таблица 2

Содержание работ по дисциплине

Содержание работы	Виды и формы работы, ч				Всего, ч
	контактная работа			самостоятельная работа	
	лекции	лабораторные	практические		
1	2	3	4	5	6
Тема 1. Методы исследования в менеджменте: понятие, сущность, классификация	1		2	11	14

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Тема 2. Источники информации в исследованиях менеджмента	1		2	13	16
Тема 3. Методы систематизации и обобщения информации в менеджменте	–		4	14	18
Тема 4. Методы исследования изменения явлений и процессов во времени	2		2	16	20
Тема 5. Методы изучения взаимосвязей в менеджменте	2		4	14	20
Тема 6. Методы перспективного анализа	2		2	16	20
Контроль: экзамен				36	36
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>8</b>		<b>16</b>	<b>120</b>	<b>144</b>

### 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием тем по дисциплине (п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

### 4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 4.1. Основная учебная литература

*Дмитриев, М. Н.* Методология и методика исследований в экономике : учебное пособие / М. Н. Дмитриев. – Нижний Новгород, 2014. – 93 с.

Методы научных исследований в экономике : учебное пособие / А. И. Хорев [и др.]. – Воронеж : Воронежский государственный университет инженерных технологий, 2013. – 127 с.

*Родионова, Н. В.* Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности. Модуль 1 : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / Н. В. Родионова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 415 с.

#### 4.2. Дополнительная учебная литература, в том числе фондов библиотеки НГПУ

*Анкудинова, Т. В.* Организация научной работы : учебно-методическое пособие / Т. В. Анкудинова ; Горно-Алтайский гос. ун-т. – Горно-Алтайск : ГАГУ, 2013. – 38 с.

Вопросы статистики : научно-информационный журнал / Федер. служба гос. статистики. – М. : Статистика России, 2010–2014.

*Любкин, А. А.* Количественные методы в экономических исследованиях : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / А. А. Любкин, М. В. Грачева, Ю. Н. Черемных. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 687 с.



Магистерская диссертация : методы и организация исследований, оформление и защита : учебное пособие для вузов по направлению «Экономика» / В. В. Беляев и др. ; под ред. В. И. Беляева. – М. : КНОРУС, 2014. – 264 с.

Менеджмент в России и за рубежом : все о теории и практике управления бизнесом, финансами, кадрами : научный журнал. – М. : Финпресс, 2016.

Менеджмент сегодня : журнал. – М. : ИД «Гребенников», 2015.

*Минашкин, В. Г.* Бизнес-статистика и прогнозирование : учебное пособие / В. Г. Минашкин, Н. А. Садовникова, Р. А. Шмойлова. – М. : Евразийский открытый институт, 2010. – 256 с.

*Новиков, А. М.* Методология научного исследования / А. М. Новиков, Д. А. Новиков. – М. : Либроком, 2010. – 280 с.

Проблемы теории и практики управления : международный журнал / Междунар. науч.-исслед. ин-т проблем управления. – М. : Известия, 2006.

*Реутская, И. В.* Экономическое прогнозирование: конспект лекций для магистрантов направления «Менеджмент», магистерской программы «Общий и стратегический менеджмент» : учебное пособие / И. В. Реутская. – Краснодар : Южный институт менеджмента, 2013. – 33 с.

*Федосова, Т. С.* Основы менеджмента : электронное учебно-методическое пособие / Т. С. Федосова ; Новосиб. гос. пед. ун-т, Ин-т открытого дистанционного образования. – Новосибирск : НГПУ, 2015.

*Шутов, А. И.* Основы научных исследований : учебное пособие / А. И. Шутов. – Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2013. – 101 с.

### **4.3. Интернет-ресурсы**

#### **4.3.1. Ресурсы НГПУ**

*Анкудинова, Т. В.* Организация научной работы : учебно-методическое пособие / Т. В. Анкудинова ; Горно-Алтайский гос. ун-т. – Горно-Алтайск : ГАГУ, 2013. – 38 с.

*Дмитриев, М. Н.* Методология и методика исследований в экономике : учебное пособие / М. Н. Дмитриев. – Нижний Новгород, 2014. – 93 с.

*Любкин, А. А.* Количественные методы в экономических исследованиях : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / А. А. Любкин, М. В. Грачева, Ю. Н. Черемных. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 687 с.

Методы научных исследований в экономике : учебное пособие / А. И. Хорев [и др.]. – Воронеж : Воронежский государственный университет инженерных технологий, 2013. – 127 с.

*Новиков, А. М.* Методология научного исследования : рек. РАО / А. М. Новиков, Д. А. Новиков. – М. : Либроком, 2010. – 280 с.

*Минашкин, В. Г.* Бизнес-статистика и прогнозирование : учебное пособие / В. Г. Минашкин, Н. А. Садовникова, Р. А. Шмойлова. – М. : Евразийский открытый институт, 2010. – 256 с.

*Реутская, И. В.* Экономическое прогнозирование : конспект лекций для магистрантов направления «Менеджмент», магистерской программы «Общий и стратегический менедж-

мент» : учебное пособие / И. В. Реутская. – Краснодар : Южный институт менеджмента, 2013. – 33 с.

*Родионова, Н. В.* Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности. Модуль 1 : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / Н. В. Родионова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 415 с.

*Федосова, Т. С.* Основы менеджмента : электронное учебно-методическое пособие / Т. С. Федосова ; Новосиб. гос. пед. ун-т, Ин-т открытого дистанционного образования. – Новосибирск : НГПУ, 2015.

*Шутов, А. И.* Основы научных исследований : учебное пособие / А. И. Шутов. – Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2013. – 101 с.

#### 4.3.2. Ресурсы открытого доступа:

Всё для студента [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.twirpx.com/>.

Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://window.edu.ru/>.

Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.gks.ru/>.

Электронная библиотека РГБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elibrary.rsl.ru/>.

#### 4.3.3. Методическое обеспечение

Персональные сайты преподавателей Института рекламы и связей с общественностью [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://prepod.nspu.ru/>.

### 4.4. Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

#### Очная форма обучения, срок обучения – 4 года

№ п/п	Тема дисциплины	Задание для самостоятельной работы	Трудоемкость задания, ч	Перечень учебно-методического обеспечения (номера источников из п.п. 4.1 – 4.3)
1	2	3	4	5
1	Тема 1. Методы исследований в менеджменте: понятие, сущность, классификация	Составление конспекта. Подготовка вопросов к практическому занятию	11	1–3, 7, 11, 14–17, 20, 25
2	Тема 2. Источники информации в исследованиях менеджмента	Составление конспекта. Подготовка вопросов к практическому занятию	13	1–3, 4, 7–9, 12, 15–17, 20, 25

Окончание табл. 3

1	2	3	4	5
3	Тема 3. Методы систематизации и обобщения информации в менеджменте	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	14	1–3, 5, 10, 19, 21, 23, 25
4	Тема 4. Методы исследования изменения явлений и процессов во времени	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	16	2, 5, 6, 10, 13, 18, 19, 21
5	Тема 5. Методы изучения взаимосвязей в менеджменте	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	14	2, 5, 6, 10, 14, 18, 21, 23, 24
6	Тема 6. Методы перспективного анализа	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	16	2, 5, 6, 10, 13, 19, 22
	Подготовка к экзамену		36	
	<b>Итого</b>		<b>144</b>	

#### 4.5. Выполнение курсовой работы (проекта)

Курсовая работа по данной дисциплине не предусмотрена.

### 5. РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 5.1. Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (табл. 4, 5).

Таблица 4

#### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Графические редакторы	Microsoft Excel Мастер диаграмм
Операционные системы	Microsoft Windows
Офисные программы	Microsoft Office Microsoft Power Point Microsoft Excel с Пакетом анализа
Статистика и анализ	Statistica

## Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>

## 5.2. Материально-техническая база

## Материально-техническая база

Помещение для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
1	2	3
<b>Аудитории для проведения лекционных занятий</b>		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
<b>Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости</b>		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
<b>Помещения для самостоятельной работы</b>		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31.	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллюйская, 28
<b>Помещения для групповых и индивидуальных консультаций</b>		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28

## **6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Итоговый контроль по дисциплине (промежуточная аттестация) осуществляется в форме экзамена.

Фонд оценочных средств согласуется с дескрипторами, представленными в табл. 1.

### **6.1. Письменная проверочная работа**

Этапы контроля: темы 1–2.

Время на выполнение: 60 минут.

Форма проведения контроля: письменный.

Метод оценивания: экспертный.

#### ***Вариант контрольной работы:***

Задание 1. Сущность системного анализа в исследовании менеджмента, признаки системности.

Задание 2. Программно-методологические вопросы наблюдения в исследовании менеджмента.

Задание 3. Сущность, цель, и этапы проведения эксперимента.

Критерии оценки результатов выполнения: верно выполнено 3 задания – отлично, верно выполнено 2 задания – хорошо, верно выполнено 1 задание и имеются погрешности в других заданиях – удовлетворительно, нет ни одного полностью верно выполненного задания – неудовлетворительно.

### **6.2. Выполнение кейс-заданий**

*Задание 1.*

Этапы контроля: темы 3, 5.

Форма проведения контроля: индивидуальное самостоятельное задание.

Метод оценивания: зачтено / не зачтено.

Содержание задания: выявите наличие зависимости между двумя представленными в индивидуальном варианте показателями с помощью аналитической группировки. При построении аналитической группировки необходимо выделить факторный и результативный признаки. Затем по его значениям вычислить размер интервала группировки, провести отграничение групп, оформить разработочную таблицу, подсчитать в ней итоговые показатели по группам и в целом (факторному, результативному признакам и число единиц). Далее перенести итоговые показатели по группам и в целом в групповую таблицу, в которой подсчитать средние значения всех признаков, относительные величины. В заключение следует сделать выводы о наличии (отсутствии) зависимости между изучаемыми показателями и ее направлении.

*Критерии оценки результатов выполнения:* оценка «зачтено» ставится при правильном выполнении задания и правильной культуре его оформления и представления. Допускаются небольшие неточности по содержанию заданий.

### *Задание 2.*

Этапы контроля: тема 4.

Форма проведения контроля: индивидуальное самостоятельное задание.

Метод оценивания: зачтено / не зачтено.

Содержание задания: на основе фактических данных официальных публикаций Федеральной службы государственной статистики, подобранных самостоятельно; рассчитайте показатели анализа динамики анализируемого явления: абсолютные приросты, темпы роста, темпы прироста, абсолютное значение одного процента прироста; средние показатели: уровень динамического ряда, абсолютный прирост, темп роста, темп прироста; рассчитайте уравнение тренда динамического ряда; выполните экстраполяцию его уровней на ближайшие два года тремя методами. Представьте динамический ряд графически. Материалы анализа представьте в табличной форме.

*Критерии оценки результатов выполнения:* оценка «зачтено» ставится при правильном выполнении задания и правильной культуре его оформления и представления. Допускаются небольшие неточности по содержанию заданий.

### *Задание 3.*

Этапы контроля: тема 5.

Форма проведения контроля: индивидуальное самостоятельное задание.

Метод оценивания: зачтено/не зачтено.

Содержание задания: по данным индивидуального варианта проведите корреляционно-регрессионный анализ зависимости между двумя представленными в задании показателями. Дайте экономическую интерпретацию полученных результатов. Представьте результаты в таблицах и на графике, используя встроенные функции MS Excel.

*Критерии оценки результатов выполнения:* оценка «зачтено» ставится при правильном выполнении задания и правильной культуре его оформления и представления. Допускаются небольшие неточности по содержанию заданий.

### *Задание 4.*

Этапы контроля: тема 6.

Форма проведения контроля: индивидуальное самостоятельное задание.

Метод оценивания: зачтено / не зачтено.

Содержание задания: по данным выполненных кейс-заданий 2 и 3 получите прогноз исследуемых показателей на ближайшую перспективу на многовариантной основе.

*Критерии оценки результатов выполнения:* оценка «зачтено» ставится при правильном выполнении задания и правильной культуре его оформления и представления. Допускаются небольшие неточности по содержанию заданий.

## **6.3. Экзамен**

Этапы контроля: темы 1–6.

Время на выполнение: 60 мин.

Форма проведения контроля: письменные ответы на вопросы билета.

Метод оценивания: оценка.

### **Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену**

1. Понятие метода. Диалектический метод как всеобщий метод исследования.
2. Уровни методов исследования: эмпирический, экспериментально-теоретический, теоретический, метатеоретический.
3. Системный анализ в исследовании менеджмента, признаки системности.
4. Классификация методов исследования по степени их формализованности.
5. Основные этапы исследования в менеджменте.
6. Формы наблюдения: отчетность, специально организованное наблюдение.
7. Виды наблюдения по охвату единиц совокупности и времени регистрации фактов.
8. Программно-методологические вопросы наблюдения.
9. Бухгалтерская отчетность как информационная база анализа финансового положения и финансовых результатов организации.
10. Данные оперативного учета о состоянии ресурсов, техники, технологии, используемые для аналитических исследований.
11. Метод сравнения в исследовании менеджмента. Основные направления сравнения.
12. Анализ и синтез в исследовании менеджмента.
13. Индукция и дедукция, их последовательность в исследовании.
14. Гипотетический метод исследования.
15. Гипотеза как общенаучный метод исследования, требования к гипотезе.
16. Понятие о группировке данных. Задачи и виды группировок.
17. Коэффициент детерминации, эмпирическое корреляционное отношение и их интерпретация.
18. Табличная форма представления информации в экономическом исследовании: назначение, виды, элементы.
19. Правила оформления таблиц.
20. Графическое представление экономической информации, правила построения графиков.
21. Выборочный метод в исследовании управления.
22. Распространение выборочных данных на генеральную совокупность.
23. Определение объема выборки. Ошибки выборочного наблюдения.
24. Опрос: сущность, содержание, виды.
25. Изучение мнения специалистов: опрос, дискуссия, полемика – цели, основные принципы и способы проведения.
26. Эксперимент: сущность, цель, виды, техника и этапы проведения.
27. Тестирование: сущность, содержание, правила составления, требования к тестам.
28. Сущность и формы выражения обобщающих величин.
29. Понятие вариации. Абсолютные показатели вариации (размах вариации, дисперсия, среднее линейное отклонение, среднее квадратическое отклонение).

30. Относительные показатели вариации.
31. Дисперсия альтернативного признака.
32. Понятие ряда динамики, его элементы. Виды рядов динамики.
33. Расчет среднего уровня динамического ряда.
34. Показатели анализа рядов динамики: абсолютный прирост, темп роста, темп прироста – цепные, базисные, средние.
35. Выявление основной тенденции динамического ряда.
36. Понятие экстраполяции динамического ряда. Способы экстраполяции.
37. Параллельное сопоставление рядов динамики, коэффициенты опережения.
38. Понятие сезонных колебаний в рядах динамики. Методы измерения сезонных колебаний.
39. Виды и формы взаимосвязей между явлениями.
40. Балансовый метод выявления взаимосвязей между явлениями.
41. Виды балансов: материальные, трудовые, финансовые, счета национального счетоводства, межотраслевой баланс.
42. Использование балансового метода для принятия управленческих решений.
43. Методы анализа внешней среды организации, в том числе макроокружения и микросреды.
44. Методика SWOT-анализа.
45. Матрица SWOT, анализ действия факторов, матрица стратегий SWOT-анализа.
46. Понятие корреляционной связи. Задачи ее исследования в экономике. Задачи корреляционно-регрессионного анализа.
47. Понятие уравнения регрессии. Аналитическое выражение корреляционной зависимости. Показатели оценки тесноты корреляционной связи.
48. Прогноз как одна из форм научного предвидения. Виды прогнозов.
49. Классификация методов экономического прогнозирования.
50. Прогнозирование на основе однофакторных регрессионных моделей: динамических и пространственных.
51. Прогнозирование на основе многофакторных регрессионных моделей. Понятие и исключение мультиколлинеарности.
52. Прогнозирование на основе трендовых моделей.
53. Методы экспертного оценивания.

### **Критерии оценки результатов**

Оценка *«отлично»* выставляется, если теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, полностью, все предусмотренные программой обучения задания выполнены, продемонстрирован высокий уровень сформированности компетенций.

Оценка *«хорошо»* выставляется, если теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, большинство предусмотренных программой обучения заданий выполнено, продемонстрирован средний уровень сформированности компетенций.

Оценка *«удовлетворительно»* выставляется, если теоретическое содержание дисциплины освоено частично, большинство предусмотренных программой обучения заданий вы-



**полнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки, продемонстрирован пороговый уровень сформированности компетенций.**

Оценка *«неудовлетворительно»* выставляется, если обнаружено незнание или непонимание магистрантом теоретических основ дисциплины; допускаются существенные ошибки, которые магистрант не может исправить самостоятельно при ответах на вопросы экзамена; на большую часть дополнительных вопросов магистрант затрудняется дать ответ, или не дает верных ответов; компетенции не сформированы.

*Храмцова Т. Г., д-р экон. наук, проф.,  
проф. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»*

# СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ УСЛУГ

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки магистратуры по направлению 38.04.02 *Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322.

Дисциплина является *дисциплиной базовой части* блока Б1.Б «Базовая часть» учебного плана образовательной программы, изучается в 1 семестре. Трудоемкость дисциплины: 3 ЗЕ / 108 часов, в том числе 24 часов – контактная работа с преподавателем, 84 часов – самостоятельная работа (табл. 2).

**Цели освоения дисциплины:** приобретение комплексных знаний о процессе стратегического управления, методике стратегического анализа и планирования стратегии развития в сфере услуг.

### Планируемые результаты обучения

Дисциплина направлена на формирование компетенции ОПК – 2, ПК-1,2,5,8,10 и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

### Перечень планируемых результатов обучения

Планируемый результат освоения образовательной программы	Планируемый результат обучения по дисциплине (дескрипторы)
1	2
<b>ОПК – 2.</b> Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.	<i>Знать:</i> социальные, этнические, принципы и нормы профессиональной деятельности <i>Уметь:</i> руководить коллективом, применять методы работы в коллективе с учетом социальных, этнических, культурных различий <i>Владеть:</i> навыками работы в коллективе с учетом социальных, этнических, конфессиональных, культурных различий и принимать организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и оценивать их последствия и нести за них ответственность
<b>ПК – 1.</b> Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.	<i>Знать:</i> основы методологии стратегического управления в сфере услуг. <i>Уметь:</i> определять первоочередные задачи стратегического управления в сфере услуг, в том числе в условиях взаимодействия между подразделениями организации, её сотрудниками, контрагентами, а также сетевого взаимодействия. <i>Владеть:</i> Способность к постановке профессиональных управленческих задач по совершенствованию стратегического управления организации.

1	2
<p><b>ПК – 2.</b> Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию.</p>	<p><i>Знать:</i> основные понятия, концепции и этапы развития стратегического управления; отличия стратегического и оперативного управления; задачи стратегического управления; современные подходы к развитию стратегического управления;</p> <p><i>Уметь:</i> работать в команде; использовать различные подходы в разработке стратегии организации; провести стратегический анализ внешней среды, отрасли и конкурентной ситуации, ресурсов и возможностей организации; выделить стратегические проблемы в развитии организации;</p> <p><i>Владеть:</i> навыками разработки стратегического видения, миссии, корпоративного кодекса; технологией постановки стратегических целей и задач; моделями и методами выбора альтернативных вариантов стратегии.</p>
<p><b>ПК – 5.</b> Владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p><i>Знать:</i> методы экономического анализа, оценки эффективности реализации проектов в сфере услуг.</p> <p><i>Уметь:</i> систематизировать, анализировать и представлять результаты специализированных исследований поведения экономических агентов, конкурентов, внешней, глобальной среды проекта.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками анализа и управления проектными рисками, ресурсами проекта, информационными технологиями в целях достижения целей проектной деятельности организации.</p>
<p><b>ПК – 8.</b> Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада</p>	<p><i>Знать:</i> методы подготовки аналитической информации, в том числе предоставляемой для внешнего окружения организации, её инвесторов.</p> <p><i>Уметь:</i> систематизировать, анализировать и представлять информацию, полученную в процессе специализированных исследований системы управления организации сферы услуг.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками обобщения информации, полученной из различных источников.</p>
<p><b>ПК – 10.</b> Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой</p>	<p><i>Знать:</i> аналитические инструменты, методы постановки задач в области управления проектами в сфере услуг.</p> <p><i>Уметь:</i> использовать полученные знания в проектировании корпоративной стратегии, программ организационных изменений.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками оценки потребностей проекта в ресурсах с учетом особенностей проекта и факторов внешней и внутренней среды.</p>

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Тема 1. Сущность и становление стратегического управления в сфере услуг.

Стратегия как объект менеджмента. Понятие стратегии, стратегии организации и стратегического управления. Пять «П» стратегии Г. Минцберга. Стратегия как обобщающая модель действий, необходимых для достижения целей фирмы; набор правил принятия решений; план управления фирмой, перспектива и ловкий прием. Этапы развития стратегического управления. Отличие и взаимосвязь стратегического и оперативного управления. Концепция современного стратегического менеджмента.

## **Тема 2. Процесс стратегического управления: состав и характеристика его элементов.**

Пять основных задач стратегического управления. Общий обзор и характеристика элементов процесса, разработка стратегии организации: конкретизация и формализация стратегического видения; определение миссии и концепции бизнеса организации. Установление целей и их общая характеристика. Стратегические и финансовые цели, их связь и отличие. Инструменты разработки стратегических целей: целевое управление, пирамида целей, дерево целей.

Уровни стратегии развития организации. Иерархия управления организацией и соответствующих ей стратегий: корпоративная, деловая (бизнес-стратегия), функциональные и операционные стратегии. Формирование стратегии, направленной на достижение поставленных целей.

## **Тема 3. Виды и технологии проведения стратегического анализа.**

Стратегический анализ, направления и инструментарий его проведения.

Анализ внешнего окружения фирмы. Понятия и основные факторы макросреды организации, учитываемые при принятии стратегических управленческих решений. SWOT – анализ, ПЕСТ – анализ, многофакторный анализ среды.

Глобальная среда, тенденции ее развития и факторы, учитываемые при разработке стратегии.

Анализ ситуации в отрасли и конкуренции в ней (конкурентной среды). Общая оценка состояния развития и привлекательности отрасли для бизнеса. Позиционирование фирмы в отрасли и на рынке.

Участники микросреды организации: потребители, поставщики, посредники, конкуренты, органы власти, общество.

Модель пяти сил конкуренции М. Портера. Карта стратегических групп. Конкурентный профиль. Источники повышения конкурентоспособности организации. Модель национального ромба М.Портера.

Конкурентные преимущества и рыночная позиция организации. Ключевые факторы успеха и движущие силы в отрасли.

Анализ внутренней среды (состояния) организации. Цели и задачи анализа и инструментарий его проведения.

Виды анализа: ресурсный, анализ компетенций; финансовый и кадровый потенциал организации; сильные и слабые стороны развития организации, ее позиции на рынке (SWOT – анализ).

## **Тема 4. Группы влияния.**

Стейкхолдеры, понятие и состав. Их влияние на принятие стратегических решений и создание стратегического потенциала организации.

Стратегическое партнерство, его сущность, виды и модели развития.

Сотрудничество как важнейшая современная форма межфирменных отношений на рынке. Государственно-частное партнерство.

Методические подходы к выбору стратегических решений: критерии и риски. Виды стратегических решений: предпринимательские, адаптивные, планируемые

### **Тема 5. Общие подходы к разработке стратегии организации.**

Подходы к классификации базовых стратегий развития организации.

Дерево разработки корпоративной стратегии. Группы стратегий и их краткая характеристика: стратегии роста, стабильности и сокращения.

Уровни неопределенности будущего и подходы к их оценке. Организационное поведение: понятие, виды и выбор.

Риски, связанные с выбором стратегии. Командный подход к выбору стратегии.- «Золотой треугольник» разработки стратегии Ханса Виссема.

### **Тема 6. Стратегии роста, их виды и методы разработки.**

Три группы стратегий роста: концентрированного, интеграционного, диверсифицированного. Характеристика входящих в них видов стратегий, условия и факторы, определяющие выбор.

Портфельные матрицы, используемые для выбора стратегий: матрица продукт/рынок Ансоффа, матрица Мак-Кинси, матрица БКГ и другие

### **Тема 7. Стратегии конкуренции: классика и современные тенденции развития.**

Формирование конкурентной стратегии. Типы конкурентного преимущества: внутреннее и внешне.

Модель пяти конкурентных стратегий М. Портера. Стратегия лидерства по издержкам. Стратегия дифференциации. Стратегия фокусирования на издержках или дифференциации. Стратегия оптимальных издержек. Их классическая и современная интерпретация. Инструменты выбора конкретных стратегий.

Матрица конкурентных ситуаций; матрица «Цена/качество».

Конкурентоспособность на основе нематериальных активов организации. Стратегии партнерства и сотрудничества. Синергетический эффект. Стратегические союзы(альянсы).

### **Тема 8. Виды и особенности разработки функциональных стратегий организации.**

Понятие и место в пирамиде стратегий организации функциональных и операционных стратегий.

Маркетинговая стратегия, определение, основные компоненты, их виды и характеристики.

Стратегии маркетинга в зависимости от характера спроса на рынке.

Ценовая и сбытовая политики. Коммуникационная политика.

Стратегии управления персоналом, их виды и характеристики.

Производственная стратегия предприятия: ее основные компоненты и виды.

Стратегия научно-технического развития: определение и основные составляющие. Технологическая политика предприятия.

Финансовая стратегия предприятия.

Стратегия внешнеэкономической деятельности предприятия.

Международные и глобальные стратегии.

Современные тенденции в области структурных изменений. логика сетей.

### **Тема 9. Выбор направления развития организации.**

Факторы, влияющие на стратегический выбор: характеристика состояния отрасли; рыночная позиция организации; масштаб бизнеса; фактор времени; приемлемый уровень риска.

Матрица направлений роста организации.

Стратегия в зависимости от масштабов деятельности (малых, средних и крупных фирм).

Стратегия на разных этапах жизненного цикла отрасли.

Стратегия фирм, занимающих различные рыночные позиции.

Портфельные методы и модели выбора стратегии.

### **Тема 10. Приведение внутреннего потенциала организации в соответствие с выбранной стратегией.**

Реализация стратегий. Модель Мак-Кинси «7S» (стратегия, навыки и ресурсы, культура, структура, системы, персонал, стиль).

Приведение организационной структуры в соответствие со стратегией.

Виды организационных форм и их взаимосвязь с количеством и направленностью целей организации.

Современные тенденции в области структурных изменений. Логика сетей. Сетевая форма организаций. Сеть делового сотрудничества.

Характеристики сетевых и виртуальных организаций.

Формирование организационной культуры, соответствующей выбранной стратегии.

Теория организационных культур и их краткая характеристика. Классификация организационных культур и их диагностика. корпоративный кодекс как основной документ отражающий уровень развития культуры организации.

*Таблица 2*

#### **Содержание работ по дисциплине (очная форма обучения, срок обучения – 2 года)**

Содержание работы	Виды и формы работы, ч				Всего, ч
	контактная работа			самостоятельная работа	
	лекции	лабораторные	практические		
<i>1</i>	2	3	4	5	6
Тема 1. Сущность и становление стратегического управления в сфере услуг	2			8	10
Тема 2. Процесс стратегического управления: состав и характеристика его элементов	2			8	10

1	2	3	4	5	6
Тема 3. Виды и технологии проведения стратегического анализа		2		9	11
Тема 4. Группы влияния в стратегическом менеджменте			2	8	10
Тема 5. Общие подходы к разработке стратегии организации	2		2	9	13
Тема 6. Стратегии роста, их виды и методы разработки	2	2		8	12
Тема 7. Стратегии конкуренции: классика и современные тенденции развития			2	9	11
Тема 8. Виды и особенности разработки функциональных стратегий организации			2	8	10
Тема 9. Выбор направления развития организации			2	9	11
Тема 10. Приведение внутреннего потенциала организации в соответствии с выбранной стратегией			2	8	10
Выполнение курсовой работы /проекта					
Контроль: зачет					
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>84</b>	<b>108</b>
В том числе с применением дистанционных образовательных технологий					

### **3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием тем по дисциплине (п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

### **4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

#### **4.1. Основная учебная литература**

*Басовский, Л. Е.* Современный стратегический анализ : учебник для вузов по направлению «Менеджмент» (магистратура) / Л. Е. Басовский. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 256 с.

Стратегическое управление : учебник для магистров / И. К. Ларионов [и др.]. – М. : Дашков и К, 2015. – 235 с.

*Фомичев, А. Н.* Стратегический менеджмент : учебник для вузов / А. Н. Фомичев. – М. : Дашков и К, 2014. – 468 с.

#### **4.2. Дополнительная учебная литература, в том числе из фондов библиотеки НГПУ**

*Ансофф, И.* Стратегический менеджмент / И. Ансофф. – СПб : Питер, 2011. – 344 с.

*Ансофф, И.* Стратегическое управление : пер. с англ. / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.

*Вергилес, Э. В.* Стратегическое управление : учебное пособие / Э. В. Вергилес. – М. : Евразийский открытый институт, 2007. – 74 с.

*Виханский, О. С.* Стратегическое управление : учебник для вузов по специальности и направлению «Менеджмент» : рек. М-вом образования РФ / О. С. Виханский. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Экономистъ, 2005. – 296 с.

*Гапоненко, А. Л.* Стратегическое управление : учебник для вузов по специальности «Менеджмент организации» / А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухин. – М. : ОМЕГА-Л, 2011. – 464 с.

*Гуськов, Ю. В.* Стратегический менеджмент : учебное пособие для вузов по специальности «Менеджмент» / Ю. В. Гуськов. – М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2011. – 192 с.

*Ламбен, Жан-Жак.* Менеджмент, ориентированный на рынок : стратегический и операционный маркетинг : учебник для слушателей по программам «Мастер делового администрирования» / Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг ; пер. с англ. И. И. Малкова. – СПб : Питер, 2010. – 720 с.

Менеджмент сегодня : журнал. – М. : ИД «Гребенников», 2015.

*Моисеева, Н. К.* Стратегическое управление туристической фирмой : учебник для вузов по специальности «Менеджмент» / Н. К. Моисеева. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 208 с.

Стратегический менеджмент инновационной организации : учебное пособие для вузов по специальности «Менеджмент организации» / В. В. Глухов, А. М. Зобов [и др.] ; Санкт-Петербургский гос. политехн. ун-т, Национальный фонд подготовки кадров. – М. : Гос. ун-т управления, 2009. – 387 с.

*Томпсон, А. А.* Стратегический менеджмент : концепции и ситуации : учебник для вузов : [пер. с англ.] / А. А. Томпсон, мл., А. Дж. Стрикленд Ш. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 411 с.

### **4.3. Интернет-ресурсы**

#### **4.3.1. Ресурсы НГПУ**

*Воронин, А. Д.* Стратегический менеджмент : учебное пособие / А. В. Воронин, А. В. Королев. – Минск : Вышэйшая школа, 2014. – 176 с.

*Кузнецов, Б. Т.* Стратегический менеджмент : учебное пособие / Б. Т. Кузнецов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 624 с.

*Томпсон, А. А.* Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебник / Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 576 с.

*Фомичев, А. Н.* Стратегический менеджмент : учебник для вузов / А. Н. Фомичев. – М. : Дашков и К, 2014. – 468 с.

*Харченко, В. Л.* Стратегический менеджмент : учебник/ В. Л. Харченко. – М. : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012. – 384 с.

*Кузнецов, Б. Т.* Стратегический менеджмент : учебное пособие / Б. Т. Кузнецов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 624 с.

*Томпсон, А. А.* Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебник / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 576 с.

*Фомичев, А. Н.* Стратегический менеджмент : учебник для вузов / А. Н. Фомичев. – М. : Дашков и К, 2014. – 468 с.



### 4.3.2. Ресурсы открытого доступа:

Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aup.ru>.

Информационно-справочный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.library.ru>.

Коммерсант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.komrnersant.ru>.

Официальный сайт ГПНТБ СО РАН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spsl.nsc.ru>.

Российское информационное агентство ФедералПресс [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://fedpress.ru/>.

Сайт «Корпоративный менеджмент» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/finanalysis/invest/>.

Эксперт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.expert.ru>.

Электронная библиотека ФГБОУ ВО «НППУ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lib.nspu.ru/>

### 4.3.3. Методическое обеспечение

Персональные сайты преподавателей университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prepod.nspu.ru/course/>.

## 4.4. Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

### Очная форма обучения, срок обучения – 2 года

№ п/п	Тема дисциплины	Задание для самостоятельной работы	Трудоемкость задания, ч	Перечень учебно-методического обеспечения (номера источников из п. п. 4.1 – 4.3)
1	2	3	4	5
1	Тема 1. Сущность и становление стратегического менеджмента	Работа с электронными интернет-ресурсами, основными и дополнительными источниками. Подготовить базовые термины (гlossарий). Выбрать для решения конкретной ситуации российское предприятие, составить на него краткое досье. Аннотация 5 изученных источников (4,6,12,14,18)	8	1, 2, 3, 7, 8, 14, 16, 18, 20, 22, 25–31
2	Тема 2. Процесс стратегического менеджмента: состав и характеристика его элементов	Работа с электронными интернет-ресурсами, основными и дополнительными источниками. Составление гlossария по изучаемой теме.	8	1, 2, 3, 8, 10, 12, 14, 17, 18, 23, 24, 25, 26, 28,30

1	2	3	4	5
		<p>Выполнение задания сквозной конкретной ситуации по исследуемой организации</p> <p>Создание презентации по теме задания.</p> <p>Подготовка к выполнению тестового задания</p>		
3	Тема 3. Виды и технологии проведения стратегического анализа	<p>Работа с электронными интернет-ресурсами, основными и дополнительными источниками.</p> <p>Составление глоссария по изучаемой теме.</p> <p>Выполнение задания сквозной конкретной ситуации по исследуемой организации.</p> <p>Проведение PEST-анализа.</p> <p>Разработка карты стратегических групп.</p> <p>Оценка состояния организации и ее конкурентные позиции</p> <p>Создание презентации по теме задания</p>	9	1, 2, 3, 9, 10, 13, 14, 17, 19, 20, 24, 25, 26, 27, 29.
4	Тема 4. Группы влияния в стратегическом менеджменте	<p>Работа с электронными интернет-ресурсами, основными и дополнительными источниками.</p> <p>Выполнение задания сквозной конкретной ситуации по исследуемой организации.</p> <p>Создание презентации по теме задания</p> <p>Подготовка к итоговому тестированию</p> <p>Формирование портфолио</p>	8	1, 2, 3, 9, 10, 12, 14, 15, 18, 19, 21, 23, 25, 27, 29
5	Тема 5. Общие подходы к разработке стратегии организации	<p>Работа с электронными интернет-ресурсами, основными и дополнительными источниками.</p> <p>Выполнение задания сквозной конкретной ситуации по исследуемой организации.</p> <p>Создание презентации по теме задания</p>	9	1, 2, 3, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 17, 20, 21, 23, 25, 26–31

1	2	3	4	5
6	Тема 6. Стратегии роста, их виды и методы разработки	Работа с электронными интернет-ресурсами, основными и дополнительными источниками. Составление глоссария по изучаемой теме. Выполнение задания сквозной конкретной ситуации по исследуемой организации Создание презентации по теме задания. Подготовка к выполнению тестового задания	8	1, 2, 3, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 17, 20, 21, 23, 25–31
7	Тема 7. Стратегии конкуренции: классика и современные тенденции развития	Работа с электронными интернет-ресурсами, основными и дополнительными источниками. Составление глоссария по изучаемой теме. Выполнение задания сквозной конкретной ситуации по исследуемой организации Создание презентации по теме задания Формирование портфолио	9	1, 2, 3, 9, 11, 12, 14, 15, 17, 20, 21, 23, 25, 26–31
8	Тема 8. Виды и особенности разработки функциональных стратегий организации	Работа с электронными интернет-ресурсами, основными и дополнительными источниками. Составление глоссария по изучаемой теме. Выполнение задания сквозной конкретной ситуации по исследуемой организации Создание презентации по теме задания	8	1, 2, 3, 9, 10, 12, 13, 15, 16, 18, 19, 21, 22, 25, 26
	Тема 9. Выбор направления развития организации	Работа с электронными интернет-ресурсами, основными и дополнительными источниками. Составление глоссария по изучаемой теме. Выполнение задания сквозной конкретной ситуации по исследуемой организации Создание презентации по теме задания Формирование портфолио	9	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 12, 14, 15, 17, 18, 24, 26

1	2	3	4	5
	Тема 10. Приведение внутреннего потенциала организации в соответствии с выбранной стратегией	Работа с электронными интернет-ресурсами, основными и дополнительными источниками. Составление глоссария по изучаемой теме. Выполнение задания сквозной конкретной ситуации по исследуемой организации Создание презентации по теме задания. Подготовка к выполнению тестового задания	8	1, 2, 3, 9, 10, 12, 14, 15, 18, 19, 21, 23, 25, 26–31
<b>Итого</b>			<b>84</b>	

#### 4.5. Выполнение курсовой работы (проекта)

Курсовая работа по данной дисциплине не предусмотрена.

### 5. РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 5.1 Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (табл. 4, 5).

Таблица 4

#### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Графические редакторы	Paint
Операционные системы	MicrosoftWindows
Офисные программы	MicrosoftOffice
Правовые информационные системы	Консультант Плюс
	Гарант

Таблица 5

#### Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
Система видеоконференцсвязи	Lifesize
Платформа для проведения вебинаров	Adobeconnect
Системы тестирования	Moodle-тестирование
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте Видеолетопись НГПУ <a href="http://tv-news.nspu.ru">http://tv-news.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте НГПУ-онлайн <a href="http://live.nspu.ru">http://live.nspu.ru</a>

## 5.2. Материально-техническая база

Таблица 6

### Материально-техническая база

Помещения для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
1	2	3
<b>Аудитории для проведения лекционных занятий</b>		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30-100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
<b>Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости</b>		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
1	2	3
<b>Помещения для самостоятельной работы</b>		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31.	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллюйская, 28
<b>Помещения для групповых и индивидуальных консультаций</b>		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Итоговый контроль по дисциплине (промежуточная аттестация) осуществляется в форме *зачета*.

Фонд оценочных средств согласуется с дескрипторами, представленными в табл. 1.

Оценки *«зачтено»* заслуживает студент, обнаруживший знания учебного материала от достаточных до всесторонних и глубоких, выполнивший предложенную ситуацию. Ответ не содержит существенных ошибок, несущественные ошибки студент способен исправить самостоятельно благодаря наводящему вопросу.

Оценки *«не зачтено»* заслуживает студент, не усвоивший значительную часть программного материала, не ответивший на основные и дополнительные вопросы, либо отказавшийся отвечать на вопросы зачета, не выполнивший предложенную ситуацию.

### 6.1. Портфолио

Этапы контроля: темы 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 (самостоятельная работа).

Время на выполнение: в течение семестра.

Метод оценивания: оценка.

Структура: содержание, методики в рамках параметров оценки в процессе этапов стратегического менеджмента, список литературы.

*Критерии оценки результатов выполнения:* оценка *«отлично»* ставится при соблюдении структуры работы, правильной культуре оформления и представления портфолио, оригинальности и эстетичности при оформлении портфолио, объеме не менее 10 методик в рамках параметров оценки в процессе стратегического менеджмента. Оценка *«хорошо»* ставится при соблюдении структуры работы, правильной культуре оформления и представления портфолио, объеме не менее 8 методик в рамках параметров оценки в процессе стратегического менеджмента. Оценка *«удовлетворительно»* ставится при неточностях структуры работы, отсутствия содержания портфолио, существенных недочетах в оформлении работы, объеме не менее 10 методик в рамках параметров оценки в процессе кадрового аудита.. Оценка *«неудовлетворительно»* ставится при существенных неточностях структуры работы, отсутствия содержания портфолио, существенных недочетах в оформлении работы, объеме менее 6 методик в рамках параметров оценки в процессе стратегического менеджмента.

### 6.2. Кейс-задание

Форма проведения контроля: индивидуальное самостоятельное задание.

Содержание задания: разработка стратегии развития организации на примере выбранной российской организации

Метод оценивания: зачтено – незачтено.

*Критерии оценки результатов выполнения:* оценка *«зачтено»* ставится при соответствии содержания этапу процесса стратегического менеджмента и его оформления.

### 6.3. Тестовое задание

Форма проведения контроля: письменный ответ на вопросы теста.

Метод оценивания: оценка.

Критерии оценки результатов выполнения: оценка «отлично» выставляется магистру, если он ответил на все вопросы теста правильно. Оценка «хорошо» – если допущена 1–2 ошибки. Оценка «удовлетворительно» – если магистр выполнил 4–5 тестовых заданий без ошибки. Оценка «неудовлетворительно» – 3 и менее правильных ответов.

#### Перечень примерных вопросов

1. ... организации представляет собой совокупность ее главных целей и основных способов их достижения.
2. Концепция «5П» стратегий Г. Минцберга включает следующие понятия:
  - a) план;
  - b) перспектива;
  - c) миссия;
  - d) позиция;
  - e) принцип соответствия;
  - f) конкурентное преимущество.
3. Концепция, трактующая расширенное понятие «5П» стратегий разработана:
  - a) М. Портером;
  - b) И. Ансоффом;
  - c) Г. Минцбергом;
  - d) Ф. Герцбергом.
4. Перспективный взгляд на развитие организации – это стратегическое ...
  - a) планирование;
  - b) видение;
  - c) целеполагание;
  - d) руководство.
5. Последовательность решения задач стратегического управления:
  1. постановка стратегических целей и задач;
  2. формирование стратегического видения и миссии;
  3. разработка стратегии;
  4. оценка результатов и корректировка;
  5. реализация стратегии.
6. Стратегические цели в отличие от финансовых ориентированы на:
  - a) улучшение конкурентных позиций фирмы на рынке;
  - b) увеличение доходов организации;
  - c) развитие отношений с сотрудниками;
  - d) выявление конкурентных преимуществ товара на рынке.

7. Пирамида стратегий узкоспециализированной компании не включает ... стратегию.
- деловую;
  - корпоративную;
  - операционную;
  - функциональную.
8. Соответствие между целевыми понятиями и их содержанием:
- |                          |  |
|--------------------------|--|
| 1. Финансовые цели       | A) цели для достижения конкурентных преимуществ        |
| 2. Стратегические цели   | B) совокупность главных целей и способов их достижения |
| 3. Стратегия организации | C) цели, достигаемые организацией в финансовой сфере   |
|                          | D) цели выхода на глобальный рынок                     |
9. ... .. – общий план управления диверсифицированной компанией.
10. Группы факторов, входящих в PEST-анализ:
- национальные;
  - социальные;
  - политические;
  - культурные;
  - технологические;
  - исторические.
11. Последовательность представления обобщенного анализа отраслевой и конкурентной ситуации:
- основные экономические характеристики отрасли;
  - конкурентная позиция основных игроков;
  - анализ конкуренции в отрасли;
  - перспективы отрасли и ее привлекательность.
12. Основными конкурентными силами модели М. Портера являются:
- поставщики;
  - конкурентные преимущества;
  - покупатели;
  - доля рынка;
  - действующие в отрасли фирмы;
  - движущие силы.
13. SWOT – анализ может быть использован при анализе следующей среды организации:
- внутренней;
  - конкурентной;
  - экономической;
  - макросферы.



14. Оценка конкурентной силы организации проводится с помощью:
- a) модели сил конкуренции М. Портера;
  - b) карты стратегических групп;
  - c) стратегий конкуренции;
  - d) ключевых фактора успеха.
15. Концепция цепочки создания стоимостей разработана:
- a) Г. Минцбергом;
  - b) И. Ансоффом;
  - c) М. Портером;
  - d) Ф. Котлером.
16. Вспомогательные виды деятельности, входящие в цепочку ценностей:
- a) операции;
  - b) общее управление;
  - c) управление человеческими ресурсами;
  - d) маркетинг и продажи.
17. ... .. представляют собой любую группу или индивида, которые могут влиять на деятельность организации.
18. Стейкхолдеров принято делить на две группы:
- a) стратегические;
  - b) внешние;
  - c) значимые;
  - d) внутренние.
19. ... .. – это документ, который формулирует принятые в компании правила поведения и управления, основой которых является построение желаемой корпоративной культуры.
20. Разработкой корпоративного кодекса занимается:
- a) коммерческий директор;
  - b) топ-менеджмент с помощью специалистов;
  - c) руководитель планового отдела;
  - d) руководители функциональных служб.

#### **6.4. Творческое задание**

Время на выполнение: 45 минут

Форма проведения контроля: групповая работа, защита разработанного проекта.

Содержание заданий:

- 1) Обсудить практические аспекты принятия российскими организациями концепции «5П» стратегий Минцбеерга.
- 2) Определить этапы развития стратегического менеджмента на большинстве российских организаций.

Метод оценивания: зачтено-незачтено.

*Критерии оценки результатов выполнения:* оценка «зачтено» ставится при правильном изложении вопросов задания и правильной культуре представления. Допускаются небольшие неточности по содержанию заданий.

### 6.5. Зачет

Форма проведения контроля: устный ответ на вопросы.

Метод оценивания: экспертный.

*Перечень примерных вопросов для подготовки к экзамену:*

1. Теория СМ и этапы его эволюционного развития.
2. Место СМ в системе управления организацией.
3. Характеристики и возможные модели стратегического процесса.
4. Отличие и взаимосвязи стратегического и оперативного управления.
5. Понятия и методические особенности разработки стратегического видения и миссии.
6. Общая характеристика процесса разработки стратегических целей. Их виды и инструменты.
7. Разработка стратегии методом выстраивания стратегической пирамиды.
8. Определение корпоративной стратегии диверсифицированной компании.
9. Определение стратегии для узкопрофильной компании (деловая стратегия).
10. Функциональная и операционная стратегия.
11. Понятие и определение (общее и детальное) бизнеса. Концепция бизнеса и ее связь с миссией.
12. Стратегический анализ, его направления и основные методы проведения.
13. Анализ внешней среды. Понятие и инструментарий проведения.
14. Ситуационный анализ отрасли и конкурентной среды. Алгоритм и методы проведения.
15. Карты стратегических групп, алгоритм составления стратегических карты и выделения стратегических групп.
16. Понятие и типы отраслевых ключевых факторов успеха.
17. Модели отраслевого анализа: М. Портера, ресурсная модель, модель на основе компетенций.
18. Алгоритм оценки состояния компании. Его краткая характеристика.
19. Оценка уровня развития стратегического управления и эффективности действующей стратегии.
20. Методика SWOT – анализа компании.
21. Оценка конкурентоспособности издержек и цен компании методом составления цепочек ценностей.
22. Диагностика стратегических проблем фирмы.
23. Модель и краткая характеристика пяти основных конкурентных стратегий М. Портера.
24. Стратегия лидерства по издержкам. Основные показатели и преимущества по издержкам.
25. Стратегии дифференциации. Разновидности схем дифференциации.
26. Наступательные стратегии. Периоды и типы.

27. Оборонительные стратегии. Цели и подходы.
28. Стратегия вертикальной интеграции. Преимущества и недостатки.
29. Стратегия маркетинга как важнейшая составляющая связи фирмы с внешней средой.
30. Возможные виды конкурентной стратегии в зависимости от ситуации в отрасли.
31. Формы международной конкуренции и возможные виды стратегий.
32. Стратегические альянсы. Понятие, преимущества и недостатки.
33. Характеристики общей модели стратегической диверсификации и входящих в нее стратегий.
34. Основные задачи, принципы и руководство процессом выполнения стратегии.
35. Создание жизнеспособной организационной структуры. Стратегические преимущества и недостатки основных типов структур.
36. Краткая характеристика шести наиболее широко применяемых механизмов, дополняющих формальную оргструктуру.
37. Корпоративная культура, определение и достижения в развитии культуры.
38. Создание корпоративной культуры, поддерживающей выбранную стратегию.
39. Понятие конкуренции за будущее и ее отличительные особенности.
40. Стержневые (ключевые) компетенции фирмы. Определение, состав и связь со стратегией.
41. Сложность и комплексность процесса принятия стратегического решения.
42. Характеристика способов принятия стратегического решения.
43. Управление организационными изменениями. Организационное развитие. реинжинеринг деятельности.
44. Организационное обучение и менеджмент знаний.
45. Процесс приведения организационной культуры в соответствие со стратегией организации.
46. Тенденции и характер перемен в окружающей среде.
47. Управленческая реакция на изменения окружающей среды.
48. Управление стратегическими задачами.
49. Управление по слабым сигналам.
50. Сопротивление изменениям.

*Федосова Т. С., канд. экон. наук, доц.,  
доц. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»*

# МАРКЕТИНГ УСЛУГ

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки магистратуры по направлению 38.04.02 *Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322.

Дисциплина является *дисциплиной базовой части* блока 1 «Дисциплины» учебного плана образовательной программы, изучается в 1 семестре. Трудоемкость дисциплины: 3 ЗЕ / 108 часов, в том числе 24 часа – контактная работа с преподавателем, 84 часов – самостоятельная работа (табл. 2).

**Цели освоения дисциплины:** освоение магистрантами теоретических основ и приобретение навыков разработки маркетинговой политики и управления маркетинговой деятельностью предприятия в сфере услуг.

### Планируемые результаты обучения

Дисциплина направлена на формирование компетенции и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

### Перечень планируемых результатов обучения

Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине (дескрипторы)
1	2
<b>ОК-1.</b> Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	<i>Знать:</i> методы анализа, применяемые в сфере маркетинга услуг <i>Уметь:</i> анализировать и объединять разнообразную информацию, необходимую для принятия решений в сфере управления маркетингом в области сервиса <i>Владеть:</i> навыками абстрактного мышления для реализации маркетинговой политики в сфере услуг.
<b>ОПК-3.</b> Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	<i>Знать:</i> принципы организации исследований в сфере маркетинга услуг <i>Уметь:</i> обосновывать актуальность темы исследования и её практическую значимость <i>Владеть:</i> навыками оценки практической значимости результатов исследования
<b>ПК-4.</b> Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	<i>Знать:</i> возможности и инструментарий методов исследования рынка услуг <i>Уметь:</i> применять количественные и качественные методы исследования рынка услуг и готовить аналитические материалы по результатам исследования. <i>Владеть:</i> технологиями проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами для принятия решений в сфере маркетинга услуг

1	2
<p><b>ПК-10.</b> Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой</p>	<p><i>Знать:</i> принципы и технологии организации исследования</p> <p><i>Уметь:</i> планировать и реализовывать самостоятельные исследования</p> <p><i>Владеть:</i> методами и этапы разработки программы исследования</p>

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Тема 1. Услуга как рыночный продукт.**

Понятие услуги. Классификация услуг. Характеристики услуг. Отличие услуг от материальных продуктов.

Состояние и тенденции развития рынка услуг.

Особенности товарной политики в сфере услуг.

### **Тема 2. Сегментация на рынке услуг.**

Понятие и значение сегментации на рынке услуг. Методы сегментирования рынка. Принципы сегментации потребителей на рынке услуг. Критерии оценки полученных сегментов и выбор целевого сегмента.

### **Тема 3. Каналы распределения услуг.**

Понятие и функции каналов распределения. Особенности распределения услуг. Виды и функции посредников в распределении услуг.

Структура каналов распределения.

Управление каналами распределения услуг.

Современные тренды в распределении услуг.

### **Тема 4. Продвижение услуг.**

Особенности продвижения услуг. Инструменты продвижения услуг. Реклама. Личные продажи. Связи с общественностью и формирование имиджа предприятия сферы услуг. Стимулирование сбыта.

Оценка эффективности мероприятий по продвижению с сфере услуг.

### **Тема 5. Ценообразование в сфере услуг.**

Методы формирования цены на услуги. Факторы, влияющие на уровень цен в сфере услуг. Стратегии ценообразования на рынке услуг. Использование ценовой дискриминации. Ценовая политика.

### **Тема 6. Формирование стратегий на рынке услуг.**

Понятие маркетинговой стратегии. Методы стратегического анализа и их применение на рынке услуг. Стратегии конкурентного дифференцирования. Внутренний маркетинг. Стратегии управления качеством услуг.

## Содержание работ по дисциплине

Содержание работы	Виды и формы работы, час				Всего, час
	контактная работа			самостоятельная работа	
	лекции	лабораторные	практические		
Тема 1. Услуга как рыночный продукт	2		4	14	20
Тема 2. Сегментация на рынке услуг	1		2	14	17
Тема 3. Каналы распределения услуг	1		2	14	17
Тема 4. Продвижение услуг	1		2	14	17
Тема 5. Ценообразование в сфере услуг	1		2	14	17
Тема 6. Формирование стратегий на рынке услуг	2		4	14	20
Контроль: <i>зачет</i>					
Итого по дисциплине	8		16	84	108
В том числе с применением дистанционных образовательных технологий					

### 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием разделов и тем по дисциплине (см. п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

### 4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 4.1. Основная учебная литература

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие для вузов по специальности «Маркетинг» / [Н. А. Нагапетьянц и др.] ; под общ. ред. Н. А. Нагапетьянца. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М : Вузовский учебник, 2014. – 282 с.

#### 4.2. Дополнительная учебная литература, в том числе из фондов библиотеки НГПУ

*Акулич, И. Л.* Маркетинг взаимоотношений : учебно-методическое пособие / И. Л. Акулич. – Минск : Вышэйшая школа, 2010. – 252 с.

*Басовский, Л. Е.* Маркетинг : учебное пособие для вузов по направлению «Менеджмент» / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 219 с.

- Березка, Н. Н.* Особенности маркетинга образовательных услуг : монография / Н. Н. Березка, Т. В. Красильникова ; Новосиб. гос. пед. ун-т. – М. : НГПУ, 2016. – 141 с.
- Борисова, С. Г.* Основы маркетинга : учебное пособие / С. Г. Борисова, Г. И. Терехило ; Новосиб. гос. пед. ун-т. – Новосибирск : НГПУ, 2006. – 207 с.
- Бурцева, Т. А.* Управление маркетингом : учебное пособие для вузов / Т. А. Бурцева, В. С. Сизов, О. А. Цень. – М. : Экономистъ, 2005. – 223 с.
- Годин, А. М.* Маркетинг : учебник / А. М. Годин. – М. : Дашков и К, 2012. – 656 с.
- Григорьев, М. Н.* Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – М. : Юрайт, 2010. – 366 с.
- Гришина, В. Т.* Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В. Т. Гришина. – М. : Дашков и К, 2012. – 448 с.
- Данченко, Л. А.* Управление маркетингом : учебное пособие / Л. А. Данченко, С. В. Ласковец. – М. : Евразийский открытый институт, 2008. – 104 с.
- Дрейвс, Вильям А.* Руководство по маркетингу (образовательных услуг) / Вильям А. Дрейвс ; Сеть учебных ресурсов (LERN). – Wisconsin : LERN Books, 2014. – 277 с.
- Дьякова, Т. М.* Маркетинг : учебное пособие / Т. М. Дьякова. – Саратов : Вузовское образование, 2014. – 162 с.
- Жариков, Г. А.* Маркетинг и его особенности в России : монография / Г. А. Жариков, С. К. Становкин. – М. : Прометей, 2014. – 140 с.
- Китова, О. В.* Управление эффективностью маркетинга : методология и проектное моделирование : учебное пособие для вузов / О. В. Китова ; Рос. экон. акад. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 328 с.
- Котлер, Ф.* Маркетинг менеджмент : учебник / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; [пер. с англ. В. Кузина]. – 14-е изд. – СПб : Питер, 2014. – 800 с.
- Крылова, Г. Д.* Маркетинг : учебник для вузов / Г. Д. Крылов, М. И. Соколова ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (Университет) МИД РФ. – М. : Магистр, 2011. – 493 с.
- Лавлок, Кристофер.* Маркетинг услуг : персонал, технологии, стратегии / К. Лавлок ; [пер. с англ. Т. В. Безвенок, О. И. Медведь, Н. Е. Метоль и др.]. – 4-е изд. – М. : Вильямс, 2005. – 1008 с.
- Маркетинг и маркетинговые исследования: журнал по маркетингу. – М. : ИД «Гребенников», 2015.
- Маслова, Т. Д.* Маркетинг : учебник для вузов / Т. Д. Маслова, С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. – 3-е изд., доп. и перераб. – СПб. : Питер, 2008. – 384 с.
- Нуралиев, С. У.* Маркетинг : учебник / С. У. Нуралиев. – М. : Дашков и К, 2013. – 362 с.
- Основы маркетинга [пер. с англ.] / Ф. Котлер [и др.]. – 5-е европ. изд. – М. : Вильямс, 2014. – 751 с.
- Синяева, И. М.* Маркетинг в коммерции : учебник для экон. вузов / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашкова. – 3-е изд. – М. : Дашков и К, 2012. – 548 с.
- Цахаев, Р. К.* Маркетинг : учебник / Р. К. Цахаев. – М. : Дашков и К, 2013. – 552 с.
- Эриашвили, Н. Д.* Управление маркетингом : учебное пособие / Н. Д. Эриашвили. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 463 с.

### 4.3. Интернет-ресунки

#### 4.3.1. Ресурсы НГПУ

Данченко, Л. А. Основы маркетинга : учебно-методический комплекс / Л. А. Данченко. – М. : Евразийский открытый институт, 2008. – 257 с.

Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг : учебное пособие / Т. А. Тультаев. – М. : Евразийский открытый институт, 2008. – 1176 с.

Тультаев, Т. А. Маркетинг товаров и услуг : учебное пособие / Т. А. Тультаев. – М. : Евразийский открытый институт, 2011. – 318 с.

#### 4.3.2. Ресурсы открытого доступа:

Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://window.edu.ru/>.

Электронная библиотека РГБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elibrary.rsl.ru/>.

#### 4.3.3. Методическое обеспечение

Персональные сайты преподавателей университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prepod.nspu.ru/>.

### 4.4. Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

№	Тема дисциплины	Задание для самостоятельной работы	Трудоемкость задания, часы	Перечень учебно-методического обеспечения (номера источников из п.п. 4.1 – 4.3)
1	2	3	4	5
1	Услуга как рыночный продукт	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	14	1, 2, 5, 7, 15, 16, 17, 18, 19, 27
2	Сегментация на рынке услуг	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	14	1, 2, 5, 7, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 27
3	Каналы распределения услуг	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	14	1, 2, 3, 5, 7, 9, 14, 15, 16, 17, 18, 19
4	Продвижение услуг	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	14	1, 2, 5, 7, 9, 15, 16, 17, 18, 19
5	Ценообразование в сфере услуг	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	14	1, 2, 5, 7, 9, 15, 16, 17, 18, 21, 27



Окончание табл. 3

1	2	3	4	5
6	Формирование стратегий на рынке услуг	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	14	1, 2, 3, 5, 7, 9, 15, 16, 17, 18, 21, 26, 27
<b>Итого</b>			<b>84</b>	

#### 4.5. Выполнение курсовой работы (проекта)

Курсовая работа по данной дисциплине не предусмотрена.

### 5. РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 5.1. Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (табл. 4, 5).

Таблица 4

##### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Операционные системы	MicrosoftWindows Lubuntu Linux
Офисные программы	MicrosoftOffice LibreOffice
Статистика и анализ	SPSS for Windows

Таблица 5

##### Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
Системы тестирования	Система компьютерного адаптивного тестирования АСТ-тест
	Moodle-тестирование
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте Видеолетопись НГПУ <a href="http://tv-news.nspu.ru">http://tv-news.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте НГПУ-онлайн <a href="http://live.nspu.ru">http://live.nspu.ru</a>
	Система электронных портфолио студентов НГПУ

## 5.2. Материально-техническая база

Таблица 6

### Материально-техническая база

Помещения для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
Аудитории для проведения лекционных занятий		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28
Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30.	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31	библиотека, учебный корпус 1, ул. Вилюйская, 28
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Итоговый контроль по дисциплине (промежуточная аттестация) осуществляется в форме *зачёта*.

Фонд оценочных средств согласуется с дескрипторами, представленными в табл. 1.

## 6.1. Тестирование

Этапы контроля: три раза за семестр во время контрольных недель.

Время на выполнение: 20 минут.

Форма проведения контроля: тестирование.

Метод оценивания: балльная оценка.

Типовые вопросы тестов:

1. Услуга – это:
  - а) результат трудовой деятельности, являющийся полезным эффектом, удовлетворяющим какие-либо потребности человека;
  - б) любая деятельность, направленная на получение прибыли.
2. Исторической предпосылкой возникновения рынка услуг принято считать:
  - а) кризис сбыта;
  - б) развитие товарно-денежных отношений;
  - в) рост производительности труда;
  - г) усиление значимости услуги.
3. Какая из характеристик не присуща услугам:
  - а) неосвязаемость;
  - б) неотделимость от источника;
  - в) отсутствие владения;
  - г) постоянство качества;
  - д) несохраняемость.
4. Какой из методов преследует цель сделать постоянным уровень качества оказываемых услуг:
  - а) массированная рекламная кампания;
  - б) создание членских клубов и ассоциаций;
  - в) введение детальных процедур по обслуживанию клиентов;
  - г) увеличение цен;
  - д) сегментация рынка.
5. Организация сферы услуг приняла на вооружение стратегию повышения производительности. Какой из способов не позволит ей реализовать вышеназванную стратегию:
  - а) снижение цен;
  - б) обучение сотрудников;
  - в) индустриализация услуги;
  - г) стимулирование потребителей к самообслуживанию;
  - д) найм новых сотрудников.
6. Этот вид услуг характеризуется низкой степенью участия клиентов и высокой степенью контакта с ним:
  - а) услуги телерадиовещательных компаний;
  - б) самообслуживание;
  - в) услуги химчисток.

7. Какой элемент не относится к «сигналам» качества услуги для потребителя:

- а) место оказания;
- б) опыт работы на рынке;
- в) цена;
- г) цели компании;
- д) внешний вид персонала.

8. Ночной клуб «Авиатор» привлекает посетителей необычным оформлением помещений. Пришедшие в клуб люди попадают в обстановку, стилизованную под самолёт. Какую из стратегий выбрал данный клуб?

- а) стратегию улучшения качества;
- б) стратегию диверсификации;
- в) стратегию конкурентного дифференцирования через среду;
- г) стратегию конкурентного дифференцирования через процесс;
- д) стратегию повышения производительности.

*Критерии оценки результатов выполнения:*

Оценка «отлично» ставится при 100% правильных ответов на вопросы теста.

Оценка «хорошо» ставится при 80–90% правильных ответов.

Оценка «удовлетворительно» ставится при 60–70% правильных ответов.

Оценка «неудовлетворительно» ставится при менее 60% правильных ответов на вопросы теста.

## **6.2. Зачёт**

Форма проведения контроля: устный ответ на вопросы к зачету.

Метод оценивания: экспертный.

### **Вопросы для подготовки к зачёту**

1. Роль сферы услуг в экономике.
2. Сущность и специфика услуг.
3. Комплекс маркетинга для сферы услуг
4. Классификация услуг
5. Услуга как процесс.
6. Специфика маркетинговых исследований на рынке услуг.
7. Методы исследования качества услуги.
8. Сегментация и выбор целевых потребителей в сфере услуг.
9. Этапы разработки стратегии позиционирования услуг.
10. Разработка карт-схем позиционирования.
11. Разработка новых видов услуг.
12. Каналы распределения услуг.
13. Цена в комплексе маркетинга предприятия сферы услуг.
14. Факторы, оказывающие воздействие на степень чувствительности к цене.
15. Основные подходы к установлению цен.
16. Стоимость услуг с точки зрения потребителей.

17. Ценообразование в сервисной сфере.
18. Цели ценовой политики в сфере услуг.
19. Основы ценовой стратегии в сфере услуг.
20. Различия коммуникационных стратегий для услуг и товаров.
21. Определение целей коммуникации в сфере услуг.
22. Комплекс маркетинговых коммуникаций в сфере услуг.
23. Реклама услуг.
24. Связи с общественностью и их значение в сфере услуг.
25. Личная продажа в комплексе маркетинговых коммуникаций.
26. Стратегии маркетинга в сфере услуг.
27. Методы стратегического анализа и их применение на рынке услуг.
28. Стратегии конкурентного дифференцирования в сфере услуг.
29. Стратегии управления качеством услуги.
30. Внутренний маркетинг.

*Глебова Д. В., канд. экон. наук,  
доцент кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»*

# ОСНОВЫ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СРЕДЕ

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки магистратуры по направлению *38.04.02 Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322.

Дисциплина является *обязательной дисциплиной вариативной части* блока 1 «Дисциплины» учебного плана образовательной программы, изучается в 1 семестре. Трудоемкость дисциплины: 4 ЗЕ / 144 часа, в том числе 24 часа – контактная работа с преподавателем, 120 часов – самостоятельная работа (табл. 2).

**Цели освоения дисциплины:** приобретение магистрантами знаний о теоретических основах проведения научного исследования в профессиональной среде, методологии экономического исследования, формирование навыков проведения научного исследования: сбора информации, ее обобщения, обработки, представления результатов научно-исследовательской работы.

### Планируемые результаты обучения

Дисциплина направлена на формирование компетенций ОК-2, ОК-3, ОПК-3, ПК-8, ПК-9, ПК-10 и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

### Перечень планируемых результатов обучения

Планируемый результат освоения образовательной программы	Планируемый результат обучения (дескрипторы)
1	2
<b>ОК-2.</b> Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	<i>Знать:</i> критерии методологической выдержанности научного исследования; способы обоснования актуальности темы научного исследования в профессиональной среде. <i>Уметь:</i> подтвердить достоверность результатов научного исследования. <i>Владеть:</i> навыками обоснования достоверности результатов научного исследования.
<b>ОК-3.</b> Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<i>Знать:</i> отрасли науки и научные специальности, состав научных кадров. <i>Уметь:</i> идентифицировать формы подготовки научных кадров. <i>Владеть:</i> навыками получения информации из научных изданий.
<b>ОПК-3.</b> Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	<i>Знать:</i> теоретические основы организации и проведения исследования в профессиональной сфере. <i>Уметь:</i> обосновать актуальность темы научного исследования; составить программу научного исследования. <i>Владеть:</i> методами сбора и анализа информации для проведения научного исследования и обоснования его практической значимости.

1	2
<b>ПК-8.</b> Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	<p><i>Знать:</i> требования, предъявляемые к различным видам представления результатов научного исследования.</p> <p><i>Уметь:</i> представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, статьи.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками научного изложения результатов проведенного исследования.</p>
<b>ПК-9.</b> Способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	<p><i>Знать:</i> способы апробации результатов исследования.</p> <p><i>Уметь:</i> пользоваться источниками научной информации для обоснования актуальности темы научного исследования.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками постановки научной проблемы.</p>
<b>ПК-10.</b> Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	<p><i>Знать:</i> содержание основных этапов научного исследования.</p> <p><i>Уметь:</i> разработать программу научного исследования.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками сбора и обобщения информации, интерпретации полученных результатов.</p>

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Тема 1. Наука и научный потенциал общества.

Понятие науки. Отличительные признаки науки. Функции науки и ее роль в развитии общества. Цель и задачи. Фундаментальные и прикладные исследования. Отрасли науки и научные специальности.

Понятие научного потенциала. Секторы научного потенциала: академический, отраслевой, вузовский. Научные учреждения. Научные кадры как важнейшая составляющая научного потенциала. Формы подготовки научных кадров.

### Тема 2. Методологические и методические основы научных исследований.

Понятие методологии научного исследования. Общенаучная и философская методология. Сущность методологии экономического исследования. Методологические принципы научного исследования. Критерии методологической выдержанности научного экономического исследования.

Понятие метода исследования. Всеобщий (диалектический) метод; общенаучные методы; специальные методы. Системный анализ, свойства систем. Теоретические и эмпирические методы исследования. Классификации методов экономического исследования.

Понятие методики исследования; методика и метод исследования.

### Тема 3. Научное исследование как познавательная деятельность и его этапы.

Понятие научного исследования. Принципы научного познания. Средства научного исследования: материальные, информационные, математические, логические, языковые.

Особенности научной работы и этика научного труда. Формы представления научной работы и их особенности: учебные научные работы; диссертации (магистерские, кандидат-

ские, докторские); статьи (в сборнике научных трудов, журнальные); тезисы докладов в материалах научных конференций.

Организация научно-исследовательской работы. Этапы научно-исследовательской работы. Этап проектирования научного исследования: научный замысел, научная проблема, формулирование темы, объект и предмет исследования, цель и задачи исследования; разработка гипотезы; программа исследования (система показателей, методы исследования). Этап проведения исследования: теоретическая часть, эмпирическая часть. Этап оформления результатов исследования: апробация результатов, оформление результатов исследования.

#### **Тема 4. Поиск, накопление и обработка научной информации.**

Понятие научной информации. Требования, предъявляемые к научной информации. Источники научной информации. Научные произведения и их особенности. Научные издания. Учебные издания. Справочно-информационные издания. Классификация научной литературы: универсальная десятичная классификация, библиотечно-библиографическая классификация. Работа с источниками информации.

#### **Тема 5. Требования к написанию и оформлению научных работ.**

Композиция и рубрикация научной работы. Язык и стиль изложения. Оформление структурных частей и элементов научных работ.

Таблица 2

**Содержание работ по дисциплине**

Содержание работы	Виды и формы работы, ч				Всего, ч
	контактная работа			самостоятельная работа	
	лекции	лабораторные	практические		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Тема 1. Наука и научный потенциал общества	2		2	10	14
Тема 2. Методологические и методические основы научных исследований	2		4	22	28
Тема 3. Научное исследование как познавательная деятельность и его этапы	2		6	20	28
Тема 4. Поиск, накопление и обработка научной информации	1		2	16	19
Тема 5. Требования к написанию и оформлению научных работ	1		2	16	19
Контроль: экзамен				36	36
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>8</b>		<b>16</b>	<b>120</b>	<b>144</b>



### 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием тем по дисциплине (п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

### 4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 4.1. Основная учебная литература

*Дмитриев, М. Н.* Методология и методика исследований в экономике : учебное пособие / М. Н. Дмитриев. – Нижний Новгород, 2014. – 93 с.

*Шутов, А. И.* Основы научных исследований : учебное пособие / А. И. Шутов. – Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2013. – 101 с.

#### 4.2. Дополнительная учебная литература, в том числе из фондов библиотеки НГПУ

*Анкудинова, Т. В.* Организация научной работы : учебно-методическое пособие / Т. В. Анкудинова. – Горно-Алтайск : ГАГУ, 2013. – 38 с.

Вестник развития науки и образования : научно-образовательный журнал. – М. : Наука, 2009.

Вопросы экономики : ежемесячный теоретический и научно-практический журнал / Ин-т экономики РАН, ред. журнала «Вопросы экономики». – М. : 2006–2014.

*Герасимов, И. Г.* Структура научного исследования : философский анализ познавательной деятельности в науке / И. Г. Герасимов ; Ин-т философии АН СССР. – М. : Мысль, 1985. – 215 с.

*Кара-Мурза, С. Г.* Проблемы организации научных исследований / С. Г. Кара-Мурза / отв. ред. В. И. Масленников ; Ин-т истории естествознания и техники АН СССР. – М. : Наука, 1981. – 205 с.

Магистерская диссертация: методы и организация исследований, оформление и защита : учебное пособие для вузов по направлению «Экономика» / В. В. Беляев [и др.] ; под ред. В. И. Беляева. – М. : КНОРУС, 2014. – 264 с.

*Новиков, А. М.* Методология научного исследования / А. М. Новиков, Д. А. Новиков. – М. : Либроком, 2010. – 280 с.

Образование и наука : журнал теоретических и прикладных исследований Рос. гос. проф.-пед. ун-т. – Екатеринбург : ФГАОУ ВПО «Рос. гос. проф.-пед. ун-т», 2004.

Основы научных исследований : учебное пособие по специальности «Менеджмент организации» / Б. И. Герасимов [и др.]. – М. : Форум, 2011. – 272 с.

Основы научных исследований : теория и практика : учебное пособие для вузов / В. А. Тихонов, Н. В. Корнев, В. А. Ворона, В. В. Остроухов. – М. : Гелиос АРВ, 2006. – 352 с.

Проблемы теории и практики управления : международный журнал : официальное издание / Междунар. науч.-исслед. ин-т проблем управления. – М. : Известия, 2006.

Шкляр, М. Ф. Основы научных исследований : учебное пособие / М. Ф. Шкляр. – 2-е изд. – М. : Дашков и К, 2009. – 244 с.

### 4.3. Интернет-ресурсы

#### 4.3.1. Ресурсы НГПУ

Анкудинова, Т. В. Организация научной работы : учебно-методическое пособие / Т. В. Анкудинова. – Горно-Алтайск : ГАГУ, 2013. – 38 с.

Дмитриев, М. Н. Методология и методика исследований в экономике : учебное пособие / М. Н. Дмитриев. – Нижний Новгород, 2014. – 93 с.

Новиков, А. М. Методология научного исследования / А. М. Новиков, Д. А. Новиков. – М. : Либроком, 2010. – 280 с.

Шутов, А. И. Основы научных исследований : учебное пособие / А. И. Шутов. – Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2013. – 101 с.

#### 4.3.2. Ресурсы открытого доступа:

Всё для студента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/>.

Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru/>.

Электронная библиотека РГБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.rsl.ru/>.

#### 4.3.3. Методическое обеспечение

Персональные сайты преподавателей Института рекламы и связей с общественностью [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prepod.nspru.ru/>.

### 4.4. Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

#### Очная форма обучения, срок обучения – 2 года

№ п/п	Тема дисциплины	Задание для самостоятельной работы	Трудоемкость задания, ч	Перечень учебно-методического обеспечения (номера источников из п.п. 4.1–4.3)
1	2	3	4	5
1	Тема 1. Наука и научный потенциал общества	Составление конспекта. Подготовка вопросов к практическому занятию	10	1–3, 5, 9, 11–14

Окончание табл. 3

1	2	3	4	5
2	Тема 2. Методологические и методические основы научных исследований	Составление конспекта. Подготовка вопросов к практическому занятию	22	1, 3, 6, 7, 10, 12, 16, 17
3	Тема 3. Научное исследование как познавательная деятельность и его этапы	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	20	1–4, 7, 8, 13, 15–17
4	Тема 4. Поиск, накопление и обработка научной информации	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	16	1–3, 12, 13, 18–21
5	Тема 5. Требования к написанию и оформлению научных работ	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	16	2, 13, 18–21
	Подготовка к экзамену		36	
	<b>Итого</b>		<b>144</b>	

#### 4.5. Выполнение курсовой работы (проекта)

Курсовая работа по данной дисциплине не предусмотрена.

### 5. РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 5.1. Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (табл. 4, 5).

Таблица 4

#### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Графические редакторы	Microsoft Excel Мастер диаграмм
Операционные системы	Microsoft Windows
Офисные программы	Microsoft Office Microsoft Power Point Microsoft Excel с Пакетом анализа
Статистика и анализ	Statistica

## Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>

## 5.2. Материально-техническая база

## Материально-техническая база

Помещение для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
Аудитории для проведения лекционных занятий		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30-100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28
Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	библиотека, учебный корпус 1, ул. Вилюйская, 28
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28

## **6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Итоговый контроль по дисциплине (промежуточная аттестация) осуществляется в форме экзамена.

### **6.1. Письменная проверочная работа**

Этапы контроля: темы 1–2.

Время на выполнение: 60 минут.

Форма проведения контроля: письменный.

Метод оценивания: экспертный.

### **Вариант контрольной работы**

*Задание 1.* Содержательно опишите функции науки в современных условиях

*Задание 2.* Раскройте сущность применения общенаучного метода сравнения в исследовании экономики

*Задание 3.* Охарактеризуйте критерии методологической выдержанности научного экономического исследования.

*Критерии оценки результатов выполнения:* верно выполнено 3 задания – отлично, верно выполнено 2 задания – хорошо, верно выполнено 1 задание и имеются погрешности в других заданиях – удовлетворительно, нет ни одного полностью верно выполненного задания – неудовлетворительно.

### **6.2. Реферат**

Этапы контроля: темы 1–5.

Форма проведения контроля: публичная защита с презентацией.

Метод оценивания: зачтено – не зачтено.

### **Примерная тематика рефератов**

1. Научный потенциал России.
2. Управление в сфере науки в России.
3. Подготовка научных и научно-педагогических кадров в России.
4. Роль и значение высшего образования в современной России.
5. Роль государства в подготовке научно-педагогических кадров.
6. Этапы научно-исследовательской работы.
7. Метод и методология научного исследования в экономике.
8. Метод и методология научного исследования в менеджменте.
9. Метод и методология научного исследования в маркетинге.
10. Метод и методология научного исследования сферы услуг.
11. Методика поиска и накопления научной информации.
12. Методы анализа структурных различий в регионе.
13. Организация потоков статистической информации.
14. Методические основы исследования рыночной инфраструктуры региона.

15. Методические основы исследования состояния здравоохранения в регионе.
16. Методические основы сравнительного анализа социально-экономического положения муниципального образования.
17. Методические основы исследования состояния высшего образования в стране.
18. Методические основы исследования состояния высшего образования в регионе.

### **Требования к выполнению и оформлению реферата.**

При выборе темы реферата магистрант должен исходить из собственных научных интересов, а также учитывать актуальность и практическую значимость рассматриваемой проблемы. Объем реферата – 10–12 страниц печатного текста, шрифт – TimesNewRoman, размер – 14, межстрочный интервал – полуторный. Готовясь к реферативному сообщению необходимо составить план-конспект своего выступления, привести примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной практикой.

Защита рефератов проводится на занятии с публичным обсуждением излагаемых проблем. Обсуждение реферата осуществляется на основе его презентации, выполненной в программе OfficePowerPoint. Преподаватель может по своему усмотрению оценивать реферат без публичной защиты при условии индивидуального консультирования магистранта по данной теме.

### **Примерная структура реферата**

1. *Введение* – 1 стр. Приводятся аргументы в пользу актуальности выбранной темы и ее ценности в изучении данной дисциплины, формируются цели и задачи рефератного исследования.

2. *Основная часть*. Может делиться на разделы. В ней содержится анализ основных отечественных и зарубежных источников, использованных при работе над рефератом; раскрывается и уточняется содержание основных понятий и положений исследуемой проблемы; производится оценка степени теоретической разработанности отдельных аспектов рассматриваемой проблемы.

3. *Заключение* – 1 стр. В нём содержатся основные выводы по теме.

4. *Список литературы*. Включает учебную и научную литературу, использованную при написании реферата. Список должен быть оформлен в соответствии со стандартами. Необходимо использовать: законы РФ, статьи из научных журналов за период последних 3-х лет.

*Критерии оценки результатов выполнения:* оценка «зачтено» ставится при соответствии содержания реферата заявленной теме, грамотном изложении мыслей магистранта, оформлении в соответствии с требованиями.

### **6.3. Творческое задание**

Этапы контроля: темы 2–5.

Форма проведения контроля: индивидуальная работа.

Метод оценивания: экспертный.

*Содержание задания:* разработайте программу научного исследования по конкретной теме.

### **Примерная тематика научных исследований**

1. Состояние рынка труда Новосибирской области.
2. Роль малого бизнеса в развитии потребительского рынка региона.
3. Развитие оборота розничной торговли области.
4. Роль предпринимательства в социально-экономическом развитии региона.
5. Рейтинг регионов СФО по уровню жизни населения.
6. Демографическая ситуация в регионах СФО.

*Критерии оценки результатов выполнения:* оценка «зачтено» ставится при соответствии содержания программы исследования заявленной теме, грамотном представлении системы показателей и изложении методики исследования, оформлении в соответствии с требованиями к оформлению научных работ.

### **6.4. Экзамен**

Этапы контроля: темы 1–5.

Время на выполнение: 60 мин.

Форма проведения контроля: письменные ответы на вопросы билета.

Метод оценивания: оценка.

### **Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену**

1. Понятие науки.
2. Роль науки в развитии общества.
3. Этапы развития научных исследований.
4. Что такое научная проблема и проблемная ситуация?
5. Классификация наук.
6. Фундаментальные и прикладные исследования.
7. Отрасли науки и научные специальности.
8. Понятие научного потенциала. Структура научного потенциала.
9. Формы подготовки научных кадров.
10. Понятие методологии научного знания.
11. Охарактеризуйте уровни методологии научного знания.
12. Сущность и общие принципы общенаучной и философской методологии.
13. Сущность методологии экономического исследования.
14. Методологические принципы научного исследования.
15. Критерии методологической выдержанности научного экономического исследования.
16. Понятие метода исследования. Общенаучные и специально-научные методы.
17. Диалектический метод исследования как всеобщий метод исследования.
18. Метод сравнения в исследовании экономических явлений. Основные направления сравнения. Одномерный и многомерный сравнительный анализ.
19. Анализ и синтез. Выделение существенных и несущественных признаков. Единство анализа и синтеза.
20. Индукция и дедукция, их последовательность в научном исследовании.

21. Аналогия, ее значение в предвидении явлений.
22. Гипотеза как общенаучный метод исследования, требования к гипотезе.
23. Теоретические и эмпирические методы исследования.
24. Классификации методов экономического исследования.
25. Понятие методики, общая и частная методики.
26. Методика и метод исследования.
27. Системный анализ в исследовании экономики, признаки системности.
28. Классификация методов исследования в менеджменте по степени их формализованности, природе происхождения, ориентации во времени.
29. Формы наблюдения: отчетность, специально организованное наблюдение, регистр.
30. Программно-методологические вопросы наблюдения.
31. Бухгалтерская отчетность как информационная база анализа финансового положения и финансовых результатов организации.
32. Данные оперативного учета о состоянии ресурсов, техники, технологии, используемые для аналитических исследований.
33. Понятие о группировке данных. Задачи и виды группировок.
34. Цели и задачи научного исследования.
35. Этапы научно-исследовательской работы.
36. Основные требования, предъявляемые к научному исследованию.
37. Формы и методы научного исследования.
38. Теоретический уровень исследования и его основные элементы.
39. Эмпирический уровень исследования и его особенности.
40. Виды и формы взаимосвязей между явлениями.
41. Балансовый метод выявления взаимосвязей между явлениями.
42. Понятие корреляционной связи.
43. Критерии, предъявляемые к теме научного исследования.
44. Принципы научного познания.
45. Средства научного исследования: материальные, информационные, математические, логические, языковые.
46. Особенности научной работы и этика научного труда.
47. Формы представления научной работы и их особенности.
48. Этап проектирования научного исследования: научный замысел, научная проблема, формулирование темы.
49. Этап проектирования научного исследования: объект и предмет исследования, цель и задачи исследования.
50. Этап проектирования научного исследования: разработка гипотезы; программа исследования (система показателей, методы исследования).
51. Этап проведения исследования: теоретическая часть.
52. Этап проведения исследования: эмпирическая часть.
53. Прогноз как одна из форм научного предвидения. Виды прогнозов.
54. Классификация методов экономического прогнозирования.
55. Этап оформления результатов исследования: апробация результатов.



56. Оформление результатов исследования.
57. Определение понятий «информация» и «научная информация».
58. Требования, предъявляемые к научной информации.
59. Классификация научной информации.
60. Свойства информации.
61. Научные издания.
62. Информационные потоки.
63. Структура научно-исследовательской работы.
64. Способы написания научного текста.
65. Табличная форма представления информации в научном исследовании: назначение, виды, элементы.
66. Правила оформления таблиц.
67. Графическое представление информации, правила построения графиков.
68. Стил и язык изложения результатов научного исследования.

*Критерии оценки результатов:* оценка «отлично» выставляется, если теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, полностью, все предусмотренные программой обучения задания выполнены, продемонстрирован высокий уровень сформированности компетенций.

Оценка «хорошо» выставляется, если теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, большинство предусмотренных программой обучения заданий выполнено, продемонстрирован средний уровень сформированности компетенций.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если теоретическое содержание дисциплины освоено частично, большинство предусмотренных программой обучения заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки, продемонстрирован пороговый уровень сформированности компетенций.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если обнаружено незнание или непонимание магистрантом теоретических основ дисциплины; допускаются существенные ошибки, которые магистрант не может исправить самостоятельно при ответах на вопросы экзамена; на большую часть дополнительных вопросов магистрант затрудняется дать ответ, или не дает верных ответов; компетенции не сформированы.

*Храмцова Т. Г., д-р экон. наук, проф.  
проф. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»*

# ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки магистратуры по направлению 38.04.02 *Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322.

Дисциплина является *обязательной дисциплиной вариативной части* блока 1 «Дисциплины» учебного плана образовательной программы, изучается во 2 семестре. Трудоемкость дисциплины: 4 ЗЕ / 144 часа, в том числе 24 часов – контактная работа с преподавателем, 84 часа – самостоятельная работа (табл. 2).

**Цели освоения дисциплины:** приобретение знаний о концепции и положениях теории конкуренции, конкурентоспособности, в том числе в сфере услуг, освоение исследовательских и практико-ориентированных подходов, используемых в оценке, анализе конкурентоспособности организаций сферы услуг.

### Планируемые результаты обучения

Дисциплина направлена на формирование компетенции и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

### Перечень планируемых результатов обучения

Планируемый результат освоения образовательной программы	Планируемый результат обучения по дисциплине (дескрипторы)
1	2
<b>ОПК-3.</b> Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	<i>Знать:</i> теоретические основы, направления и особенности исследования конкурентоспособности организаций сферы услуг. <i>Уметь:</i> ставить профессиональные задачи научного исследования по проблемам конкурентоспособности организаций сферы услуг. <i>Владеть:</i> методами анализа конкурентоспособности организации в сфере услуг.
<b>ПК-2.</b> Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	<i>Знать:</i> сущность, особенности и принципы процесса разработки конкурентной стратегии организации сферы услуг. <i>Уметь:</i> определять приоритеты развития организации сферы услуг в соответствии с её конкурентной позицией. <i>Владеть:</i> навыками проектирования конкурентной стратегии.
<b>ПК-4.</b> Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований	<i>Знать:</i> методы анализа конкурентоспособности организации сферы услуг. <i>Уметь:</i> анализировать факторы конкурентоспособности организации сферы услуг.

1	2
и управления бизнес процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	<i>Владеть:</i> навыками поиска и идентификации конкурентных преимуществ организации сферы услуг, определения причинно-следственных связей между явлениями, факторами прямого и косвенного воздействия, определяющими конкурентную позицию организации сферы услуг.
<b>ПК-5.</b> Владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	<p><i>Знать:</i> особенности поведения экономических агентов в условиях конкуренции.</p> <p><i>Уметь:</i> применять методы экономического и стратегического анализа при проектировании стратегии конкурентоспособности организации сферы услуг.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками использования полученных знаний в практической деятельности с учетом действий рыночных регуляторов и поведения организации в экономической, глобальной среде.</p>

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Тема 1. Категория «конкурентоспособность»: содержание, уровни, методы оценки.

Категории «конкуренция», «конкурентоспособность». Уровни рассмотрения конкурентных отношений, исследования конкурентоспособности. Микроуровень, мезоуровень, макроуровень. Различия в трактовках – признаки, раскрывающие категорию «конкурентоспособность». Коммерческие цели организации, положение организации на рынке (доля рынка, охват сегмента), ценности потребителя, полезность продукта (услуги), стратегия организации и её конкурентоспособность. Взаимосвязь конкурентоспособности продукта (товара, услуги) и конкурентоспособности организации. Исходные положения – принципы оценки конкурентоспособности. Общенаучные, графические, аналитико-прогностические методы определения уровня конкурентоспособности. Количественные и качественные методы оценки конкурентоспособности. Проблемы оценки конкурентоспособности организаций в сфере услуг.

### Тема 2. Конкурентная среда организации сферы услуг.

Окружающая среда организации сферы услуг. Конъюнктура рынка. Политическая и правовая среда. Экономическая среда. Демографическая среда. Национальная среда. Модели подготовки специалистов в сфере услуг. Особенности российской модели формирования менеджера. Социо-культурная, морально-этическая среда. Научно-техническая среда рынка услуг.

Конкурентная среда организации и её взаимосвязь с окружающей (маркетинговой) средой. Типы конкурентной среды. Стратегия и тактика поведения организации в условиях конкурентной среды. Структура конкурентной среды организации. Угроза новых конкурентов. Государственная политика и государственное регулирования рынка услуг. Конкуренция между организациями. Права потребителей.

### **Тема 3. Конкурентоспособность организации сферы услуг: содержание, факторы, направления и методы оценки.**

Понятие конкурентоспособности организации. Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации сферы услуг. Цены, издержки потребителя как факторы конкурентоспособности организации. Качество инструментов управления организацией и их вклад в конкурентоспособность организации. Стратегическое планирование, миссия организации. Сегментирование клиентов и управление отношениями с потребителями и заказчиками услуг. Стратегический, тактический уровень конкурентоспособности организации сферы услуг.

Факторы, определяющие качество и эффективность услуг. Мониторинг эффективности организации как метод интегральной оценки конкурентоспособности организации. Целевая (функциональная) эффективность. Социальная, экономическая эффективность. Временная, ресурсная, институциональная эффективность.

Этапы диагностики конкурентоспособности организации. Внешние и внутренние критерии формирования методики оценки конкурентоспособности организации в сфере услуг. Бенчмаркинг и его использование в оценке конкурентоспособности организации.

### **Тема 4. Конкурентная стратегия организации сферы услуг.**

Конкурентная борьба между организациями: классификация, содержание конкуренции и конкурентных отношений. Факторы, влияющие на интенсивность и факторы, обостряющие конкуренцию в сфере услуг. Конкурентные стратегии организаций сферы услуг: критерии применения, область применения, факторы успеха. Механизм управления конкурентоспособностью организации в сфере услуг. Анализ достижений организации как носителя и провайдера услуг. Выявление проблемных областей в деятельности. Диагностика слабых мест и определение путей их оптимизации. Поиск, моделирование эталонных решений устранения проблем. Контроль и оценка результатов внедрения преобразований.

Таблица 2

Содержание работ по дисциплине

Содержание работы	Виды и формы работы, час				Всего, час
	контактная работа			самостоятельная работа	
	лекции	лабораторные	практические		
<i>I</i>	2	3	4	5	6
Тема 1. Категория «конкурентоспособность»: содержание, уровни, методы оценки	2		4	20	26
Тема 2. Конкурентная среда организации сферы услуг	2		4	20	26
Тема 3. Конкурентоспособность организации сферы услуг: содержание, факторы, направления и методы оценки	2		4	22	28

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Тема 4. Конкурентная стратегия организации сферы услуг	2		4	22	28
Выполнение курсовой работы /проекта					
Контроль: <i>экзамен</i>				36	36
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>8</b>		<b>16</b>	<b>120</b>	<b>144</b>
В том числе с применением дистанционных образовательных технологий					

### **3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием разделов и тем по дисциплине (см. п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

#### **3.1. Содержание контактной работы с преподавателем**

##### **Тема 1. Категория «конкурентоспособность»: содержание, уровни, методы оценки**

*Тема лекционного занятия:*

Категория «конкурентоспособность»: содержание, уровни, методы оценки.

*Вопросы, рассматриваемые на лекции:*

1. Категории «конкуренция», «конкурентоспособность».
2. Конкурентоспособность товара (услуги) и конкурентоспособность организации.
3. Принципы оценки конкурентоспособности.
4. Методы определения уровня конкурентоспособности.

*Тема практического занятия:*

Категория «конкурентоспособность»: содержание, уровни, методы оценки.

*Вопросы для обсуждения, задания:*

1. Уровни рассмотрения конкурентных отношений, исследования конкурентоспособности.
2. Признаки, раскрывающие категорию «конкурентоспособность».
3. Взаимосвязь конкурентоспособности продукта (товара, услуги) и конкурентоспособности организации.
4. Методы определения уровня конкурентоспособности.
5. Проблемы оценки конкурентоспособности организации в сфере услуг.

*Задание 1.* На рисунке приведены принципы оценки конкурентоспособности. Дайте их наиболее полную характеристику в соответствии целям определения конкурентоспособности организации.



Рис. 1. Принципы оценки конкурентоспособности организации

## Тема 2. Конкурентная среда организации сферы услуг

*Тема лекционного занятия:*

Конкурентная среда организации сферы услуг.

*Вопросы, рассматриваемые на лекции:*

1. Окружающая среда организации сферы услуг.
2. Конкурентная среда организации и её взаимосвязь с окружающей (маркетинговой) средой.
3. Интенсивность конкуренции, конкурентные угрозы.

*Тема практического занятия:*

Конкурентная среда организации сферы услуг.

*Вопросы для обсуждения, задания:*

1. Конъюнктурный анализ рынка.
2. Стратегия и тактика поведения организации в условиях конкуренции.
3. Государственная политика в области конкуренции.

*Задание 1.* В таблице приведены этапы развития рынка услуг в России. Приведите их наиболее полную характеристику по следующим направлениям: субъекты рынка, развитие сферы услуг, спрос и предложение, государственная политика в сфере услуг.

*Таблица 1*

### Этапы развития рынка услуг в России

Этап	Период	Характеристика
Зарождение и становление	1985–1998 гг.	
Расширение рынка	1998–2008 гг.	
Стабилизация рынка	2009–2020 гг.	

## Тема 3. Конкурентоспособность организации сферы услуг: содержание, факторы, направления и методы оценки

*Тема лекционного занятия:*

Конкурентоспособность организации сферы услуг: содержание, факторы, направления и методы оценки.

*Вопросы, рассматриваемые на лекции:*

1. Понятие конкурентоспособности организации.
2. Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации сферы услуг.
4. Этапы диагностики конкурентоспособности организации.
5. Методы оценки конкурентоспособности организации.

*Тема практического занятия:*

Конкурентоспособность организации сферы услуг: содержание, факторы, направления и методы оценки.

*Вопросы для обсуждения, задания:*

1. Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации сферы услуг.
2. Качество инструментов управления организацией и их вклад в конкурентоспособность организации.
3. Стратегический, тактический уровень конкурентоспособности организации сферы услуг.
4. Мониторинг эффективности организации сферы услуг.

*Задание 1.* В таблице приведены некоторые критерии эффективности организации. Охарактеризуйте содержание качественной оценки по предложенным направлениям, дополните их, если их перечень, на Ваш взгляд, недостаточен. Обоснуйте модель количественной оценки, предложенных в таблице параметров. Проанализируйте показатели на примере конкретной организации.

*Таблица 1*

**Оценка некоторых показателей эффективности деятельности организации сферы услуг**

Критерий	Показатели	Качественная оценка	Количественная оценка
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Политико-юридические	Наличие/отсутствие нарушений действующего гражданского, трудового, законодательства	Количество нарушений Уровень взаимодействия Отражение во внутренних документах	
	Наличие/отсутствие нарушений действующего законодательства в сфере основной деятельности организации	Количество нарушений Уровень взаимодействия Отражение во внутренних документах	
Природные и социокультурные	Учет и соответствие конкретных продуктов и услуг природным особенностям среды	Отражение в практической деятельности организации Новые продукты и услуги	
	Учет и соответствие конкретных продуктов и услуг социо-культурным особенностям среды	Отражение в практической деятельности организации. Новые продукты и услуги	

1	2	3	4
	Учет системы ценностей и предпочтений общества	Миссия организации Взаимодействие с общественными институтами Интеграция в национальный, международный рынок услуг	
Демография	Учет демографических изменений в процессе разработки и предоставления услуг	Развитие организации. Новые продукты и услуги	
	Учет миграционных процессов	Развитие организации. Новые продукты и услуги	
Общеэкономические и рыночные критерии	Учет уровня инфляции в стране и процентных ставок в процессе разработки и предоставления услуг	Объем и структура товарооборота Динамика цен на услуги. Сравнение ценовой политики организации с ближайшими конкурентами	
	Учет вида и уровня безработицы в процессе разработки и предоставления услуг	Взаимодействие с рынком труда Новые продукты и услуги Динамика цен на услуги Сравнение ценовой политики организации с ближайшими конкурентами	
	Наличие возможности и необходимости выхода на новый рынок	Потенциал выхода на новые рынки Потенциал разработки новых продуктов и услуг Стратегия развития организации Портфель продуктов и услуг организации	
	Наличие устойчивых потребностей в услугах организации	Существующие потребности рынка Имидж организации. Участие организации в проектах (частно-государственное партнерство и др.)	



## **Тема 4. Конкурентная стратегия организации сферы услуг**

*Тема лекционного занятия:*

Конкурентная стратегия организации сферы услуг.

*Вопросы, рассматриваемые на лекции:*

1. Содержание конкурентных отношений.
2. Факторы, влияющие на интенсивность конкуренции в сфере услуг.
3. Конкурентные стратегии.

*Тема практического занятия:*

Конкурентная стратегия организации сферы услуг.

*Вопросы для обсуждения, задания:*

1. Конкурентная борьба между организациями.
2. Факторы конкуренции в сфере услуг.
3. Конкурентная стратегия организации.
4. Механизм управления конкурентоспособность организации.

*Задание 1.* Составьте краткое резюме сильных и слабых сторон организации (на примере конкретной организации). Сформулируйте приоритеты конкурентной стратегии данной организации по следующим направлениям: критерии применения, область применения, факторы успеха.

### **4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

#### **4.1. Основная учебная литература**

*Головачев, А. С.* Конкурентоспособность организации : учебное пособие / А. С. Головачев. – Минск : Вышэйшая школа, 2012. – 319 с.

Основы маркетинга : [пер. с англ.] / Ф. Котлер [и др.]. – 5-е европ. изд. – М. : Вильямс, 2014. – 751 с.

Управление маркетингом : учебное пособие / под ред. И. М. Синяевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Вузовский учебник, 2014. – 416 с.

#### **4.2. Дополнительная учебная литература**

*Акулич, И. Л.* Маркетинг взаимоотношений : учеб.-метод. пособие / И. Л. Акулич. – Минск : Вышэйшая школа, 2010. – 252 с.

*Асаул, А. Н.* Оценка конкурентных позиций субъектов предпринимательской деятельности / А. Н. Асаул [и др.]. – СПб : Институт проблем экономического возрождения, 2007. – 262 с.

*Бурцева, Т. А.* Управление маркетингом : учеб пособие / Т. А. Бурцева, В. С. Сизов, О. А. Цень. – М. : Экономика, 2005. – 223 с.

*Гапоненко, А. Л.* Стратегическое управление : учебник для вузов по специальности «Менеджмент организации» / А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухин. – 5-е изд., стер. – М. : ОМЕГА-Л, 2011. – 464 с.

*Годин, А. М.* Маркетинг : учебник / А. М. Годин. – М. : Дашков и К, 2012. – 656 с.

*Иванов, В. В.* Конкуренция и конкурентоспособность в контексте постиндустриального развития / В. В. Иванов. // Научно-технические ведомости СПбГПУ, 2011. – № 3 (121). – С. 22–28.

*Ильина, В. Н.* Конкуренция : учеб пособие / В. Н. Ильина. – Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2008.

*Кирцнер, И.* Конкуренция и предпринимательство / И. Кирцнер. – Челябинск : Социум, 2010. – 288 с.

*Кулешова, А. Б.* Конкуренция в вопросах и ответах : учеб пособие / А. Б. Кулешов. – М. : Проспект, 2005. – 256 с.

Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. – М. : ИД «Гребенников», 2000.

*Магомедов, Ш. Ш.* Конкурентоспособность товаров : учебное пособие / Ш. Ш. Магомедов. – М. : Дашков и К, 2003. – 294 с.

*Портер, М.* Международная конкуренция / М. Портер ; под ред. В. Д. Щетинина ; пер. с англ. И. В. Квасюка [и др.]. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.

*Тультаев, Т. А.* Маркетинг гостеприимства : учебное пособие / Т. А. Тультаев. – М. : Евразийский открытый институт, 2011. – 296 с.

*Фатхутдинов, Р. А.* Система менеджмента : учебно-практическое пособие / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Бизнес-школа : Интел-Синтез, 1997. – 350 с.

*Юданов, А. Ю.* Конкуренция: теория и практика : учебно-практическое пособие / А. Ю. Юданов. – М. : Акалис, 1996. – 271 с.

### **4.3. Интернет-ресурсы**

#### **4.3.1. Ресурсы НГПУ**

*Григорьев, Л. М.* Конкуренция и сотрудничество. Экономические перспективы Восточной Балтики : монография / Л. М. Григорьев. – М. : Европа, 2005. – 68 с.

*Девяткин, Е. А.* Социальные основы конкурентоспособности организации : учебное пособие / Е. А. Девяткин. – М. : Евразийский открытый институт, 2011. – 64 с.

*Девяткин, Е. А.* Теория и практика конкуренции : учебное пособие / Е. А. Девяткин. – М. : Евразийский открытый институт, 2008. – 232 с.

#### **4.3.2. Ресурсы открытого доступа:**

Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://window.edu.ru/>.

Электронная библиотека РГБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elibrary.rsl.ru/>.

Polpred.com. Обзор СМИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://polpred.com/>.

#### **4.3.4. Методическое обеспечение**

Персональные сайты преподавателей кафедры экономики и менеджмента Института рекламы и связи с общественностью [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rprepod.nspu.ru/>.

## 4.4. Технологическая карта самостоятельной работы студента

№	Тема дисциплины	Задание для самостоятельной работы	Трудоемкость задания, часы	Перечень учебно-методического обеспечения (номера источников из п.п. 4.1–4.3)
1	Категория «конкурентоспособность»: содержание, уровни, методы оценки	Подготовка вопросов к практическому занятию. Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария). Выполнение практических заданий	20	1, 5, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
2	Конкурентная среда организации сферы услуг	Подготовка вопросов к практическому занятию. Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария). Выполнение практических заданий	20	1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
3	Конкурентоспособность организации сферы услуг: содержание, факторы, направления и методы оценки	Подготовка вопросов к практическому занятию. Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария). Выполнение практических заданий	22	1, 5, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
4	Конкурентная стратегия организации сферы услуг	Подготовка вопросов к практическому занятию. Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария). Выполнение практических заданий	22	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
		Подготовка к экзамену	36	1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
<b>Итого</b>			<b>120</b>	

## 4.5. Выполнение курсовой работы (проекта)

Курсовая работа (проект) по данной дисциплине не предусмотрена.

## 5. РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 5.1. Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (табл. 4, 5).

*Таблица 4*

#### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Операционные системы	MicrosoftWindows
	LinuxUbuntu
	LinuxOpenSUSE
	LinuxFedora
	LinuxMandriva
	LinuxGentoo
Офисные программы	MicrosoftOffice
	LibreOffice
	ChemOffice
Распознавание текста и речи	ABBYY FineReader
Правовые информационные системы	Консультант Плюс
	Гарант

*Таблица 5*

#### Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
Система видеоконференцсвязи	Lifesize
Платформа для проведения вебинаров	Adobeconnect
Системы тестирования	Система компьютерного адаптивного тестирования АСТ-тест
Библиотеки и образовательные ресурсы (в том числе персональные сайты преподавателей НГПУ)	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте Видеолетопись НГПУ <a href="http://tv-news.nspu.ru">http://tv-news.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте НГПУ-онлайн <a href="http://live.nspu.ru">http://live.nspu.ru</a>
	Система электронных портфолио студентов НГПУ

## 5.2. Материально-техническая база

Таблица 6

### Материально-техническая база

Помещение для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
Аудитории для проведения лекционных занятий		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28
Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31	библиотека, учебный корпус 1, ул. Вилюйская, 28
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Итоговый контроль по дисциплине (промежуточная аттестация) осуществляется в форме экзамена.

## **6.1. Выполнение практических заданий**

Этапы контроля: темы 1–4.

Время на выполнение: в течение семестра.

Форма проведения контроля: устный.

Метод оценивания: экспертный.

Задания приведены в п. 3.1.

## **6.2. Экзамен**

Форма проведения контроля: устный ответ на вопросы к экзамену.

Метод оценивания: экспертный.

Время на выполнение: 1 час (подготовка ответов на вопросы экзаменационного билета).

*Критерии выставления отметок:* «удовлетворительно» (пороговый уровень сформированности компетенций), «хорошо» (средний уровень сформированности компетенций), «отлично» (высокий уровень сформированности компетенций), «неудовлетворительно» (компетенции не сформированы).

### ***Перечень примерных вопросов для подготовки к экзамену***

1. Категории «конкуренция», «конкурентоспособность».
2. Исследование конкурентных отношений: направления, общее содержание.
3. Исследования конкурентоспособности: направления, общее содержание.
4. Конкурентоспособность товара (услуги) и конкурентоспособность организации.
5. Принципы оценки конкурентоспособности.
6. Количественные и качественные методы оценки конкурентоспособности.
7. Уровни рассмотрения конкурентных отношений, исследования конкурентоспособности.
8. Признаки, раскрывающие категорию «конкурентоспособность».
9. Взаимосвязь конкурентоспособности продукта (услуги) и конкурентоспособности организации.
10. Проблемы оценки конкурентоспособности организации в сфере услуг.
11. Окружающая среда организации сферы услуг.
12. Конъюнктура рынка: общее содержание, направления исследования.
13. Конкурентная среда организации.
14. Структура конкурентной среды организации сферы услуг.
15. Понятие конкурентоспособности организации.
16. Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации сферы услуг.
17. Факторы, определяющие качество и эффективность услуг.
18. Этапы диагностики конкурентоспособности организации.
19. Методы оценки конкурентоспособности организации.
20. Качество инструментов управления организацией и их вклад в конкурентоспособность организации.
21. Стратегический уровень конкурентоспособности организации.
22. Тактический уровень конкурентоспособности организации.
23. Мониторинг конкурентоспособности организации сферы услуг.

24. Бенчмаркинг и его использование в оценке конкурентоспособности организации.
25. Конкурентная борьба между организациями.
26. Факторы, влияющие на интенсивность конкуренции в сфере услуг.
27. Факторы, обостряющие конкуренцию в сфере услуг.
28. Конкурентные стратегии организаций сферы услуг.
29. Механизм управления конкурентоспособностью организации.
30. Проблемы конкурентных отношений в сфере услуг России.

*Красильникова Т. В., канд. экон. наук, доцент,  
доцент кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»*

# УПРАВЛЕНИЕ КОМПЛЕКСОМ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ УСЛУГ

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки магистратуры по направлению 38.04.02 *Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322.

Дисциплина является *обязательной дисциплиной вариативной части* блока 1 «Дисциплины» учебного плана образовательной программы, изучается во 2 семестре. Трудоемкость дисциплины: 4 ЗЕ / 144 часа, в том числе 24 часов – контактная работа с преподавателем, 120 часов – самостоятельная работа (табл. 2).

**Цели освоения дисциплины:** приобретение знаний о содержании комплекса маркетинга организации в сфере услуг, освоение исследовательских, управленческих и практико-ориентированных подходов, используемых на инструментальном уровне управления маркетингом организации сферы услуг.

### Планируемые результаты обучения

Дисциплина направлена на формирование компетенции и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения

Планируемый результат освоения образовательной программы	Планируемый результат обучения по дисциплине (дескрипторы)
1	2
<b>ОПК-3.</b> Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	<i>Знать:</i> теоретические основы проектирования комплекса маркетинга в сфере услуг. <i>Уметь:</i> применять полученные знания в проведении самостоятельных исследований в соответствии с выбранным направлением, актуальностью конкретной тематики. <i>Владеть:</i> методами исследования политики маркетинга, инструментов комплекса маркетинга в сфере услуг.
<b>ПК-1.</b> Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	<i>Знать:</i> основы стратегии и тактики управления комплексом маркетинга в сфере услуг. <i>Уметь:</i> определять первоочередные задачи в управлении комплексом маркетинга организации сферы услуг, в том числе в условиях взаимодействия между подразделениями организации, её сотрудниками, контрагентами, а также сетевого взаимодействия. <i>Владеть:</i> Способность к постановке профессиональных управленческих задач по совершенствованию маркетинговой деятельности организации.



1	2
<p><b>ПК-4.</b> Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p><i>Знать:</i> количественные и качественные методы исследований на инструментальном уровне управления маркетингом организации и с учетом специфики сферы услуг.</p> <p><i>Уметь:</i> использовать полученные знания в изучении инструментов комплекса маркетинга в условиях функционирования конкретной организации.</p> <p><i>Владеть:</i> методиками, методами анализа, оценки уровня использования инструментов комплекса маркетинга в образовательной организации.</p>
<p><b>ПК-8.</b> Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада</p>	<p><i>Знать:</i> методы подготовки аналитической информации, в том числе предоставляемой для внешнего окружения организации, её инвесторов.</p> <p><i>Уметь:</i> систематизировать, анализировать и представлять информацию, полученную в процессе специализированных исследований системы управления маркетингом организации сферы услуг.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками обобщения информации, полученной из различных источников.</p>

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Тема 1. Содержание комплекса маркетинга.

Общее содержание инструментов маркетинга. Особенности комплекса маркетинга в сфере услуг. Продукт (товар, услуга). Цена. Люди (персонал). Физическое окружение. Процесс предоставления услуги.

Комплекс маркетинга в сфере услуг. Управление элементами комплекса маркетинга в организации сферы услуг. Инструментальный уровень управления маркетингом в сфере услуг.

Методы поиска идей и принятия решений на инструментальном уровне управления маркетингом организации сферы услуг.

### Тема 2. Политика продукта в организации сферы услуг.

Обобщение понимания продукта и товара (услуги) как категорий маркетинга.

Классификация услуг. Характеристика видов услуг.

Принципы управления продуктом в организации сферы услуг.

Решения в области политики продукта в сфере услуг. Управление ассортиментом услуг. Обновление ассортимента услуг. Оптимизационные решения в политике продукта организации сферы услуг.

### Тема 3. Ценовая политика организации сферы услуг.

Система цен на услуги. Цена и стоимость услуг.

Подходы в реализации ценовой политики организации сферы услуг. Факторы, влияющие на политику цен на услуги. Рыночные потребности. Рыночная конъюнктура и её влия-

ние на ценовую политику в сфере услуг. Система скидок и дискриминационное ценообразование в сфере услуг.

Модели ценообразования на услуги. Стимулирующее ценообразование. Демпинговое ценообразование. Дифференцированное ценообразование. Конкурентное ценообразование в сфере услуг. Ценообразование на основе ценности продукта (услуги).

#### **Тема 4. Распределительная политика организации сферы услуг.**

Содержание политики распределения в сфере услуг.

Региональный, национальный, международный рынки услуг. Сетевые формы реализации услуг. Посредники на рынке услуг.

Типы посреднических организаций в сфере услуг. Организации – провайдеры услуг. Договорные отношения в сфере услуг. Международное сотрудничество в сфере услуг. Инновации в системе распределения, продаж.

#### **Тема 5. Продвижение услуг. Имидж организации сферы услуг.**

Продвижение услуг организации. Направления продвижения услуг. Реклама, связи с общественностью, прямой маркетинг, стимулирование сбыта на рынке услуг. Стратегия и тактика продвижения на рынке услуг.

Имидж организации сферы услуг. Параметры корпоративного имиджа организации сферы услуг. Компоненты имиджа организации сферы услуг. Оценка имиджа организации. Управление имиджем организации.

Таблица 2

**Содержание работ по дисциплине**

Содержание работы	Виды и формы работы, час				Всего, час
	контактная работа			Самостоятельная работа	
	лекции	лабораторные	практические		
Тема 1. Содержание комплекса маркетинга	2		2	16	20
Тема 2. Политика продукта в организации сферы услуг	2		4	16	22
Тема 3. Ценовая политика организации сферы услуг	2		4	16	22
Тема 4. Распределительная политика организации сферы услуг	2		2	16	20
Тема 5. Продвижение услуг. Имидж организации сферы услуг			4	20	24
Выполнение курсовой работы /проекта					
Контроль: экзамен				36	36
Итого по дисциплине	8		16	120	144
В том числе с применением дистанционных образовательных технологий					

### 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием разделов и тем по дисциплине (см. п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

#### 3.1. Содержание контактной работы с преподавателем

##### Тема 1. Содержание комплекса маркетинга

*Тема лекционного занятия:*

Содержание комплекса маркетинга

*Вопросы, рассматриваемые на лекции*

1. Общее содержание инструментов маркетинга.
2. Особенности комплекса маркетинга в сфере услуг.
3. Комплекс маркетинга в сфере услуг.
4. Управление элементами комплекса маркетинга в сфере услуг.

*Тема практического занятия:*

Содержание комплекса маркетинга

*Вопросы для обсуждения, задания*

1. Общее содержание инструментов маркетинга.
2. Особенности комплекса маркетинга в сфере услуг.
3. Комплекс маркетинга в сфере услуг.
4. Управление элементами комплекса маркетинга в сфере услуг.

*Задание 1.* Существенное многообразие определений услуг, сводящее данное понятие к сумме знаний или объему информации, которые передаются индивиду, или к виду и результату труда или деятельности, направленных на получение образования, или к экономической категории, выражающей сложные экономические отношения в сфере услуг, требуют рассмотрения основных особенностей услуг. В таблице приведены отдельные критерии, раскрывающие специфику услуг. Приведите их наиболее полную характеристику. Назовите состав элементов комплекса маркетинга на примере конкретной организации сферы услуг, охарактеризуйте их содержание.

**Основные особенности и характеристика услуг**

Особенность	Характеристика
1. Услуги на сегодняшний день являются смешанным благом	
2. Услуги включают уровни рассмотрения: – услуги по замыслу – услуги в реальном исполнении – услуги с подкреплением	
3. Услуги имеют общие для всех услуг характеристики: – неотделимость от источника – несохраняемость – неосвязаемость	
4. Услуги обладают специфическими характеристиками: – ...	

**Тема 2. Политика продукта в организации сферы услуг***Тема лекционного занятия:*

Политика продукта в организации сферы услуг.

*Вопросы, рассматриваемые на лекции:*

1. Классификация и виды услуг.
2. Принципы управления продуктом в организации сферы услуг.
3. Решения в области политики продукта в сфере услуг.
4. Стратегия и тактика ассортиментной политики организации.

*Тема практического занятия:*

Политика продукта в организации сферы услуг.

*Вопросы для обсуждения, задания:*

1. Классификация и виды услуг.
2. Принципы управления продуктом в организации сферы услуг.
3. Решения в области политики продукта в сфере услуг.
4. Стратегия и тактика ассортиментной политики организации.

*Задание 1.* Проанализируйте модель политики продукта организации сферы услуг (рис. 1).

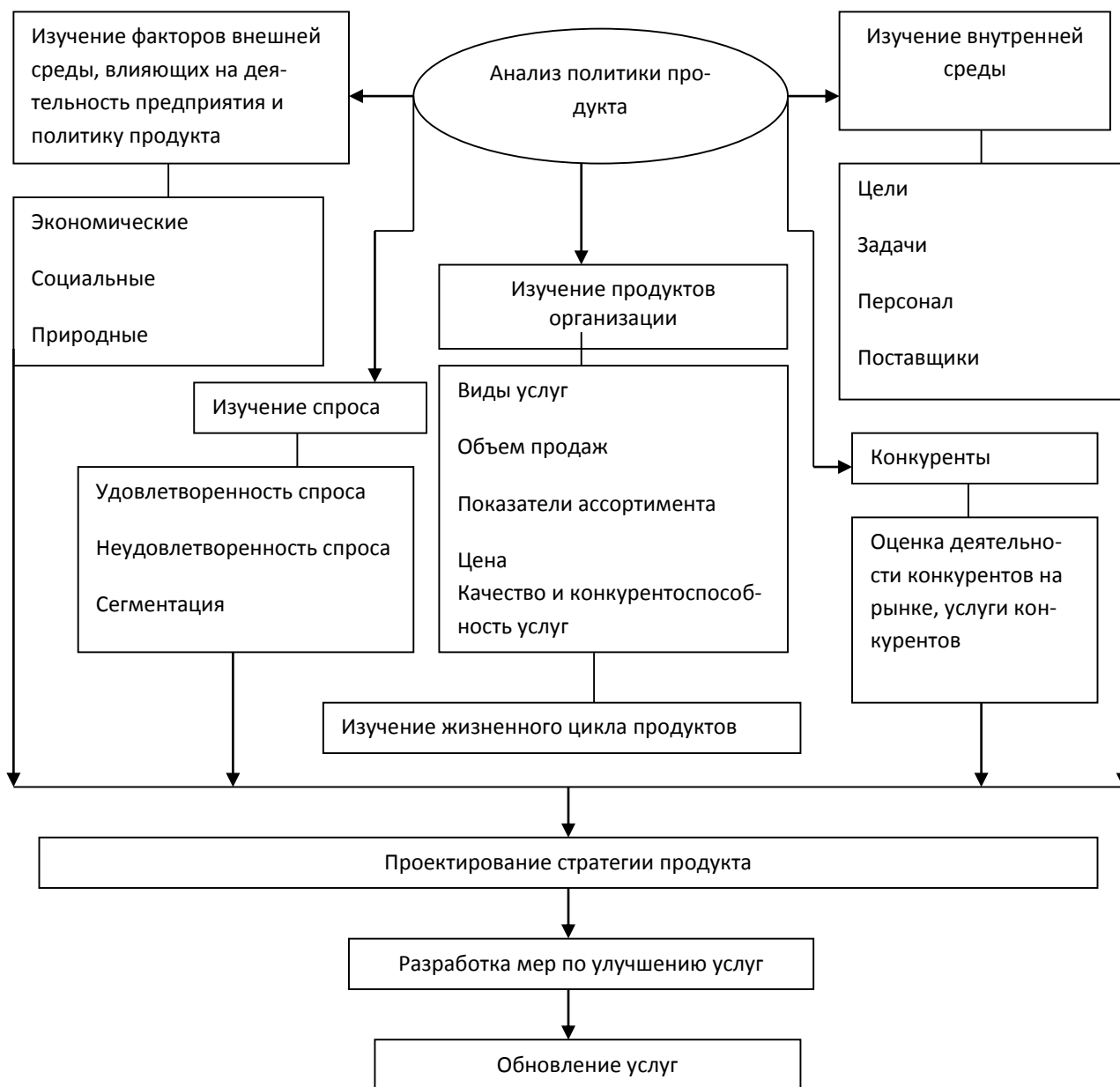


Рис. 1. Модель товарной политики организации

### Тема 3. Ценовая политика организации сферы услуг

*Тема лекционного занятия:*

Ценовая политика организации сферы услуг.

*Вопросы, рассматриваемые на лекции:*

5. Система цен на услуги.
6. Подходы в реализации ценовой политики организации сферы услуг.
7. Факторы, влияющие на политику цен на услуги.
8. Модели ценообразования на услуги.

*Тема практического занятия:*

Ценовая политика организации сферы услуг.

*Вопросы для обсуждения, задания:*

1. Система цен на услуги.
2. Подходы в реализации ценовой политики организации сферы услуг.
3. Факторы, влияющие на политику цен на услуги.
4. Модели ценообразования на услуги.

*Задание 1.* В практике ценообразования в сфере образования используют ряд моделей ценообразования. Приведите их наиболее полную характеристику на примере конкретных организаций сферы услуг, а также назовите факторы, которые, на ваш взгляд, определяют выбор той или иной модели ценообразования в конкретной организации (табл.).

*Таблица 1*

**Модели ценообразования на услуги**

Модели ценообразования на образовательные услуги	Содержание модели. Пример организации	Факторы, определяющие выбор модели ценообразования на услуги
1. Стимулирующее ценообразование		
2. Демпинговое ценообразование		
3. Дифференцированное ценообразование		
4. Конкурентное ценообразование в сфере услуг		
5. Ценностный подход в ценообразовании		

#### **Тема 4. Распределительная политика организации сферы услуг**

*Тема лекционного занятия:*

Распределительная политика организации сферы услуг.

*Вопросы, рассматриваемые на лекции:*

1. Содержание политики распределения в сфере услуг.
2. Экономические агенты рынка услуг.
4. Договорные отношения в сфере услуг.
5. Инновации в политике распределения в сфере услуг.

*Тема практического занятия:*

Распределительная политика организации сферы услуг.

*Вопросы для обсуждения, задания:*

1. Содержание политики распределения в сфере услуг.
2. Экономические агенты рынка услуг.
4. Договорные отношения в сфере услуг.
5. Инновации в политике распределения в сфере услуг.

*Задание 1.* На примере конкретной организации сферы услуг (или нескольких организаций) проанализируйте, объясните и дополните функции системы распределения, руководствуясь перечнем, приведенным в табл. 1.

*Таблица 1*

**Функции системы распределения в сфере услуг**

Функции	Содержание функции	Факторы, определяющие значимость
1. Маркетинговые исследования		
2. Договорные отношения с заказчиками. Оплата услуг		
3. Развитие сети филиалов		
4. Формы оказания услуг		
5. Проектирование новых услуг		
6. Продвижение образовательных услуг		
7. Взаимодействие с заказчиками, внешним окружением		

## **Тема 5. Продвижение услуг. Имидж организации сферы услуг**

*Тема лекционного занятия:*

Продвижение услуг. Имидж организации сферы услуг.

*Вопросы, рассматриваемые на лекции:*

1. Направления продвижения услуг.
2. Инструменты продвижения в сфере услуг.
3. Стратегия и тактика продвижения услуг организации.
4. Имидж организации сферы услуг.

*Тема практического занятия:*

Продвижение услуг. Имидж организации сферы услуг.

*Вопросы для обсуждения, задания:*

1. Направления продвижения услуг.
2. Инструменты продвижения в сфере услуг.
3. Стратегия и тактика продвижения услуг организации.
4. Имидж организации сферы услуг.

*Задание 1.* Каждое средство рекламы имеет положительные и негативные стороны. Определите, исходя из примера конкретной организации, преимущества и недостатки указанных в таблице средств рекламы. Дайте необходимые пояснения.

## Характеристика средств рекламы

Средства рекламы	Преимущества	Недостатки
Газеты		
Телевидение		
Радио		
Журналы		
Наружная реклама		
Выставки и ярмарки		

*Характеристики:*

- отсутствие избирательности аудитории;
- массовость использования;
- относительно низкая стоимость;
- высокая избирательность;
- личные контакты, визуальное ознакомление;
- относительно высокая стоимость;
- кратковременность рекламного контакта;
- сочетание изображения, звука, движения;
- кратковременность существования, низкое качество воспроизведения;
- малая аудитория вторичных читателей;
- представление только звуковыми средствами;
- своевременность, большой охват местного рынка, высокая достоверность;
- высокая степень привлечения внимания, широта охвата;
- высокая избирательность и престижность;
- высокое, качество воспроизведения;
- высокая частота повторных контактов, длительность существования;
- большой разрыв во времени между представлением материала в редакцию и выходом его в свет;
- наличие бесполезного тиража;
- большие расходы.

#### **4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

##### **4.1. Основная учебная литература**

Основы маркетинга : [пер. с англ.] / Ф. Котлер [и др.]. – М. : Вильямс, 2014. – 751 с.

Управление маркетингом : учебное пособие / под ред. И. М. Синяевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Вузовский учебник, 2014. – 416 с.

Эриашвили, Н. Д. Управление маркетингом : учебное пособие / Н. Д. Эриашвили. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 463 с.



## **4.2. Дополнительная учебная литература**

*Беляевский, И. К.* Маркетинговое исследование : информация, анализ, прогноз : учебное пособие / И. К. Беляевский. – М. : Финансы и статистика, 2014. – 320 с.

*Березин, И. С.* Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение / И. С. Березин. – 3-е изд., испр. и доп. – СПб. : Вершина, 2008. – 480 с.

*Борисова, С. Г.* Экономика маркетинга : учебное пособие / С. Г. Борисова ; Новосиб. гос. пед. ун-т, Ин-т рекламы и связи с общественностью. – Новосибирск : НГПУ, 2007. – 208 с.

*Буяльская, А. К.* Маркетинговые исследования : учебное пособие / А. К. Буяльская, Г. И. Теребило ; Новосиб. гос. пед. ун-т ; ИРСО. – Новосибирск : ИРСО, 2006. – 256 с.

*Винкельманн, П.* Маркетинг и сбыт : основы ориентированного на рынок управления компанией / П. Винкельманн ; пер. с нем. М. Крысанова, О. Безуглова, И. Борнякова. – М. : Гребенников, 2006. – 668 с.

*Годин, А. М.* Маркетинг : учебник / А. М. Годин. – М. : Дашков и К, 2012. – 656 с.

*Дьякова, Т. М.* Маркетинг : учебное пособие / Т. М. Дьякова. – Саратов : Вузовское образование, 2014. – 162 с.

*Жариков, Г. А.* Маркетинг и его особенности в России : монография / Г. А. Жариков, С. К. Становкин. – М. : Прометей, 2014. – 140 с.

Классика маркетинга: сборник работ, оказавших наибольшее влияние на маркетинг / сост. Б. М. Энис, К. Т. Кокс, М. П. – СПб. : Питер, 2001. – 752 с.

*Ковалев, М. Н.* Управление маркетингом : ответы на экзаменационные вопросы / М. Н. Ковалев. – Минск : ТетраСистемс, 2010. – 144 с.

*Крылова, Г. Д.* Маркетинг : учебник / Г. Д. Крылов, М. И. Соколова ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (Университет) МИД РФ. – М. : Магистр, 2011. – 493 с.

Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. – М. : ИД «Гребенников», 2000.

*Морозов, Ю. В.* Основы маркетинга : учебное пособие / Ю. В. Морозов. – М. : Дашков и К, 2012. – 148 с.

*Нуралиев, С. У.* Маркетинг : учебник / С. У. Нуралиев. – М. : Дашков и К, 2013. – 362 с.

*Пичурин, И. И.* Основы маркетинга. Теория и практика : учебное пособие / И. И. Пичурин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 383 с.

## **4.3. Интернет-ресурсы**

### **4.3.1. Ресурсы НГПУ**

*Данченко, Л. А.* Управление маркетингом : учебное пособие / Л. А. Данченко, С. В. Ласковец. – М. : Евразийский открытый институт, 2008. – 104 с.

*Романов, А. А.* Маркетинг в схемах : учебное пособие / А. А. Романов. – Краснодар : Южный институт менеджмента, 2008. – 203 с.

*Тультаев, Т. А.* Маркетинг услуг : учебное пособие / Т. А. Тультаев. – М. : Евразийский открытый институт, 2008. – 1176 с.

### **4.3.2. Ресурсы открытого доступа:**

Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://window.edu.ru/>.

Электронная библиотека РГБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elibrary.rsl.ru/>.

Polpred.com. Обзор СМИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://polpred.com/>.

#### 4.3.4. Методическое обеспечение

Персональные сайты преподавателей кафедры экономики и менеджмента Института рекламы и связей с общественностью [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://prepod.nspu.ru/>.

#### 4.4. Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

№	Тема дисциплины	Задание для самостоятельной работы	Трудоемкость задания, часы	Перечень учебно-методического обеспечения (номера источников из п. п. 4.1 – 4.3)
1	2	3	4	5
1	Содержание комплекса маркетинга	Подготовка вопросов к практическому занятию. Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария). Выполнение практических заданий.	16	1, 2, 3, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25
2	Политика продукта в организации сферы услуг	Подготовка вопросов к практическому занятию. Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария). Выполнение практических заданий.	16	1, 2, 3, 4, 5, 7, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
3	Ценовая политика организации сферы услуг	Подготовка вопросов к практическому занятию. Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария). Выполнение практических заданий.	16	1, 2, 3, 4, 5, 7, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
4	Распределительная политика организации сферы услуг	Подготовка вопросов к практическому занятию. Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария). Выполнение практических заданий.	16	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
5	Продвижение услуг. Имидж организации сферы услуг	Подготовка вопросов к практическому занятию. Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария).	20	1, 2, 3, 4, 5, 7, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25

Окончание табл. 3

1	2	3	4	5
		Выполнение практических заданий. Подготовка презентации итогового практического задания.		
		Подготовка к экзамену	36	1, 2, 3, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25
Итого			120	

#### 4.5. Выполнение курсовой работы (проекта)

Курсовая работа (проект) по данной дисциплине не предусмотрена.

### 5. РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 5.1. Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (табл. 4, 5).

Таблица 4

#### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Операционные системы	MicrosoftWindows
	LinuxUbuntu
	LinuxOpenSUSE
	LinuxFedora
	LinuxMandriva
	LinuxGentoo
Офисные программы	MicrosoftOffice
	LibreOffice
	ChemOffice
Распознавание текста и речи	ABBYY FineReader
Правовые информационные системы	Консультант Плюс
	Гарант

Таблица 5

#### Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
1	2
Система видеоконференцсвязи	Lifesize
Платформа для проведения вебинаров	Adobeconnect
Системы тестирования	Система компьютерного адаптивного тестирования АСТ-тест

1	2
Библиотеки и образовательные ресурсы (в том числе персональные сайты преподавателей НГПУ)	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте Видеолетопись НГПУ <a href="http://tv-news.nspu.ru">http://tv-news.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте НГПУ-онлайн <a href="http://live.nspu.ru">http://live.nspu.ru</a>
	Система электронных портфолио студентов НГПУ

## 5.2. Материально-техническая база

Таблица 6

### Материально-техническая база

Помещение для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
1	2	3
Аудитории для проведения лекционных занятий		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
1	2	3
Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллюйская, 28

1	2	3
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Итоговый контроль по дисциплине (промежуточная аттестация) осуществляется в форме экзамена.

### 6.1. Выполнение практических заданий

Этапы контроля: темы 1–5.

Время на выполнение: в течение семестра.

Форма проведения контроля: устный.

Метод оценивания: экспертный.

Задания приведены в п. 3.1.

### 6.2. Выполнение итогового практического задания

Этапы контроля: темы 1–5.

Время на выполнение: в течение семестра.

Форма проведения контроля: устный.

Метод оценивания: экспертный.

### *Примерное задание*

Одним из критериев успешности реализации комплекса воздействий на инструментальном уровне управления маркетингом выступает имидж организации. Схематично исследование отдельных компонентов корпоративного имиджа приведено в таблице. Проведите исследование имиджа конкретной организации сферы услуг. Результаты исследования оформите в виде аналитической записки и дополните презентацией.

*Таблица*

### Исследование отдельных компонентов имиджа организации

Компоненты имиджа	Факторы	Методы исследования	Показатели
1	2	3	4
Социальный имидж	– социальные аспекты деятельности фирмы – стимулирование производительного труда – система поощрений	– имитационное/ логическое моделирование – экспертный анализ – программно-целевой метод	– социальные нормативы – успешность, индивидуализм – охрана труда – оценка результатов социального развития

1	2	3	4
Бизнес имидж	<ul style="list-style-type: none"> <li>– деловая репутация</li> <li>– добросовестность в осуществлении бизнеса</li> <li>– деловая активность организации</li> <li>– портрет организации</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– финансовый анализ</li> <li>– рейтинг</li> <li>– стратегический аудит</li> <li>– SWOT-анализ</li> <li>– анализ бизнес-портфеля</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– объем продаж</li> <li>– относительная доля рынка</li> <li>– патентная защита и чистота</li> <li>– рейтинг организации</li> </ul>
Имидж продукта/услуги	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ценность продукта/услуги (функциональная, социальная, условная, эмоциональная)</li> <li>– бренд</li> <li>– позиционирование товара/услуги</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– опросы, интервью</li> <li>– тестирование: Холл-тест</li> <li>Хоум-тест</li> <li>Продукт-тест:</li> <li>– обследование</li> <li>– экспертиза</li> <li>– мониторинг</li> <li>– синтез и сравнение</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– спрос</li> <li>– известность товара/услуги</li> <li>– приверженность к бренду</li> <li>– лояльность потребителей</li> </ul>
Имидж потребителя	<ul style="list-style-type: none"> <li>– стиль жизни</li> <li>– общественный статус</li> <li>– характер потребления</li> <li>– отношение к новым услугам</li> <li>– отношение к рекламе</li> <li>– уровень и частота потребления</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– методы VALS; VALS-2, LOV</li> <li>– фокус-группы</li> <li>– сегментирование</li> <li>– шкалирование ценностей</li> <li>– исследование мотивации</li> <li>– модель Фишбейна</li> <li>– метод «идеальной точки»</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– покупка</li> <li>– потребление</li> <li>– индекс удовлетворенности</li> <li>– мнения и оценка относительно положительных и отрицательных аспектов предлагаемых услуг</li> </ul>
Внутренний имидж	<ul style="list-style-type: none"> <li>– миссия</li> <li>– культура организации</li> <li>– социальная активность</li> <li>– конфликтность</li> <li>– доброжелательность в отношениях</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– экспертные методы оценки</li> <li>– социологические исследования</li> <li>– наблюдение</li> <li>– корреляционное исследование</li> <li>– анализ документов, нормативных актов</li> <li>– оценка персонала</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– система подбора и оценки персонала</li> <li>– система отношений руководства и подчиненных</li> <li>– система вознаграждений</li> <li>– система социальных льгот</li> </ul>
Визуальный имидж	<ul style="list-style-type: none"> <li>– архитектура, внутренний дизайн</li> <li>– внешний облик персонала</li> <li>– элементы фирменного стиля</li> <li>– интерьер и экстерьер</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– метод глубинного интервью</li> <li>– проективный метод</li> <li>– интерпретация визуальных образов</li> <li>– семиотические методы исследования визуальных образов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– упаковка</li> <li>– информационные и цветовые решения в рекламе фирмы</li> <li>– информационное обеспечение потребителя (упаковка, места продаж и т.д.)</li> </ul>

1	2	3	4
Имидж персонала	– компетентность персонала – культура персонала – социально-демографические характеристики	– оценка персонала – анонимное анкетирование – методы эмпирические – опрос мнений – комплексное исследование удовлетворенности персонала	– эффективность трудовой деятельности – активность сотрудников в жизни коллектива – соответствие квалификационных навыков требованиям рабочего места – степень соответствия поведения личности нормам коллектива
Компоненты имиджа	Факторы	Методы исследования	Показатели
Имидж руководителя	– параметры не профессиональной деятельности (преподавательская работа, консультирование) – социально-демографическая принадлежность – психологические характеристики – ценностные ориентации – профессионализм	– методы анализа и синтеза – метод сравнения – метод визуальной психосемиотики – мониторинг СМИ – опрос сотрудников – опрос экспертов и представителей деловых кругов	– самоимидж – самоопределения – интегрированный образ руководителя – профессиональная культура деловых коммуникаций – взаимодействие с прессой – PR-мероприятия; – ньюсмейкерство

### 6.3. Экзамен

Форма проведения контроля: устный ответ на вопросы к экзамену.

Метод оценивания: экспертный.

Время на выполнение: 1 час (подготовка ответов на вопросы экзаменационного билета).

*Критерии выставления отметок:* «удовлетворительно» (пороговый уровень сформированности компетенций), «хорошо» (средний уровень сформированности компетенций), «отлично» (высокий уровень сформированности компетенций), «неудовлетворительно» (компетенции не сформированы).

#### Перечень примерных вопросов для подготовки к экзамену

1. Общее содержание инструментов маркетинга.
2. Особенности комплекса маркетинга в сфере услуг.
3. Комплекс маркетинга в сфере услуг.
4. Управление элементами комплекса маркетинга в организации сферы услуг
5. Инструментальный уровень управления маркетингом в сфере услуг.
6. Методы поиска идей и принятия решений на инструментальном уровне управления маркетингом организации сферы услуг.
7. Обобщение понимания продукта и товара (услуги) как категорий маркетинга.

8. Классификация услуг. Характеристика видов услуг.
9. Принципы управления продуктом в организации сферы услуг.
10. Решения в области политики продукта в сфере услуг.
11. Управление ассортиментом услуг.
12. Обновление ассортимента услуг.
13. Оптимизационные решения в политике продукта организации сферы услуг.
14. Система цен на услуги.
15. Цена и стоимость услуг.
16. Подходы в реализации ценовой политики организации сферы услуг.
17. Факторы, влияющие на политику цен на услуги.
18. Рыночная конъюнктура и её влияние на ценовую политику в сфере услуг.
19. Система скидок и дискриминационное ценообразование в сфере услуг.
20. Модели ценообразования на услуги.
21. Стимулирующее ценообразование.
22. Демпинговое ценообразование.
23. Дифференцированное ценообразование.
24. Конкурентное ценообразование в сфере услуг.
25. Ценообразование на основе ценности продукта (услуги).
26. Содержание политики распределения в сфере услуг.
27. Региональный, национальный, международный рынки услуг.
28. Сетевые формы реализации услуг.
29. Посредники на рынке услуг.
30. Типы посреднических организаций в сфере услуг.
31. Договорные отношения в сфере услуг.
32. Международное сотрудничество в сфере услуг.
33. Инновации в системе распределения, продаж.
34. Продвижение услуг организации.
35. Реклама, связи с общественностью, прямой маркетинг, стимулирование сбыта на рынке услуг.
36. Стратегия и тактика продвижения на рынке услуг.
37. Имидж организации сферы услуг.
38. Компоненты имиджа организации сферы услуг
39. Оценка имиджа организации.
40. Управление имиджем организации.

*Красильникова Т. В., канд. экон. наук, доцент,  
доцент кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»*



# ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки магистратуры по направлению *38.04.02 Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322.

Дисциплина является *обязательной дисциплиной вариативной части* блока 1 «Дисциплины» учебного плана образовательной программы, изучается во 2 семестре. Трудоемкость дисциплины: 4 ЗЕ / 144 часа, в том числе 24 часа – контактная работа с преподавателем, 120 часов – самостоятельная работа (табл. 2).

**Цели освоения дисциплины:** освоение теоретических знаний и направлений практического применения современных информационных технологий в области управления маркетинговой деятельностью, в том числе в сфере маркетинга услуг.

### Планируемые результаты обучения

Дисциплина направлена на формирование компетенции и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

### Перечень планируемых результатов обучения

Планируемый результат освоения образовательной программы	Планируемый результат обучения по дисциплине (дескрипторы)
<b>ПК-4.</b> Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.	<i>Знать:</i> возможности использования информационных технологий в области прикладных исследований и управления бизнес-процессами. <i>Уметь:</i> проводить количественные и качественные исследования с применением современных информационных технологий. <i>Владеть:</i> навыками подготовки аналитических материалов по результатам исследований с применением информационных технологий.
<b>ПК-5.</b> Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.	<i>Знать:</i> методы экономического и стратегического анализа рынков в глобальной среде. <i>Уметь:</i> использовать информационные технологии для исследования поведения экономических агентов в глобальной среде. <i>Владеть:</i> методами стратегического и экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде с применением информационных технологий.

## **2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Тема 1. Внутрифирменная маркетинговая информация: технологии анализа, обработки и представления.**

Понятие и структура маркетинговой информационной системы.

Понятие и источники внутрифирменной маркетинговой информации. Виды внутрифирменной маркетинговой информации. Виды обработки, анализа и предоставления внутрифирменной информации.

Применение внутрифирменной маркетинговой информации для решения задач маркетинга: сегментация потребителей, прогнозирование, разработка стандартов и т. д.

Взаимодействие между подразделениями компании в ходе информационного обмена. Понятие информационного фильтра. Виды информационных фильтров и решения по снижению их влияния.

### **Тема 2. Изучение внешней маркетинговой среды с помощью информационных технологий.**

Значение и содержание анализа внешней среды предприятия: исследование деятельности конкурентов, целевой аудитории, сегментирование рынка, анализ поставщиков и потребителей. Исследование факторов макросреды маркетинга, их влияние на деятельность предприятия.

Роль информационных технологий в исследовании внешней маркетинговой среды. Источники информации для анализа. Современные инструменты исследования внешней маркетинговой информации.

### **Тема 3. Программные продукты и технологии в области маркетинга, применяемые в деятельности предприятий.**

Цели применения программных продуктов и технологий в области маркетинга.

Использование специализированных компьютерных программ и технических решений для автоматизации маркетинговых процессов предприятия. Основные области автоматизации: маркетинговое планирование, бюджетирование, управление маркетинговыми активами, управление маркетинговыми кампаниями, взаимодействие с клиентами, управление потенциальными продажами, интеграция данных о клиентах и их аналитика, и другие аспекты маркетинга.

Виды решений в области автоматизации маркетинга. Компании-разработчики, работающие в сфере автоматизации маркетинга.

### **Тема 4. Современные технологии в проведении маркетинговых исследований.**

Предпосылки использования современных технологий в исследованиях рынка. Преимущества современных технологий по сравнению с традиционными методиками проведения исследований.

Он-лайн исследования: возможности и ограничения технологии. Исследования в социальных сетях – направления и применение на в маркетинговой деятельности.

Тестирование употребления продуктов или деятельности. Компьютерные имитации. Контекстуальные исследования.

Мобильные технологии на службе исследователей в области маркетинга.

### **Тема 5. Маркетинг баз данных.**

Понятие баз данных и маркетинга баз данных. Классификация баз данных.

Компоненты баз данных клиентов на различных рынках. Специфика баз данных физических лиц. Законодательство в сфере формирования и обслуживания баз данных.

Сферы применения баз данных в маркетинге. Перспективы развития маркетинга баз данных. Этические аспекты маркетинга баз данных.

### **Тема 6. Call- и контакт-центры для реализации маркетинговых функций.**

Понятие Call- и контакт-центра. Основные задачи Call- и контакт-центров. Система интерактивного взаимодействия (IVR). Организация работы и возможности современных Call- и контакт-центров. Место контакт-центра в бизнес-процессах предприятия. Возможности контакт-центров в реализации маркетинговых функций.

Модели, которые лежат в основе компьютерной телефонии.

Технологии поддержки Call- и контакт-центра.

Перспективы развития Call- и контакт-центров.

### **Тема 7. CRM-системы и их применение в маркетинге.**

Понятие CRM-концепции и CRM-систем. Основные цели CRM-концепции (концепции управления взаимоотношениями с клиентами). Ключевые преимущества, которые дает внедрение CRM-системы на предприятии. Информационные технологии, поддерживающие концепцию Customer Relationship Management.

Шаги развития современных CRM-систем от идентификации клиентов до создания автоматизированных CRM-систем. Перспективы развития данной концепции. Возможности, которые открывает CRM-система в области маркетинга. Компоненты CRM-систем и классификация CRM-систем.

Программные решения, представленные на российском рынке. Функции самых популярных программ, их преимущества и недостатки.

### **Тема 8. Интерактивные маркетинговые технологии.**

Понятие интерактивных технологий. Значение интерактивных технологий в современном маркетинге предприятий. Преимущества интерактивных технологий по сравнению с традиционными технологиями, ограничения использования.

Интернет-сайт как инструмент маркетинга. Виды сайтов, технологии создания.

Технологии интернет-продвижения: контекстная и баннерная реклама. Лидогенерация, ретаргетинг, технология RTB.

Вирусный маркетинг и маркетинг в социальных сетях.

Электронный бизнес и электронная торговля. Типология систем электронной коммерции.

Мобильные технологии в сфере маркетинга.

Облачные технологии. Геймификация.

## Содержание работ по дисциплине

Содержание работы	Виды и формы работы, час				Всего, час
	контактная работа			Самостоятельная работа	
	лекции	лабораторные	практические		
1	2	3	4	5	6
Тема 1. Внутрифирменная маркетинговая информация: технологии анализа, обработки и представления	2		2	15	18
Тема 2. Изучение внешней маркетинговой среды с помощью информационных технологий		2		15	18
Тема 3. Программные продукты и технологии в области маркетинга, применяемые в деятельности предприятий	2		2	15	18
Тема 4. Современные технологии в проведении маркетинговых исследований	2	2		15	18
Тема 5. Маркетинг баз данных		2		15	18
Тема 6. Call- и контакт-центры для реализации маркетинговых функций			2	15	18
Тема 7. CRM-системы и их применение в маркетинге	2		2	15	18
Тема 8. Интерактивные маркетинговые технологии		2		15	18
Контроль: зачет с оценкой					
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>120</b>	<b>144</b>
В том числе с применением дистанционных образовательных технологий					

### 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием разделов и тем по дисциплине (см. п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

### 4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 4.1. Основная учебная литература

Головицына, М. В. Информационные технологии в экономике : учебное пособие / М. В. Головицына. – М. : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУ-ИТ), 2012. – 403 с.

## 4.2. Дополнительная учебная литература

*Акперов, И. Г.* Информационные технологии в менеджменте : учебник для вузов по направлению «Менеджмент» и по специальности «Менеджмент организаций» / И. Г. Акперов, А. В. Сметанин, И. А. Коноплева. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 400 с.

*Божко, В. П.* Информационные технологии в экономике и управлении : учебно-методический комплекс / В. П. Божко, Д. В. Власов, М. С. Гаспарян. – М. : Евразийский открытый институт, 2010. – 164 с.

*Бурняшов, Б. А.* Информационные технологии в менеджменте : практикум / Б. А. Бурняшов. – Саратов : Вузовское образование, 2015. – 88 с.

*Дьяконов, В. П.* Новые информационные технологии : учебное пособие / В. П. Дьяконов. – М. : СОЛОН-ПРЕСС, 2008. – 640 с.

*Ивасенко, А. Г.* Информационные технологии в экономике и управлении : учебное пособие для вузов / А. Г. Ивасенко, А. Ю. Гридасов, В. А. Павленко. – М. : КНОРУС, 2005. – 16 с.

*Коноплева, И. А.* Информационные системы и технологии управления : учебник / И. А. Коноплева. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 591 с.

Маркетинговые коммуникации : журнал. – М. : Гребенников, 2006.

*Федотова, Е. Л.* Информационные технологии и системы : учебное пособие для вузов / Е. Л. Федотова. – М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2009. – 352 с.

## 4.3. Интернет-ресурсы

### 4.3.1. Ресурсы НГПУ

*Журавлева, Т. Ю.* Технологии электронных продаж / Т. Ю. Журавлева. – Саратов: Вузовское образование, 2015. – 50 с.

Интернет-маркетинг : журнал. – М. : ИД «Гребенников», 2015.

*Кобелев, О. А.* Электронная коммерция : учебное пособие / О. А. Кобалев. – М. : Дашков и К, 2015. – 684 с.

*Лихачева, Г. Н.* Информационные технологии : учебно-практическое пособие / Г. Н. Лихачева, М. С. Гаспарян. – М. : Евразийский открытый институт, 2007. – 189 с.

*Селетков, С. Н.* Мировые информационные ресурсы : учебно-методический комплекс / С. Н. Селетков, Н. В. Днепровская. – М. : Евразийский открытый институт, 2010. – 232 с.

*Черкашин, П. А.* Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами / П. А. Черкашин. – М. : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016. – 420 с.

*Шарков, Ф. И.* Интерактивные электронные коммуникации: возникновение «Четвертой волны» : учебное пособие по специальности «Основы теории коммуникации», «Социология коммуникации», «Связи с общественностью», «Реклама», «Социология» / Ф. И. Шарков ; Междунар. академия бизнеса и управления, Ин-т современных коммуникационных систем и технологий. – М. : Дашков и К, 2012. – 260 с.

### 4.3.2. Ресурсы открытого доступа

Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://window.edu.ru/>.

Электронная библиотека РГБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elibrary.rsl.ru/>.

### 4.3.3. Методическое обеспечение

Персональные сайты преподавателей университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://prepod.nspu.ru/>

### 4.4. Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

№	Тема дисциплины	Задание для самостоятельной работы	Трудоемкость задания, часы	Перечень учебно-методического обеспечения (номера источников из п.п. 4.1–4.3)
1	Внутрифирменная маркетинговая информация: технологии анализа, обработки и представления	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	15	1, 6, 7, 8, 9
2	Изучение внешней маркетинговой среды с помощью информационных технологий.	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	15	3, 4, 5, 8, 13,14
3	Программные продукты и технологии в области маркетинга, применяемые в деятельности предприятий	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	15	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
4	Современные технологии в проведении маркетинговых исследований.	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	15	13, 14, 16
5	Маркетинг баз данных.	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	15	2, 13, 14, 16
6	Call- и контакт-центры для реализации маркетинговых функций	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	15	1, 6, 9
7	CRM-системы и их применение в маркетинге	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	15	12, 13, 15
8	Интерактивные маркетинговые технологии	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	15	10, 14, 16
<b>Итого</b>			<b>120</b>	

## 5. РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 5.1. Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (табл. 4, 5).

*Таблица 4*

#### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Операционные системы	MicrosoftWindows
	Lubuntu Linux
Офисные программы	MicrosoftOffice
	LibreOffice
Статистика и анализ	SPSS for Windows

*Таблица 5*

#### Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
Системы тестирования	Система компьютерного адаптивного тестирования АСТ-тест
	Moodle-тестирование
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте Видеолетопись НГПУ <a href="http://tv-news.nspu.ru">http://tv-news.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте НГПУ-онлайн <a href="http://live.nspu.ru">http://live.nspu.ru</a>
	Система электронных портфолио студентов НГПУ

### 5.2. Материально-техническая база

*Таблица 6*

#### Материально-техническая база

Помещение для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
1	2	3
Аудитории для проведения лекционных занятий		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28

1	2	3
Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31.	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллюйская, 28
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Итоговый контроль по дисциплине (промежуточная аттестация) осуществляется в форме *зачета с оценкой*.

Фонд оценочных средств согласуется с дескрипторами, представленными в табл. 1.

### 6.1. Самостоятельная работа

Этапы контроля: темы 1–8 (самостоятельная работа).

Время на выполнение: в течение семестра.

Форма проведения контроля: проверка самостоятельной работы.

Метод оценивания: балльная оценка.

*Критерии оценки результатов выполнения*

Оценка «отлично» ставится при правильном использовании материалов лекций, известных методов, процедур, последовательностей этапов, технологий исследований, соблюдении структуры работы, грамотных выводах; работа носит не констатирующий, а описательный характер.



Оценка «хорошо» ставится при правильном использовании материалов лекций, известных методов, процедур, последовательностей этапов, технологий исследований, соблюдении структуры работы грамотных выводах, небольших неточностях в соблюдении структуры работы; работа носит не констатирующий, а описательный характер.

Оценка «удовлетворительно» ставится при неточностях в соблюдении структуры работы; работа носит констатирующий, а не описательный характер.

Оценка «неудовлетворительно» ставится при существенных фактических ошибках; работа носит констатирующий, а не описательный характер.

## 6.2. Тестирование

Этапы контроля: три раза за семестр во время контрольных недель.

Время на выполнение: 20 минут.

Форма проведения контроля: письменное тестирование.

Метод оценивания: балльная оценка.

### *Типовые вопросы тестов*

1. Информационные системы маркетинга – это:
  - а) деятельность, направленная на сбор, обработку, анализ и хранение информации о состоянии рынка, динамике изменения цен и потребительского спроса;
  - б) деятельность по предоставлению услуг, связанных с программным обеспечением и разрешением различных коммерческих проблем;
  - в) деятельность по проведению рекламных кампаний в сети Internet
  - г) деятельность, в сети Internet, направленная на изучение различных количественных методов.
2. На какой теории основан системный подход?
  - а) на теории научно-исследовательской деятельности;
  - б) на теории общечеловеческой деятельности;
  - в) на теории информационно-коммерческой деятельности;
  - г) на теории социальной деятельности.
3. Какие методы используются для проведения выборочного наблюдения?
  - а) качественные;
  - б) количественные;
  - в) экономико-статистические;
  - г) математические.
4. Как можно рассматривать маркетинговую информацию с точки зрения системного подхода?
  - а) как взаимодействие субъекта и объекта исследования;
  - б) как результат взаимоотношений потребителя с компанией;
  - в) как результат поиска информации о состоянии рынка;
  - г) как продукт научно-исследовательской деятельности.

5. Какие методы используются в информационной деятельности?
- а) количественные;
  - б) качественные;
  - в) экономические;
  - г) математические.
6. Что является первым из конкурентных преимуществ компьютерного маркетинга?
- а) база данных используется для обеспечения координации связи с сегментами фирмы;
  - б) компьютерный маркетинг может удовлетворять потребности клиента в информации более полно по сравнению с традиционными методами и подходами;
  - в) наличие баз данных способно наиболее полно оптимизировать системы управления;
  - г) существует возможность регистрировать реакцию потребителя на комплексы маркетинга фирмы.
7. Что является основной отличительной особенностью Internet-рекламы от других средств распределения деловой информации?
- а) возможность выбора потребителем рекламного обращения для просмотра;
  - б) возможность удовлетворения потребности потребителя в информации о деятельности фирмы;
  - в) возможность осознания потребителем своих потребностей;
  - г) возможность удовлетворения запросов клиентов.
8. Что можно отнести к преимуществам использования электронной почты?
- а) надежность;
  - б) быстроту распространения информации;
  - в) достоверность;
  - г) актуальность.
9. Что такое трафик?
- а) повторный показ баннера;
  - б) тематика баннера;
  - в) количество обращений к web-узлу;
  - г) баннерный обмен в сети.
10. Что является первой из задач, стоящих перед бизнесом в Internet?
- а) повышение производства за счет внедрения гибкого рабочего дня;
  - б) создание условий для пользователей;
  - в) перевод необходимых данных в цифровой формат.

*Критерии оценки результатов выполнения:*

- оценка «отлично» ставится при 100 % правильных ответов на вопросы теста;
- оценка «хорошо» ставится при 80—90 % правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» ставится при 60—70 % правильных ответов;
- оценка «неудовлетворительно» ставится при менее 60 % правильных ответов на вопросы теста.

### 6.3. Зачёт с оценкой

Этапы контроля: 1 раз в конце семестра.

Форма проведения контроля: устный опрос по вопросам.

Метод оценивания: экспертный.

#### Примерные вопросы для подготовки к зачёту

1. Внутрифирменная информация: понятие и источники.
2. Виды внутрифирменной информации.
3. Информация об объемах продаж: виды представления и применение для решения задач маркетинга.
4. Пользователи Интернет.
5. Сервисы Интернет.
6. Основные задачи интернет-сайтов.
7. Классификация интернет-сайтов.
8. Электронная коммерция: понятие и основные направления.
9. Типология систем электронной коммерции.
10. Преимущества использования электронной коммерции для производителей.
11. Преимущества использования электронной коммерции для покупателей.
12. Проблемы применения электронной коммерции и факторы, сдерживающие развитие электронной коммерции в России.
13. Цели и задачи системы сбора информации о конкурентах.
14. Технология создания конкурентной системы наблюдения.
15. Источники сбора информации о конкурентах.
16. Понятие и классификация баз данных.
17. Компоненты баз данных.
18. Использование баз данных в маркетинге.
19. Поисковая оптимизация. Основные этапы продвижения сайта.
20. Основные методы интернет-рекламы: описание и особенности.
21. Баннерная реклама в сети Интернет.
22. Контекстная реклама в сети Интернет.
23. Лидогенерация.
24. Ретаргетинг.
25. Маркетинг в социальных сетях: особенности и основные направления.
26. Вирусный маркетинг.
27. Мобильный маркетинг.
28. Технология RTB.
29. Понятие, преимущества и цель CRM-систем.
30. Этапы развития современных CRM-систем.
31. Классификация CRM-систем.

#### *Критерии выставления от.меток*

Оценка «отлично» заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять зада-

ния, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «отлично» выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

Оценка «хорошо» заслуживает студент, обнаруживший полные знания учебно-программного материала, успешно выполнивший предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Как правило, оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Оценка «удовлетворительно» заслуживает студент, обнаруживший знание учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работе по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

*Глебова Д. В., канд. экон. наук,  
доц. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»*

# ПРОЕКТНЫЙ АНАЛИЗ

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки магистратуры по направлению 38.04.02 *Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322.

Дисциплина является *обязательной дисциплиной вариативной части* блока 1 «Дисциплины» учебного плана образовательной программы, изучается в 3 семестре. Трудоемкость дисциплины: 3 ЗЕ / 108 часов, в том числе 24 часов – контактная работа с преподавателем, 84 часа – самостоятельная работа (табл. 2).

**Цели освоения дисциплины:** приобретение знаний навыков и способностей решать разнообразные рыночные, хозяйственные, социальные, психологические задачи в сфере услуг с использованием современных приемов и средств проектного управления.

### Планируемые результаты обучения

Дисциплина направлена на формирование компетенции и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

### Перечень планируемых результатов обучения

Планируемый результат освоения образовательной программы	Планируемый результат обучения по дисциплине (дескрипторы)
1	2
<b>ПК-1.</b> Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	<i>Знать:</i> основы методологии управления проектами в сфере услуг. <i>Уметь:</i> определять первоочередные задачи в управлении проектами в сфере услуг, в том числе в условиях взаимодействия между подразделениями организации, её сотрудниками, контрагентами, а также сетевого взаимодействия. <i>Владеть:</i> Способность к постановке профессиональных управленческих задач по совершенствованию маркетинговой деятельности организации.
<b>ПК-2.</b> Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	<i>Знать:</i> аналитические инструменты, методы постановки стратегических задач в области управления проектами в сфере услуг. <i>Уметь:</i> использовать полученные знания в проектировании корпоративной стратегии, программ организационных изменений. <i>Владеть:</i> навыками оценки потребностей проекта в ресурсах с учетом особенностей проекта и факторов внешней и внутренней среды.

1	2
<p><b>ПК-5.</b> Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p><i>Знать:</i> методы экономического анализа, оценки эффективности реализации проектов в сфере услуг.</p> <p><i>Уметь:</i> систематизировать, анализировать и представлять результаты специализированных исследований поведения экономических агентов, конкурентов, внешней, глобальной среды проекта.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками анализа и управления проектными рисками, ресурсами проекта, информационными технологиями в целях достижения целей проектной деятельности организации.</p>

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Тема 1. Методология управления проектами.

Сущность понятия «проект», отличия проектной деятельности от операционной. Международные стандарты управления проектами. Проект как особая область управления. Анализ факторов влияющих на проект. Терминология проектного управления.

Критерии формирования целей проекта. Основные требования и ограничения, связанные с реализацией проекта. Элементы внешней среды проекта. Роль и функции основных участников проекта. Основные организационные структуры, в рамках которых реализуется проектная деятельность. Формулирование целей проекта. Установление ограничений по проекту. Выделение фаз жизненного цикла проекта. Определение участников проекта. Выбор организационной структуры проекта. Терминология системного подхода применительно к управлению проектами.

### Тема 2. Экономические аспекты проекта.

Классификация проектов. Специфика инновационных проектов, процесс управлениями инновационными проектами в сфере услуг. Специфика организации бизнеса по проектному принципу. Сущность экономической модели проекта. Применение принципа альтернативности при построении экономической модели проекта. Определение экономического содержания проекта. Последовательность действий по построению экономической модели проекта. Возможные эффекты и ключевые индикаторы, свидетельствующие об успешности реализации проекта. Основные модели управления затратами в проекте. Применение методов оценки экономической эффективности проектов. Анализ эффективности проекта.

### Тема 3. Анализ и управление проектными рисками.

Факторы, обуславливающие неизбежность возникновения риска. Риск и неопределенность. Виды проектных рисков, их характеристика. Основные подходы к оценке проектных рисков. Применение методики описания проектных рисков. Применение методов анализа проектных рисков. Методы идентификации проектных рисков. Методы мониторинга и контроля проектных рисков.

#### **Тема 4. Сетевой анализ и календарное планирование проекта.**

Задачи планирования проекта. Структура плана управления проектом. Декомпозиция проекта по разным признакам. Разбиение проекта на пакеты работ. Иерархическая структура работ по проекту.

Роль сетевого и календарного планирования в управлении проектом. Основные принципы сетевого планирования. Основные инструменты сетевого и календарного планирования. Построение сетевых графов проекта. Определение, на основании сетевых графов, длительности проекта, его критических операций. Определение резервов времени для каждой операции по проекту. Распределение ресурсов проекта с учетом их дефицитности. Методы сетевого анализа. Формирование расписания проекта.

#### **Тема 5. Формирование финансовых ресурсов проекта.**

Основные источники финансирования проектов. Этапы организации финансирования проекта. Методы определения стоимости проекта. Выбор источников финансирования проекта. Определение на основании каких данных можно построить денежные потоки, финансовый план и бюджет проекта. Формирование бюджета проекта. Контроль выполнения финансового плана и бюджета проекта. Контроль исполнения бюджета проекта. Расчет стоимости привлечения источников финансирования проекта.

#### **Тема 6. Анализ реализации проекта.**

Роль коммуникаций в реализации проекта. Информационные потребности участников проекта. Основные технологии коммуникаций в управлении проектами. Разработка плана коммуникаций по проекту. Диагностика конфликтов при реализации проектов. Разрешение конфликтов по проекту. Роль контроля и мониторинга как элементов системы управления проектом. Методы организации контроля проекта. Планирование организационных изменений. Требования к качеству проекта и его продукции. Принципы концепции «всеобщего управления качеством». Планирование, обеспечение, контроль качества в процессе реализации проекта. Разработка показателей, индикаторов качества. Анализ договорной работы по проекту. Основные типы контрактов, применяемые в проектной деятельности. Принципы организации подрядных торгов. Выполнение договоров поставки. Принципы организации обеспечения проекта ресурсами. Критерии выбора поставщиков для конкретных проектов.

#### **Тема 7. Постаудит проекта.**

Основные процедуры закрытия проекта. Структура итогового отчета по проекту. Закрытие контрактов по проекту. Назначение постаудита проекта. Основные программные продукты, применяемые в управлении проектами. Определение основных процедур, необходимые для завершения конкретного проекта. Анализ причин отклонений от целей проекта. Определение последовательности действий по постаудиту проекта. Содержание завершающей фазы проекта. Составление итогового отчета по проекту.

## Содержание работ по дисциплине

Содержание работы	Виды и формы работы, час				Всего, час
	контактная работа			самостоятельная работа	
	лекции	лабораторные	практические		
Тема 1. Методология управления проектами	2		2	12	14
Тема 2. Экономические аспекты проекта			2	12	14
Тема 3. Анализ и управление проектными рисками			2	12	16
Тема 4. Сетевой анализ и календарное планирование проекта	2		2	12	16
Тема 5. Формирование финансовых ресурсов проекта	2		2	12	16
Тема 6. Анализ реализации проекта			4	12	16
Тема 7. Постаудит проекта	2		2	12	16
Выполнение курсовой работы /проекта					
Контроль: зачет с оценкой					
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>8</b>		<b>16</b>	<b>84</b>	<b>108</b>
В том числе с применением дистанционных образовательных технологий					

### 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием разделов и тем по дисциплине (см. п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

#### 3.1. Содержание контактной работы с преподавателем

##### Тема 1. Методология управления проектами.

*Тема практического занятия:*

Методология управления проектами.

*Вопросы для обсуждения, задания:*

1. Понятия «проект» и «управление проектами».
2. Стандарты управления проектами.
3. Проект как система. Системный подход к управлению проектами.
4. Цели проекта.
5. Окружение проекта.
6. Жизненный цикл проекта.
7. Структура проекта.



*Задание 1.* Вам предлагается выбрать и привести общее обоснование проекта в сфере услуг. Определите цель и задачи проекта. Какими специфическими чертами обладает реализуемый организацией проект? Назовите различия операционного управления и проектного управления. Охарактеризуйте функциональную область менеджмента по выбранному вами проекту. Приведите перечень факторов, влияющих на проект, и охарактеризуйте их.

Обоснуйте управленческий подход, или их сочетание (процессный подход, программно-целевое планирование и т. д.) для конкретного проекта. Охарактеризуйте процессы (под-процессы) управления по проекту.

*Задание 2.* Характеризуя проект, можно назвать его ключевые элементы, такие как: замысел, средства реализации и цели – результаты, решения. Конкретизируйте основные элементы проекта на основании выбора, осуществленного вами в задании 1, или выбрав другой заинтересовавший вас проект. Постройте систему управления проектом и подробно охарактеризуйте цели управления, управляемую и управляющие подсистемы и воздействия, систему информационного обеспечения проекта, а также среду проекта (внешнее окружение, внутреннюю среду).

## **Тема 2. Экономические аспекты проекта.**

*Тема практического занятия:*

Экономические аспекты проекта.

*Вопросы для обсуждения, задания:*

1. Классификация проектов.
2. Экономическая модель проекта.
3. Эффекты и индикаторы успешности реализации проекта. Эффективность реализации проекта и её виды.
4. Оценка экономической эффективности проекта. Общие подходы.

*Задание 1.* Приведите примеры проектов, реализуемых в сфере услуг в соответствии с изученной классификацией. Какова специфика проектов, реализуемых в отдельных секторах услуг? Проведите сравнительный анализ проектов, реализуемых в сфере розничной торговли (на примере известной вам торговой сети), в банковской сфере (на примере конкретной организации), в сфере бытовых услуг (на примере известной вам организации).

*Задание 2.* В практике бизнеса распространены и находят применение различные виды франчайзинговой деятельности. В том числе:

- сбытовой франчайзинг, используемый производителем товаров для построения единой разветвленной сбытовой сети, функционирование которой находится под его контролем;
- торговый франчайзинг, когда торгующая организация открывает сеть своих магазинов, которые юридически не являются ее структурными подразделениями, филиалами или дочерними предприятиями;
- франчайзинг в сфере бытового обслуживания - типичными примерами являются сети фирменных отелей, ресторанов или авторемонтных мастерских;
- производственный франчайзинг, используемый изготовителем для расширения производства своих товаров и их продвижения на новые рынки.

Охарактеризуйте экономическую модель франчайзинга. Составьте аналитическую таблицу, содержащую характеристику данных видов франчайзинга, с выделением достоинств и недостатков каждой из схем особых договорных отношений между участниками рынка. Кроме того, приведите примеры конкретных региональных, российских и международных компаний, использующих в своей деятельности франчайзинг.

### **Тема 3. Анализ и управление проектными рисками.**

*Тема практического занятия:*

Анализ и управление проектными рисками.

*Вопросы для обсуждения, задания:*

1. Понятие риска и неопределенности.
2. Классификация проектных рисков.
3. Система управления проектными рисками.
4. Основные подходы к оценке риска.
5. Методы управления рисками.

*Задание 1.* Для проекта вашей магистерской диссертации, или для одного из проектов, приведенных в качестве примера, определите основные виды рисков. Приведите их характеристику. Определите вероятность и тяжесть рисков и составьте матрицу рисков. Какими методами и на основании каких данных можно управлять рисками вашего проекта? Создайте журнал рисков проекта.

Примеры проектов:

- розничная торговля;
- создание малого предприятия, индивидуального бизнеса в сфере коммуникаций;
- проект в некоммерческой сфере (образовательный проект);
- проект в сфере регионального туризма.

### **Тема 4. Сетевой анализ и календарное планирование проекта.**

*Тема практического занятия:*

Сетевой анализ и календарное планирование проекта.

*Вопросы для обсуждения, задания:*

1. Основные задачи планирования проекта.
2. Иерархическая структура работ проекта.
3. Функции сетевого анализа в планировании проекта.
4. Анализ критического пути.
5. Распределение ресурсов. Разработка расписания проекта.

*Задание 1.* Организация реализует проект, продолжительность операций приведена в таблице. Рассчитайте наиболее ранние срока начала и окончания операций по проекту. Определите наиболее поздние срока начала операций. Определите критический путь проекта, его общую продолжительность. Постройте сетевой граф по проекту. Определите резервы времени на выполнение операций по проекту.

## Продолжительность операций по проекту

Операция	Предшествующая операция	Продолжительность операции, дни	Примечание
1	2	3	4
A	-	8	-
B	-	10	-
C	-	6	-
1	2	3	4
D	A, B	8	Нельзя начать, пока не завершатся A и B
E	B, C	9	Нельзя начать, пока не завершатся B и C
F	C	14	Нельзя начать, пока не завершится C
G	D, E	14	Нельзя начать, пока не завершатся D и E
H	F, G	6	Нельзя начать, пока не завершатся F и G

## Тема 5. Формирование финансовых ресурсов проекта.

*Тема практического занятия:*

Формирование финансовых ресурсов проекта.

*Вопросы для обсуждения, задания:*

1. Оценка стоимости проекта.
2. Планирование затрат по проекту.
3. Финансирование за счет выпуска акций.
4. Долгосрочное долговое финансирование.
5. Другие источники финансирования проектов.
6. Контроль выполнения плана и условий финансирования.

*Задание 1.* Для проектов, реализуемых в сфере розничной торговли, общественного питания, туризма (гостеприимства) составьте анкеты, используемые для экспертизы привлекательности проекта в целях его инвестиционного, долгового финансирования. Каковы особенности экспертных оценок проектов, реализуемых в указанных секторах сферы услуг? Каковы основные тенденции развития розничной торговли, общественного питания, индустрии туризма (гостеприимства) в Новосибирске, Новосибирской области? Какой сектор сферы услуг наиболее привлекателен для инвестирования? Приведите наиболее полный перечень факторов, влияющих на окупаемость средств по проектам в сфере торговли и услуг.

## Тема 6. Анализ реализации проекта.

*Тема практического занятия:*

Анализ реализации проекта.

*Вопросы для обсуждения, задания:*

1. Анализ коммуникаций по проекту.
2. Конфликты по проекту и их разрешение.
3. Контроль при реализации проекта. Мониторинг проекта.
4. Управление изменениями.
5. Планирование, обеспечение, контроль качества проекта.
6. Анализ договорной работы по проекту.

*Задание 1.* План управления коммуникациями является частью общего плана управления проектом или включается в него как вспомогательный план. Шаблон разделов данного плана приведен в табл. 1.

*Таблица 1*

**Разделы плана управления коммуникациями**

Раздел плана	Комментарий
Предмет коммуникации	Информация, предназначенная для распространения среди участников проекта
Цель коммуникации	С какой целью распространяется данная информация
Частота коммуникации	Как часто предполагается распространять данную информацию
Дата начала (завершения)	Временные рамки распространения данной информации
Формат (средства связи)	Представление информации, способ, технологии передачи
Ответственные лица	Члены команды, в обязанности которых входит распространение данной информации
Адресат коммуникации	Лица, подразделения, которым предназначается данная информация, с выделением приоритетов

Составьте план управления коммуникациями по проекту в сфере услуг.

Определите способы коммуникаций для конкретного проекта, приведите характеристику их достоинств и недостатков, а также рекомендации по развитию коммуникаций по проекту.

*Задание 2.* Составьте аналитическую таблицу, содержащую источники возникновения конфликтов по конкретному проекту. В качестве примера используйте один из проектов из перечня (либо выберите проект самостоятельно). Примеры проектов:

- ремонт квартиры;
- создание малого предприятия, индивидуального бизнеса в сфере коммуникаций;
- проект в некоммерческой сфере (образовательный проект);
- проект в сфере регионального туризма;
- проект предприятия по выпуску продуктов, напитков из местного сырья (дикоросы).

Какую стратегию (стратегии) разрешения конфликтов по проекту целесообразно использовать? В чем заключаются положительные и негативные результаты конфликтов по конкретному проекту?

*Задание 3.* Назовите методы контроля, которые целесообразно применить к реализации проекта в сфере услуг. Когда уместно применение этих методов контроля? По каким показателям следует контролировать ваш проект? Кто и когда должен получить информацию о ходе реализации проекта?

Определите этапы мониторинга, состав информационного обеспечения этапов мониторинга конкретного проекта в сфере услуг.

## **Тема 7. Постаудит проекта.**

*Тема практического занятия:*

Постаудит проекта.

*Вопросы для обсуждения, задания:*

1. Фаза завершения проекта.
2. Закрытие контрактов проекта.
3. Постаудит проекта.
4. Основные программные продукты в управлении проектами.

*Задание 1.* На фазе завершения действия менеджмента включают:

- действия и операции, необходимые для удовлетворения критериев завершения или выхода для фазы или проекта;
- действия и операции, необходимые для передачи продуктов, услуг или результатов проекта в следующую фазу или в производство и (или) операционную деятельность;
- операции, необходимые для сбора документов проекта или фазы, проверки успешности или неудачи проекта, аккумуляции полученных знаний и архивирования информации по проекту для будущего использования организацией.

Главная цель этой фазы – проверить и передать заказчику результат проекта. Для этого необходимо выполнить приемо-сдаточные работы в соответствии с процедурой приемки, которая должна быть определена заранее на самой ранней стадии проекта.

Определите перечень и содержание действий по завершению конкретного проекта, руководствуясь примерами проектов, реализуемых: в розничной торговле, в сфере туризма (гостеприимства), в банковской деятельности (страховании).

Составьте итоговый отчет по проекту. Какие проблемы выявились в ходе реализации проекта, и как их можно было бы избежать? Какие уроки вы вынесли на будущее?

Определите, какие программные продукты целесообразно использовать для повышения эффективности выполнения конкретного проекта.

## 4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 4.1. Основная учебная литература

*Бакша, Н. В.* Антикризисное управление : учебное пособие для направления «Менеджмент» / Н. В. Бакша ; Тюменский гос. ун-т, Ин-т права, экономики и управления. – Тюмень : ТюмГУ, 2013. – 300 с.

*Романова, М. В.* Управление проектами : учебное пособие / М. В. Романова. – М. : ИД «Форум» : ИНФРА-М, 2014. – 256 с.

*Тихомирова, О. Г.* Менеджмент организации: история, теория и практика : учебное пособие / О. Г. Тихомирова, Б. А. Варламов. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 256 с.

### 4.2. Дополнительная учебная литература, в том числе из фондов библиотеки НГПУ

Антикризисное управление персоналом организации : учебное пособие по специальности «Менеджмент организации» / А. Н. Митин, А. Э. Федорова, Ю. А. Токарева и др. – СПб [и др.] : Питер, 2005. – 272 с.

*Афанасьев, В. Я.* Проектный анализ : учебное пособие / В. Я. Афанасьев, В. П. Горюнов, М. П. Горюнова ; Ин-т управления в промышленности и энергетике. – М. : Гос. ун-т управления, 2009. – 53 с.

*Балдин, К. В.* Управленческие решения : учебник по специальности «Менеджмент организации» / К. В. Балдин, С. Н. Воробьев, В. Б. Уткин. – М. : Дашков и К, 2004. – 496 с.

*Вишняков, Я. Д.* Общая теория рисков : учебное пособие для вузов по специальности «Менеджмент организации» / Я. Д. Вишняков, Н. Н. Радаев. – 2-е изд., испр. – М. : Академия, 2008. – 368 с.

*Мазур, И. И.* Управление проектами : учебное пособие для вузов по специальности «Менеджмент организации» / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро, Н. Г. Ольдерогге. – М. : ОМЕГА-Л, 2007. – 664 с.

Менеджмент сегодня : журнал. – М. : ИД «Гребенников», 2015.

*Попов, Ю. И.* Управление проектами : учебное пособие / Ю. И. Попов, О. В. Яковенко ; Ин-т экономики и финансов «Синергия». – М. : ИНФРА-М, 2012. – 208 с.

*Разу, М. Л.* Сущность проектного управления : учебное пособие для вузов по специальностям «Менеджмент организации», «Управление проектом» / М. Л. Разу, Р. Н. Ким ; Ин-т бизнеса в строительстве и управления проектом. – М. : Гос. ун-т управления, 2010. – 102 с.

Управление проектами : учебник / Л. Г. Матвеева [и др.] ; Южный федеральный ун-т. – Ростов н/Д : Феникс, 2009. – 422 с.

Управление проектом : основы проектного управления : учебник для вузов / под ред. М. Л. Разу ; Гос. ун-т управления. – М. : Кнорус, 2006. – 768 с.

Управление проектами. Фундаментальный курс : учебник / под ред. В. Аньшина. – М. : Учебники Высшей школы экономики, 2013. – 624 с.

*Фалькевич, Н. А.* Экономика и управление проектированием : учебное пособие / Н. А. Фалькевич, Н. В. Иванова, Е. Г. Чумакова. – М. : Гос. ун-т управления, 2011. – 50 с.

Хэлдман, К. Управление проектами : быстрый старт / К. Хэлдман ; под общ. ред. С. И. Неизвестного. – М. : ДМК : Академия АйТи, 2008. – 352 с.

Хэлдман, К. Профессиональное управление проектом (Project Management Professional) / К. Heldman / К. Хелдман ; пер. с англ. М. Н. Голицыной ; под ред. И. М. Степнова. – М. : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2009. – 517 с.

### 4.3. Интернет-ресурсы

#### 4.3.1. Ресурсы НГПУ

Арямов, А. А. Общая теория риска (юридический, экономический и психологический анализ) : монография / А. А. Арямов. – М. : Российская академия правосудия, 2009. – 171 с.

Никулина, Н. Н. Финансовый менеджмент организации. Теория и практика : учебное пособие / Н. Н. Никулина. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 511 с.

Троцкий, М. Управление проектами / М. Троцкий, Б. Груча, К. Огонек. – М. : Финансы и статистика, 2011. – 304 с.

#### 4.3.2. Ресурсы открытого доступа:

Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://window.edu.ru/>.

Электронная библиотека РГБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elibrary.rsl.ru/>.

Polpred.com. Обзор СМИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://polpred.com/>.

#### 4.3.3. Методическое обеспечение

Персональные сайты преподавателей Института рекламы и связи с общественностью [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://prepod.nspu.ru/>.

### 4.4. Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

№	Тема дисциплины	Задание для самостоятельной работы	Трудоемкость задания, часы	Перечень учебно-методического обеспечения (номера источников из п. п. 4.1–4.3)
1	2	3	4	5
1	Методология управления проектами	Подготовка вопросов к практическому занятию Составление перечня базовых терминов по теме (глоссария) Выполнение практических заданий	12	1, 2, 3, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25

Окончание табл. 3

1	2	3	4	5
2	Экономические аспекты проекта	Подготовка вопросов к практическому занятию Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария) Выполнение практических заданий	12	1, 2, 3, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
3	Анализ и управление проектными рисками	Подготовка вопросов к практическому занятию Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария) Выполнение практических заданий	12	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
4	Сетевой анализ и календарное планирование проекта	Подготовка вопросов к практическому занятию Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария) Выполнение практических заданий	12	1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
5	Формирование финансовых ресурсов проекта	Подготовка вопросов к практическому занятию Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария) Выполнение практических заданий	12	1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
6	Анализ реализации проекта	Подготовка вопросов к практическому занятию Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария) Выполнение практических заданий	12	1, 2, 3, 4, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
7	Постаудит проекта	Подготовка вопросов к практическому занятию Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария) Выполнение практических заданий	12	1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
<b>Итого</b>			84	

#### 4.5. Выполнение курсовой работы (проекта)

Курсовая работа (проект) по данной дисциплине не предусмотрена.

### 5. РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 5.1. Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (табл. 4, 5).



Таблица 4

**Локальные информационные технологии**

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Графические редакторы	Paint
Операционные системы	MicrosoftWindows
Офисные программы	MicrosoftOffice
Правовые информационные системы	Консультант Плюс
	Гарант

Таблица 5

**Распределенные информационные технологии**

Группа	Наименование
Система видеоконференцсвязи	Lifesize
Платформа для проведения вебинаров	Adobeconnect
Системы тестирования	Система компьютерного адаптивного тестирования АСТ-тест
Библиотеки и образовательные ресурсы (в том числе персональные сайты преподавателей НГПУ)	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте Видеолетопись НГПУ <a href="http://tv-news.nspu.ru">http://tv-news.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте НГПУ-онлайн <a href="http://live.nspu.ru">http://live.nspu.ru</a>
	Система электронных портфолио студентов НГПУ

**5.2. Материально-техническая база**

Таблица 6

**Материально-техническая база**

Помещение для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
1	2	3
Аудитории для проведения лекционных занятий		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100.	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30.	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28

1	2	3
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30.	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30.	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31.	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллойская, 28
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30.	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Итоговый контроль по дисциплине (промежуточная аттестация) осуществляется в форме *зачета с оценкой*.

### 6.1. Выполнение практических заданий

Этапы контроля: темы 1–7.

Время на выполнение: в течение семестра.

Форма проведения контроля: устный.

Метод оценивания: экспертный.

Задания приведены в п. 3.1.

### 6.2. Зачет с оценкой

Форма проведения контроля: устный ответ на вопросы к зачету.

Метод оценивания: экспертный.

Время на выполнение: 1 час (подготовка ответов на вопросы к зачету).

*Критерии выставления отметок:* «удовлетворительно» (пороговый уровень сформированности компетенций), «хорошо» (средний уровень сформированности компетенций), «отлично» (высокий уровень сформированности компетенций), «неудовлетворительно» (компетенции не сформированы).

### *Перечень примерных вопросов для подготовки к зачету*

1. Основное содержание проектного управления.
2. Факторы, влияющие на проект.
3. Методы проектного управления.
4. Стандарты управления проектами.
5. Проект как система: основные свойства, элементы и их характеристика.
6. Общее представление о системе управления проектом.
7. Основные требования к проекту.
8. Окружение проекта и общая характеристика факторов внешнего окружения.
9. Основные участники проекта и их характеристика.
10. Жизненный цикл проекта: сущность, характеристика фаз жизненного цикла проекта.
11. Структура проекта.
12. Проектная структура управления организацией.
13. Необходимость и основные критерии классификации проектов.
14. Экономическая модель проекта: общее представление и разработка модели.
15. Организационно-правовые формы юридических лиц при реализации проектов.
16. Договорные отношения в системе проектной деятельности.
17. Понятия «эффект» и «эффективность» реализации проекта. Эффекты реализации проекта.
18. Виды эффективности проекта.
19. Показатели, используемые при оценке экономической эффективности проекта.
20. Понятие «риск» в менеджменте. Факторы рисков при реализации проектов.
21. Классификация проектных рисков и их общая характеристика.
22. Процесс управления рисками проекта.
23. Система мониторинга рисков проекта.
24. Методы анализа проектных рисков: общая характеристика и область применения.
25. Методы управления рисками проекта.
26. Основные этапы планирования проекта и их характеристика.
27. Структура работ проекта и их характеристика.
28. Сетевой анализ в планировании проекта.
29. Анализ критического пути проекта: общая характеристика.
30. Распределение ресурсов проекта.
31. Методы финансирования проекта.
32. Роль коммуникаций в проекте, модель и основные участники коммуникационного процесса.
33. Источники конфликтов при реализации проекта.
34. Разработка стратегии управления конфликтами проекта.
35. Контроль реализации проекта: значение, виды контроля проектной деятельности.
36. Мониторинг проекта: задачи, правила, этапы.
37. Управление изменениями в процессе реализации проекта.
38. Управление качеством проекта.
39. Управление закупками проекта: задачи, критерии выбора поставщиков и их контроль.
40. Процедуры закрытия проекта.

*Красильникова Т. В., канд. экон. наук, доц.,  
доц. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»*

# ЭКОНОМИКА СФЕРЫ УСЛУГ

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки магистратуры по направлению 38.04.02 *Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322.

Дисциплина является *дисциплиной вариативной части* блока Б1.В «*Вариативная часть*» учебного плана образовательной программы, изучается во 2 семестре. Трудоемкость дисциплины: 4 ЗЕ / 144 часов, в том числе 24 часов – контактная работа с преподавателем, 120 часов – самостоятельная работа (табл. 2).

**Цели освоения дисциплины:** приобретение комплексных знаний о процессе стратегического управления, методике стратегического анализа и планирования стратегии развития в сфере услуг.

### Планируемые результаты обучения

Дисциплина направлена на формирование компетенции ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6 и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

### Перечень планируемых результатов обучения

Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине (дескрипторы)
1	2
<b>ПК – 3.</b> Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	<i>Знать:</i> структуру и методы анализа ценообразования, исходя из которых принимаются управленческие решения. <i>Уметь:</i> анализировать финансовую отчетность. <i>Владеть:</i> навыками оценки экономической эффективности финансово-инвестиционной деятельности в области привлечения и использования капитала.
<b>ПК – 4.</b> Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	<i>Знать:</i> основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа процессов управления, модели поведения экономических агентов и рынков. <i>Уметь:</i> проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес-процессами, анализировать конкретные ситуации, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты. <i>Владеть:</i> навыками сбора, обработки и оценки информации для подготовки и принятия управленческих решений, навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений.

1	2
<b>ПК – 5.</b> Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	<p><i>Знать:</i> методы экономического анализа, оценки эффективности реализации проектов в сфере услуг.</p> <p><i>Уметь:</i> систематизировать, анализировать и представлять результаты специализированных исследований поведения экономических агентов, конкурентов, внешней, глобальной среды проекта.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками анализа и управления проектными рисками, ресурсами проекта, информационными технологиями в целях достижения целей проектной деятельности организации.</p>
<b>ПК – 6.</b> Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	<p><i>Знать:</i> структуру и методы анализа ценообразования, исходя из которых принимаются управленческие решения.</p> <p><i>Уметь:</i> анализировать финансовую отчетность.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками оценки экономической эффективности финансово-инвестиционной деятельности в области привлечения и использования капитала.</p>

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Тема 1. Введение в управленческую экономику. Предприятие как субъект предпринимательской деятельности.**

Предмет и объект изучения дисциплины «Управленческая экономика», ее задачи и место в системе экономических дисциплин высшего профессионального образования. Источники информации.

Понятие и виды предпринимательской деятельности.

Понятие предприятия. Цель функционирования предприятия. Основные признаки, определяющие предприятие. Типы предприятий. Организационно-правовые формы предприятий. Хозяйственные товарищества и общества, хозяйственные партнерства, крестьянские (фермерские) хозяйства, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия.

Малые, средние и крупные предприятия. Проблемы малого бизнеса в экономике России и пути их преодоления.

Развитие и укрупнение предприятий. Вертикально и горизонтально интегрированные предприятия. Холдинговые формы управления диверсифицированными компаниями.

### **Тема 2. Спрос и предложение. Эластичность спроса.**

Рыночный спрос: объем спроса, функция спроса, цена спроса и кривая спроса. Детерминанты рыночного спроса. Изменения величины спроса и изменения в спросе, их графическая интерпретация. Индивидуальный и рыночный спрос.

Рыночное предложение: объем предложения, функция предложения, цена предложения и кривая предложения. Детерминанты рыночного предложения. Изменения объема предложения и изменения в предложении, их графическая интерпретация. Индивидуальное и рыночное предложение.

Экономическая концепция эластичности. Эластичность спроса и предложения: понятие, виды эластичности. Методы измерения эластичности.

Индексы цен, номинального и реального дохода. Индексы цен и реального дохода. Применение индексов цен.

### **Тема 3. Экономические ресурсы предприятия.**

Экономические ресурсы. Теория факторов производства.

Понятие и состав имущества предприятия. Сущность, классификация, состав и структура основных фондов. Учет и оценка основных фондов. Износ и амортизация основных фондов. Аренда основных фондов. Планирование потребности в основных производственных фондах.

Классификация, состав и структура оборотных средств. Оборотные фонды и фонды обращения. Определение потребности в оборотных средствах.

Профессиональный и квалификационный состав кадров на предприятии. Формы и системы оплаты труда. Понятие и показатели производительности труда. Система показателей: выработка и трудоемкость, методы расчета.

### **Тема 4. Теория и оценка производства. Продукция и услуги предприятия.**

Производственная функция. Закон убывающей отдачи. Возрастающий, постоянный и уменьшающийся эффект масштаба. Формы производственной функции, статистические методы их оценки. Значение производственных функций в принятии управленческих решений.

Основные формы организации производства: концентрация, специализация, кооперирование и комбинирование. Характеристика производственного процесса на предприятии. Типы организации производственного процесса: единичный, серийный, массовый.

Производственная программа предприятия: сущность, состав, показатели, их взаимосвязь и учет.

Понятие и виды производственной мощности предприятия.

Понятие продукта, товара и услуги, их свойства и классификация. Товарный ассортимент: понятие, факторы, влияющие на его обновление. Товарная номенклатура.

Понятие и показатели качества и конкурентоспособности. Виды и методы контроля качества. Понятие стандартов и стандартизации.

### **Тема 5. Издержки предприятия.**

Издержки, их понятие, значение в управленческих решениях. Классификация издержек. Предельные и средние издержки.

Классификация издержек по критерию функциональной зависимости от объемов производства: общие постоянные, общие переменные и общие валовые издержки. Графическая интерпретация.

Классификация издержек на единицу продукции: средние постоянные, средние переменные, средние валовые и предельные издержки. Графическая интерпретация.

Структура затрат. Состав затрат, включаемых в себестоимость продукции. Калькуляция себестоимости продукции, виды калькуляции, методика ее составления.

## **Тема 6. Ценообразование, ценовая политика предприятия.**

Понятие и виды цен. Оптовая, отпускная цена, оптово-отпускная цена, розничная цена. Методы расчета цены. Ценообразование, основанное на издержках. Метод полных затрат, целевой прибыли, рыночные методы, параметрические методы.

Ценовая политика и ценовые стратегии фирмы: виды, выбор, реализация.

Влияние ценовой дискриминации на благосостояние общества. Анализ картельных цен.

## **Тема 7. Прибыль и рентабельность предприятия.**

Теории прибыли: обзорная классификация. Функция прибыли и ее графическое выражение. Максимизация прибыли и определение оптимального объема выпуска фирмы.

Виды прибыли, прибыль от реализации продукции, прибыль до налогообложения, чистая прибыль. Факторы, влияющие на величину прибыли.

Планирование и управление прибылью. Распределение чистой прибыли, нераспределенная прибыль.

Понятие рентабельности. Виды рентабельности, рентабельность предприятия, рентабельность предприятия, рентабельность продаж, рентабельность капитала. Анализ безубыточности. Точка безубыточности. Порог рентабельности.

Основные направления повышения прибыли и рентабельности.

## **Тема 8. Экономическая эффективность деятельности предприятия. Экономический анализ эффективности инвестиционных проектов.**

Эффективность деятельности предприятия. Система показателей эффективности (обобщающие и частные). Показатели платежеспособности, финансовой устойчивости, деловой активности. Эффективность использования экономических ресурсов предприятия: основного капитала, оборотного капитала и трудового потенциала. Основные направления повышения эффективности деятельности предприятия.

Инвестиционная деятельность предприятия. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Методические основы оценки эффективности инвестиционных проектов. Риск и неопределенность. Экономический анализ эффективности капиталовложений в условиях риска.

*Таблица 2*

### **Содержание работ по дисциплине (очная форма обучения, срок обучения – 2 года)**

Содержание работы	Виды и формы работы, ч				Всего, ч
	контактная работа			самостоятельная работа	
	лекции	лабораторные	практические		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Тема 1. Предприятие как субъект предпринимательской деятельности			2	10	12
Тема 2. Спрос и предложение. Эластичность спроса			2	10	12

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Тема 3. Экономические ресурсы предприятия	2		2	12	16
Тема 4. Теория и оценка производства. Продукция и услуги предприятия			2	10	12
Тема 5. Издержки предприятия	2		2	12	16
Тема 6. Ценообразование, ценовая политика предприятия	2		2	10	14
Тема 7. Прибыль и рентабельность предприятия	2		2	10	14
Тема 8. Экономическая эффективность деятельности предприятия. Экономический анализ эффективности инвестиционных проектов			2	10	12
Выполнение курсовой работы /проекта					
Контроль: <i>экзамен</i>				36	
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>8</b>		<b>16</b>	<b>120</b>	<b>144</b>
В том числе с применением дистанционных образовательных технологий					

### **3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием тем по дисциплине (п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

### **4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

#### **4.1. Основная учебная литература**

*Восколович, Н. А.* Экономика платных услуг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, направлению «Экономика», специальности «Государственное и муниципальное управление» / Н. А. Восколович. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 398 с.

Экономический анализ : учебник для вузов / Л. Т. Гиляровская [и др.]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 615 с.

#### **4.2. Дополнительная учебная литература, в том числе из фондов библиотеки НГПУ**

*Галай, А. Г.* Экономический анализ хозяйственной деятельности : курс лекций / А. Г. Галай, Т. П. Чашина. – М. : Московская государственная академия водного транспорта, 2014. – 81 с.

*Гиляровская, Л. Т.* Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческих организаций : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Бухгалтер-



ский учет, анализ и аудит», «Финансы и кредит» / Л. Т. Гиляровская, А. В. Ендовицкая. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 159 с.

*Захаров, И. В.* Теория экономического анализа : учебное пособие / И. В. Захаров. – М. : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2015. – 176 с.

*Илюхина, Г. И.* Управленческий анализ в отраслях : учебное пособие / Г. И. Илюхина. – М. : Палеотип, 2009. – 84 с.

*Казакова, Н. А.* Управленческий анализ: комплексный анализ и диагностика предпринимательской деятельности : учебник / Н. А. Казакова. – 2 изд., доп. и перераб. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 261 с.

*Колодий, Н. А.* Новая экономика – экономика ощущений : учебное пособие / Н. А. Колодий. – Томск : Томский политехнический университет, 2013. – 327 с.

*Котельникова, Е. А.* Экономика фирмы : учебное пособие / Е. А. Котельникова. – Саратов : Научная книга, 2012. – 145 с.

*Литвак, Б. Г.* Управленческие решения : практикум / Б. Г. Литвак. – М. : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012. – 448 с.

*Любушин, Н. П.* Экономика организации : учебник для вузов / Н. П. Любушин. – М. : КноРус, 2010. – 304 с.

Менеджмент сегодня : журнал. – М. : ИД «Гребенников», 2015.

*Селезнева, Н. Н.* Финансовый анализ. Управление финансами : учебное пособие для вузов / Н. Н. Селезнева, А. Ф. Ионова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 639 с.

ЭКО : всероссийский экономический журнал / Ин-т экономики и орг. пром. производства СО РАН. – Новосибирск : Наука, 2011.

Экономика фирмы : учебник для вузов / В. А. Максимов, А. В. Ермишина, М. А. Спиридонов [и др.]. – Ростов н/Д : Феникс, 2009. – 572 с.

Экономика : реферативный журнал / ИНИОН РАН, Центр соц. науч.-информ. исслед., отд. экономики. – М., 2009–2014.

Экономист : ежемесячный научно-практический журнал / М-во экон. развития РФ, ред. журн. «Экономист». – М. : 2006–2015.

### **4.3. Интернет-ресурсы**

#### **4.3.1. Ресурсы НГПУ**

*Галай, А. Г.* Экономика и управление предприятием : учебное пособие / А. Г. Галай, В. И. Дудаков. – М. : Московская государственная академия водного транспорта, 2013. – 176 с.

*Ефимов, О. Н.* Экономика предприятия : учебное пособие / О. Н. Ефимов. – Саратов : Вузовское образование, 2014. – 732 с.

*Захаров, И. В.* Теория экономического анализа : учебное пособие / И. В. Захаров. – М. : Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, 2015. – 176 с.

*Селезнева, Н. Н.* Финансовый анализ. Управление финансами : учебное пособие для вузов / Н. Н. Селезнева, А. Ф. Ионова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 639 с.

Экономика торговли : учебное пособие / Н. С. Шелег [и др.]. – Минск : Вышэйшая школа, 2012. – 559 с.

Юзов, О. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности предприятий : учебное пособие / О. В. Юзов, Т. М. Петракова. – М. : Издательский Дом МИСиС, 2015. – 90 с.

#### 4.3.2. Ресурсы открытого доступа:

Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.aup.ru>.

Информационно-справочный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.library.ru>.

Коммерсант [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.komrnersant.ru>.

Официальный сайт ГПНТБ СО РАН [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.spsl.nsc.ru>.

Российское информационное агентство ФедералПресс [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://fedpress.ru/>.

Сайт «Корпоративный менеджмент» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/finanalysis/invest/>.

Эксперт [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.expert.ru>.

Электронная библиотека ФГБОУ ВО «НГПУ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://lib.nspu.ru/>

#### 4.3.3. Методическое обеспечение

Персональные сайты преподавателей университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://prepod.nspu.ru/course/>.

### 4.4. Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

#### Очная форма обучения, срок обучения – 2 года

№ п/п	Тема дисциплины	Задание для самостоятельной работы	Трудоемкость задания, ч	Перечень учебно-методического обеспечения (номера источников из п.п. 4.1–4.3)
1	2	3	4	5
1	Тема 1. Предприятие как субъект предпринимательской деятельности	Подготовка вопросов к практическому занятию Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария) Выполнение практических заданий. Выполнение тестовых заданий	10	1, 2, 3, 7, 8, 14, 16, 18, 20, 22, 25–32

1	2	3	4	5
2	Тема 2. Спрос и предложение. Эластичность спроса	Подготовка вопросов к практическому занятию Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария) Выполнение практических заданий. Выполнение тестовых заданий	10	1, 2, 3, 8, 10, 12, 14, 17, 18, 23, 24, 25, 26, 28, 30
3	Тема 3. Экономические ресурсы предприятия	Подготовка вопросов к практическому занятию Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария) Выполнение практических заданий Выполнение тестовых заданий	12	1, 2, 3, 9, 10, 13, 14, 17, 19, 20, 24, 25, 26, 27, 29.
4	Тема 4. Теория и оценка производства. Продукция и услуги предприятия	Подготовка вопросов к практическому занятию Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария) Выполнение практических заданий Выполнение тестовых заданий	10	1, 2, 3, 9, 10, 12, 14, 15, 18, 19, 21, 23, 25, 27, 29
5	Тема 5. Издержки предприятия	Подготовка вопросов к практическому занятию Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария) Выполнение практических заданий Выполнение тестовых заданий	12	1, 2, 3, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 17, 20, 21, 23, 25, 26–32
6	Тема 6. Ценообразование, ценовая политика предприятия	Подготовка вопросов к практическому занятию Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария) Выполнение практических заданий Выполнение тестовых заданий	10	1, 2, 3, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 17, 20, 21, 23, 25–32
7	Тема 7. Прибыль и рентабельность предприятия	Подготовка вопросов к практическому занятию Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария) Выполнение практических заданий Выполнение тестовых заданий	10	1, 2, 3, 9, 11, 12, 14, 15, 17, 20, 21, 23, 25, 26–32
8	Тема 8. Экономическая эффективность деятельности предприятия. Экономический анализ эффективности инвестиционных проектов	Подготовка вопросов к практическому занятию Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария) Выполнение практических заданий Выполнение тестовых заданий	10	1, 2, 3, 9, 10, 12, 13, 15, 16, 18, 19, 21, 22, 25, 26
9	Подготовка к экзамену		36	
<b>Итого</b>			<b>120</b>	

#### 4.5. Выполнение курсовой работы (проекта)

Курсовая работа по данной дисциплине не предусмотрена.

### 5. РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 5.1. Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (табл. 4, 5).

Таблица 4

#### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Графические редакторы	Paint
Операционные системы	MicrosoftWindows
Офисные программы	MicrosoftOffice
Правовые информационные системы	Консультант Плюс
	Гарант

Таблица 5

#### Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
1	2
Система видеоконференцсвязи	Lifesize
Платформа для проведения вебинаров	Adobeconnect
Системы тестирования	Moodle-тестирование
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте Видеолетопись НГПУ <a href="http://tv-news.nspu.ru">http://tv-news.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте НГПУ-онлайн <a href="http://live.nspu.ru">http://live.nspu.ru</a>

## 5.2. Материально-техническая база

Таблица 6

### Материально-техническая база

Помещение для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
1	2	3
Аудитории для проведения лекционных занятий		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31.	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллойская, 28
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Итоговый контроль по дисциплине (промежуточная аттестация) осуществляется в форме экзамена.

Оценка *«отлично»* ставится, если магистрант логично и доказательно раскрывает вопросы, заданные на экзамене, ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью магистранта; промежуточное тестирование выполнено на «хорошо» или «отлично».

Оценка *«хорошо»* ставится, если знания имеют достаточный уровень, однако отличаются слабой структурированностью; раскрыто содержание вопросов, но в ответе имеют место несущественные ошибки, которые магистрант способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; промежуточное тестирование выполнено на «хорошо» или «удовлетворительно».

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью, содержание заданных вопросов раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на вопросы; промежуточное тестирование выполнено минимум на «удовлетворительно».

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обнаружено незнание или непонимание магистрантом сущностной части управления корпоративными финансами; допускаются существенные ошибки, которые магистрант не может исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов магистрант затрудняется дать ответ, или не дает верных ответов; промежуточное тестирование выполнено на «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

### 6.1. Выполнение практических заданий

Этапы контроля: темы 1–5.

Время на выполнение: в течение семестра.

Форма проведения контроля: устный.

Метод оценивания: экспертный.

### Примерные варианты

*Задача 1.* Определите, как изменился уровень издержек обращения по торговому предприятию в отчетном периоде по сравнению с предшествующим, на основе следующих данных:

1. Отчетный период:

- товарооборот – 31 100 тыс. р.;
- сумма издержек обращения – 5948,1 тыс. р.

2. Предшествующий период:

- товарооборот – 30 180 тыс. р.;
- сумма издержек обращения была меньше, чем в отчетном году, на 832 тыс. р.

**Задача 2.** Определите по оптовому торговому предприятию экономию (перерасход) издержек обращения за отчетный год по сравнению с планом.

По плану предусматривалась сумма издержек обращения в размере 290 тыс. р., фактически плановая сумма была превышена на 24,5 %.

Плановая сумма реализации товаров со склада должна была составить 2 100 тыс. р., фактически увеличилась на 170 тыс. р.

Транзитный товароборот (с участием в расчетах) фактически составил 310 тыс. р., что на 5,8 % выше плана.

**Задача 3.** Рассчитайте влияние изменения товарооборота на изменение издержек обращения по торговому предприятию за отчетный год. Результаты расчетов оформите в табл. 1.

Таблица 1

**Расчет влияния изменения товарооборота  
на уровень издержек обращения по торговому предприятию  
за отчетный год, тыс. р.**

Издержки обращения	Предшествующий год		Предшествующий год в пересчете на отчетный год		Влияние изменения товарооборота	
	сумма	уровень, %	сумма	уровень, %	уровень, %	сумма относи- тельная
Постоянные	16 170,5					
Переменные	17 727,5					
Всего						
Товарооборот	156585,0	х	218696,0	х		

**Задача 4.** Рассчитайте влияние изменения товарооборота на издержки обращения по торговому предприятию, используя следующую информацию:

1. Данные об издержках обращения (по итогу) возьмите в задаче 1.

2. Данные о товарообороте:

– предшествующий период – 192 988,4 тыс. р.;

– отчетный период – 234 165 тыс. р.

3. Укажите, какова роль торговой организации в изменении уровня издержек обращения, если за счет роста цен издержки снизились на 0,26 % к товарообороту?

**Задача 5.** Рассчитайте влияние изменения цен на изменение уровня издержек обращения по торговому предприятию на основе следующих данных:

1. В отчетном году произошел рост цен на 11 %.

2. Товарооборот фактический составил 218 696 тыс. р., по плану – 186 565 тыс. р.

3. Сумма издержек обращения:

– всего – 41 846 тыс. р.;

– условно-постоянных – 22 308 тыс. р.;

– условно-переменных – 19 538 тыс. р.

*Задача 6.* Определите размер влияния цен на изменение издержек обращения.

1. Товарооборот отчетного периода – 18 450,6 тыс. р.
2. Фактический уровень издержек составил 22,15 % к товарообороту; уровень издержек по статьям, не зависящих от изменения цен – 10,72 %.
3. Индекс цен составил: I вариант – 1,25; II вариант – 0,96.

*Задача 7.* Определите влияние изменения цен на уровень издержек обращения торговой фирмы на основе следующих данных.

1. В предшествующем периоде сумма издержек обращения составила 1580,5 тыс. р., товарооборот – 7450,7 тыс. р.
2. В отчетном периоде было продано товаров на 8,5 % больше, чем в предшествующем; сумма издержек обращения увеличилась на 9,1 %. Доля зависимых от изменения цен издержек составила 48,5 %.
3. Цены возросли на 15 %.

*Задача 8.* Используя данные о подтоварных издержках обращения, установленных на основе специального исследования, и структуре товарооборота по торговому предприятию, определите влияние изменения структуры товарооборота на уровень издержек обращения в отчетном периоде. Расчеты оформите в табл. 2.

Таблица 2

**Расчет влияния структуры товарооборота  
на уровень издержек обращения по торговому предприятию, %**

Товарные группы	Доля в общем объеме товарооборота			Потоварный уровень издержек обращения	Размер влияния структуры товарооборота
	предшествующий период	отчетный период	отклонение (+,-)		
Сахар	5,20	5,46		28,5	
Кондитерские изделия	10,95	11,43		26,8	
Рыба	1,65	1,70		28,0	
Хлеб и хлебобулочные изделия	9,15	9,32		30,5	
Ткани	1,02	0,67		20,0	
Трикотаж	3,24	3,18		22,5	
Остальные	68,79	68,24		30,0	
Всего	100,0	100,0		x	

*Задача 9.* Определите, какое влияние на изменение уровня издержек обращения фирмы оказало изменение издержкостности по магазинам и доли магазинов в общем товарообороте фирмы.

Необходимые расчеты произведите в табл. 3.



## Издержки обращения торговой фирмы, %

Магазин	Доля в товарообороте		Уровень издержек обращения		Процентные числа		
	предшествующий период	отчетный период	предшествующий период	отчетный период	предшествующий период	отчетный период	скорректированные
1	18,5	19,6	16,75	16,25			
2	17,0	17,0	18,15	18,05			
3	20,1	19,0	18,06	18,70			
4	21,0	20,3	18,84	19,00			
5	23,4	24,1	15,86	15,55			
Итого							

**6.3. Тестирование**

Этапы контроля: тема 1–5.

Время на выполнение задания: количество тестовых вопросов \* 50 сек.

Форма проведения контроля: тестирование.

*Шкала оценивания:*

1 балл – за правильный ответ на одно тестовое задание;

0 баллов – за неправильный ответ на одно тестовое задание.

С учетом количества тестовых заданий (двадцать), максимально возможное количество баллов за данный этап зачета составляет 20 баллов.

Критерии оценки результатов выполнения: верно выполнено более 65 % заданий – *зачтено*; менее 65 % – *не зачтено*.

***Примерные варианты***

1. Выберите формулу, по которой определяется безубыточный объем товарооборота:

а)  $\frac{И_{пост.}}{Уд. - Уи.перем.} \times 100\%$  ;

б)  $\frac{И_{пост.}}{Уд. - Уи.пост.} \times 100\%$  ;

в)  $\frac{И_{пост.} + П}{Уд. - Уи.перем.} \times 100\%$  .

2. Выберите правильный ответ, определив прирост товарооборота за счет роста производительности труда. Плановая численность – 40 человек, фактическая – 42; плановый товарооборот – 3870 тыс. руб., фактический – 4256 тыс. руб.:

- а) 183,2 тыс. руб.;
- б) 192,4 тыс. руб.

3. Ритмичность выполнения плана товарооборота рассчитывается для:

- а) оценки деятельности организации за определенный период;
- б) оценки деятельности структурных подразделений организации.

4. Выберите вариант, используемый для определения товарооборота в сопоставимом виде:

- а) товарооборот отчетного года в действующих ценах, индекс цен
- б) товарооборот отчетного года  $\times$  индекс цен

5. Выберите элементы, которые включаются в состав оптового оборота:

- а) продажа продовольственных товаров организациям;
- б) отпуск товаров со складов;
- в) транзитный оборот.

6. Выберите факторы, влияние которых оценивается как интенсивное:

- а) средняя выработка;
- б) цены;
- в) товарооборот на 1 кв. м. торговой площади;
- г) коэффициент эластичности продажи товаров;
- д) количество магазинов.

7. К нормируемым товарным запасам организаций торговли относят товары:

- а) сезонного накопления;
- б) досрочного завоза;
- в) текущего хранения;
- г) повседневного спроса.

8. Целью накопления товарных запасов в торговле выступает:

- а) заполнение торгово-складских помещений;
- б) обеспечение бесперебойной реализации товаров;
- в) изучение спроса покупателей;
- д) анализ товарных запасов.

9. Время обращения товарных запасов в торговле измеряется:

- а) суммой товарного запаса на конец периода;
- б) суммой товарного запаса на начало периода;
- в) сроком реализации среднего товарного запаса в днях оборота;
- г) средней суммой товарного запаса.

10. Особенность планирования товарных запасов по кварталам года заключается в том, что:

- а) учитывается товарооборот однодневный;

- б) определяется отклонение в днях оборота;
- в) определяется прирост (снижение) суммы товарного запаса за год, который подлежит распределению по кварталам года;
- г) все предложенные варианты ответов верны.

11. Время обращения среднего товарного запаса сократилось с 9 до 6 дней. Что произошло со скоростью обращения товарных запасов, измеряемой в разгах?

- а) ускорилась на 50 %;
- б) замедлилась на 50 %;
- в) ускорилась на 1/3;
- г) осталась неизменной.

12. Как рассчитать необходимое поступление товаров?

- а) к товарообороту прибавить естественную убыль товаров и вычесть остатки товаров на конец планового периода;
- б) к товарообороту прибавить естественную убыль товаров, остатки товаров на конец планового периода по нормативу, прочее выбытие товаров и вычесть товарные запасы на начало периода;
- в) суммировать товарооборот, товарные запасы на начало и конец периода;
- г) из товарооборота вычесть естественную убыль и остатки товаров на начало периода.

13. Постоянные издержки обращения – это:

- а) издержки, сумма которых не зависит от изменения размера товарооборота, а уровень изменяется;
- б) издержки, сумма которых зависит от изменения размера товарооборота, а уровень – не изменяется;
- в) издержки, связанные с продолжением процессов производства в сфере обращения;
- г) издержки, связанные с поиском информации, заключением сделок и т. п.

14. В торговой организации темпы изменения суммы переменных издержек обращения и оборота торговли примерно одинаковы, что свидетельствует о характере поведения издержек, как:

- а) прогрессивном;
- б) пропорциональном;
- в) дегрессивном;
- г) предельном.

15. Уровень издержек обращения – это:

- а) отношение оборота торговли к сумме издержек обращения;
- б) частное от деления средних издержек обращения на оборот торговли;
- в) отношение суммы издержек обращения к обороту торговли, выраженное в процентах;
- г) частное от деления приращения издержек обращения на приращение оборота торговли.

### 6.3. Экзамен

Форма проведения контроля: устный ответ на вопросы к экзамену.

Метод оценивания: экспертный.

Время на выполнение: 1 час (подготовка ответов на вопросы экзаменационного билета).

*Критерии выставления отметок:* «удовлетворительно» (пороговый уровень сформированности компетенций), «хорошо» (средний уровень сформированности компетенций), «отлично» (высокий уровень сформированности компетенций), «неудовлетворительно» (компетенции не сформированы).

#### *Перечень примерных вопросов для подготовки к экзамену*

1. Понятие предприятия, его признаки.
  2. Классификация предприятий, малые и средние предприятия.
  3. Сравнительная характеристика организационно-правовых форм предприятия.
  4. Внутренняя среда функционирования предприятия.
  5. Внешняя среда функционирования предприятия. Состав и содержание внешней среды.
  6. Вертикально и горизонтально интегрированные предприятия.
  7. Холдинговые формы управления диверсифицированными компаниями.
  8. Рыночный спрос: объем спроса, функция спроса, цена спроса и кривая спроса. Детерминанты рыночного спроса.
  9. Изменения величины спроса и изменения в спросе, их графическая интерпретация.
- Индивидуальный и рыночный спрос.
10. Индексы цен, номинального и реального дохода.
  11. Индексы цен и реального дохода. Применение индексов цен.
  12. Рыночное предложение: объем предложения, функция предложения, цена предложения и кривая предложения.
  13. Детерминанты рыночного предложения.
  14. Изменения объема предложения и изменения в предложении, их графическая интерпретация.
  15. Индивидуальное и рыночное предложение.
  16. Эластичность спроса и предложения: понятие, виды эластичности.
  17. Методы измерения эластичности спроса и предложения.
  18. Государственное регулирование товарного рынка: воздействие на рыночное равновесие потоварного (индивидуального акцизного) налога, потоварной дотации и фиксированного уровня цены.
  19. Влияние потоварного налога (акциза), потоварной дотации, фиксированной цены на излишки потребителей и производителей.
  20. Защита национального рынка от иностранной конкуренции.
  21. Понятие и состав имущества предприятия.
  22. Основные фонды: сущность, классификация.
  23. Показатели эффективности использования основных фондов.

24. Сущность и состав оборотных средств. Их значение для обеспечения конкурентоспособности предприятия.
25. Показатели эффективности использования оборотных средств.
26. Понятие производственной мощности и ее виды.
27. Факторы, влияющие на производственную мощность предприятия.
28. Продукция, ее виды, ассортиментная политика предприятия.
29. Кадры предприятия: классификация, структура, тенденции изменения и принципы комплектования персонала предприятия.
30. Понятие производительности труда, Основные показатели производительности труда.
31. Текущие издержки производства в краткосрочном периоде.
32. Классификация издержек по критерию функциональной зависимости от объемов производства: общие постоянные, общие переменные и общие валовые издержки. Графическая интерпретация.
33. Классификация издержек на единицу продукции: средние постоянные, средние переменные, средние валовые и предельные издержки. Графическая интерпретация.
34. Состав затрат, включаемых в себестоимость продукции.
35. Виды себестоимости продукции.
36. Калькуляция себестоимости продукции.
37. Теории прибыли: обзорная классификация. Функция прибыли и ее графическое выражение.
38. Максимизация прибыли и определение оптимального объема выпуска фирмы.
39. Планирование и управление прибылью.
40. Анализ безубыточности. Точка безубыточности. Порог рентабельности.
41. Система показателей, характеризующих размер фирмы.
42. Определение доли рынка.
43. Количественное измерение концентрации продавцов на рынке: общий обзор индексов. Показатели рыночной власти продавцов: общий обзор индексов и коэффициентов.
44. Факторы и характеристики, определяющие структуру рынка: положительная отдача от масштаба, диверсификация деятельности фирмы, дифференциация продукта, вертикальная интеграция.
45. Барьеры входа на рынок и выхода с него.
46. Типы отраслевой политики: по используемым методам, по выдвинутым целям.
47. Естественная монополия и методы ее регулирования.
48. Экономическая эффективность деятельности предприятия. Факторы развития предприятия.
49. Система показателей эффективности.
50. Инвестиционная деятельность предприятия. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Расчет предполагаемой стоимости инвестиционного проекта.

*Федосова Т. С., канд. экон. наук, доц.,  
доц. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»*

# МЕТОДИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки магистратуры по направлению 38.04.02 *Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322.

Дисциплина является *дисциплиной вариативной части* блока Б1.В «*Вариативная часть*» учебного плана образовательной программы, изучается в 3 семестре. Трудоемкость дисциплины: 4 ЗЕ / 144 часов, в том числе 24 часов – контактная работа с преподавателем, 120 часов – самостоятельная работа (табл. 2).

**Цели освоения дисциплины:** состоит в изучении теории и методики обучения и приобретении навыков разработки дисциплины, формировании таких личностных и профессиональных качеств как: целеустремленность, организованность, коммуникабельность, умение работать в коллективе и руководить им, ответственность за конечный результат своей деятельности.

### Планируемые результаты обучения

Дисциплина направлена на формирование компетенции ОК-1, ОК-2, ОК-3, ПК-10, ПК-11 и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

### Перечень планируемых результатов обучения

Планируемый результат освоения образовательной программы	Планируемый результат обучения по дисциплине (дескрипторы)
1	2
<b>ОК – 1.</b> Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	<i>Знать:</i> методы анализа, применяемые в сфере профессионального обучения <i>Уметь:</i> анализировать и объединять разнообразную информацию, необходимую для осуществления профессионального обучения. <i>Владеть:</i> навыками абстрактного мышления для осуществления образовательного процесса.
<b>ОК – 2.</b> Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	<i>Знать:</i> способы принятия решений. <i>Уметь:</i> принимать решения и брать за них ответственность. <i>Владеть:</i> навыками действия в нестандартных ситуациях.
<b>ОК – 3.</b> Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<i>Знать:</i> основные принципы процессов саморазвития и самореализации. <i>Уметь:</i> реализовывать свой творческий потенциал. <i>Владеть:</i> навыками саморазвития.

1	2
<b>ПК–10.</b> Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	<p><i>Знать:</i> аналитические инструменты, методы постановки задач в области управления проектами в сфере услуг.</p> <p><i>Уметь:</i> использовать полученные знания в проектировании корпоративной стратегии, программ организационных изменений.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками оценки потребностей проекта в ресурсах с учетом особенностей проекта и факторов внешней и внутренней среды.</p>
<b>ПК – 11.</b> Способность разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания	<p><i>Знать:</i> современные методы организации научного мышления; методологические основы принятия решений в условиях неполноты информации; основные способы решения междисциплинарных задач; навыками научно-исследовательской деятельности.</p> <p><i>Уметь:</i> развивать свой общекультурный уровень и использовать знание современных проблем науки и образования при решении профессиональных задач; применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации; решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте.</p> <p><i>Владеть:</i> способами осмысления и критического анализа научной информации; технологиями принятия решений на основе научного подхода; навыками решения концептуальных и прикладных задач в рамках междисциплинарного подхода.</p>

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Тема 1. Дидактика и методика преподавания.

Законы и принципы дидактики. Психолого-педагогические основы учебной деятельности. Особенности преподавания экономических дисциплин. Методика изложения экономических категорий.

### Тема 2. Теория обучения.

Парадигма образования, парадигма учебы. Сравнение образовательных парадигм: цели, критерии успеха, организационный аспект, продуктивность образования, природа ролей.

Проблемно-ориентированная лекция. Основная проблема – содержание современных образовательных парадигм. Дискуссионные вопросы – соотношение парадигмы образования и парадигмы учебы, критерии успешности образования, эффективность образовательных парадигм.

### Тема 3. Современные методы обучения.

Методы обучения: сущность и классификация. Прямое обучение. Исследование и моделирование. Совместное обучение. Академическое, активное и интерактивное преподавание. Взаимосвязь методов обучения с ролью знаний в развитии экономики.

Лекция-дискуссия. Дискуссионные вопросы: что такое методы обучения, каковы критерии современности методов, каково соотношение академического и интерактивного преподавания, в чем особенности совместного обучения как метода обучения.

#### **Тема 4. Лекция, ее значение.**

Сущность, функции и виды лекций. Структура лекции. Подготовка лекции и ее конспектирование. Условия полноценного лекционного общения. Элементы мастерства лектора. Варианты чтения лекций. Организация активной лекции. Микролекция, ее особенности.

#### **Тема 5. Исследование в учебном процессе.**

Выгоды и издержки исследования. Способы создания проблемных ситуаций. Использование исследовательских задач в курсе экономических дисциплин.

Метод моделирования. Сравнение моделей с реальным миром. Плюсы и минусы моделирования. Разработка тренировочных заданий. Анализ моделирующего упражнения.

#### **Тема 6. Семинар и его роль.**

Семинар как форма учебного процесса, его функции. Формы семинарских занятий. Соотношение лекции и семинара. Критерии оценки качества семинара.

Работа в малых группах. Роль преподавателя при проведении занятий в данной форме.

#### **Тема 7. Активное обучение и организация самостоятельной работы.**

Модель активного и интерактивного обучения. Трудности при использовании активных методик.

Наглядность в преподавании, ее формы и виды. Современные информационные технологии в преподавании экономических дисциплин. Мультимедиа. Методические рекомендации по применению наглядных средств обучения в преподавании экономических дисциплин.

Роль преподавателя в организации самостоятельной работы студентов. Самостоятельная работа студентов с литературой. Методы работы с текстом. Подготовка к семинарам, зачетам, экзаменам. Подготовка курсовых и выпускных квалификационных работ.

#### **Тема 8. Контроль в структуре обучения.**

Учебный контроль, его сущность, формы и методы. Оценка знаний обучаемых. Виды и способы опроса. Методические рекомендации к зачету и экзамену. Тест. Способы получения оценки преподавания от студентов и коллег.

Таблица 2

#### **Содержание работ по дисциплине (очная форма обучения, срок обучения – 2 года)**

Содержание работы	Виды и формы работы, ч				Всего, ч
	контактная работа			самостоятельная работа	
	лекции	лабораторные	практические		
<i>1</i>	2	3	4	5	6
Тема 1. Дидактика и методика преподавания	2		2	12	16
Тема 2. Теория обучения			2	10	12



1	2	3	4	5	6
Тема 3. Современные методы обучения	2		2	12	16
Тема 4. Лекция, ее значение	2		2	10	14
Тема 5. Исследование в учебном процессе			2	10	12
Тема 6. Семинар и его роль	2		2	10	14
Тема 7. Активное обучение и организация самостоятельной работы			2	10	12
Тема 8. Контроль в структуре обучения			2	10	12
Выполнение курсовой работы /проекта					
Контроль: экзамен				36	
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>8</b>		<b>16</b>	<b>120</b>	<b>144</b>
В том числе с применением дистанционных образовательных технологий					

### 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием тем по дисциплине (п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

### 4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 4.1. Основная учебная литература

*Ефимов, О. Н.* Методологические основы и методика преподавания экономических дисциплин в вузе с использованием гносеологического потенциала нормативных документов : учебно-методическое пособие / О. Н. Ефимов. – Саратов : Вузовское образование, 2014. – 86 с.

*Кочетков, М. В.* Коммуникативно-ориентированные технологии профессионального обучения : учебное пособие для студентов вузов / М. В. Кочетков. – Красноярск : Сибирский государственный технологический университет, 2014. – 161 с.

#### 4.2. Дополнительная учебная литература, в том числе из фондов библиотеки НГПУ

*Бурцева, Л. П.* Методика профессионального обучения : учебное пособие для высш. образования по направлению подготовки «Профессиональное обучение (по отраслям)» / Л. П. Бурцева. – М. : Флинта : Наука, 2015. – 160 с.

*Загвязинский, В. И.* Педагогика : учебник для высш. проф. образования / В. И. Загвязинский, И. Н. Емельянова. – М. : Академия, 2011. – 352 с.

*Кругликов, Г. И.* Методика профессионального обучения : учебник для высш. проф. образования / Г. И. Кругликов. – М. : Академия, 2013. – 320 с.

*Кругликов, Г. И.* Методика профессионального обучения с практикумом : учебное пособие / Г. И. Кругликов. – М. : Академия, 2005. – 288 с.

*Лукина, И. Н.* Методика профессионального обучения : электронный учебник / И. Н. Лукина ; Новосиб. гос. пед. ун-т, фак. технологии и предпринимательства. – Новосибирск : НГПУ, 2014.

Профессиональное образование в России и за рубежом : научно-образовательный журнал Кузбасский регион. ин-т развития проф. образования. – Кемерово : Кузбасский регион. ин-т развития проф. образования, 2012.

*Скакун, В. А.* Организация и методика профессионального обучения : учебное пособие для сред. проф. образования / В. А. Скакун. – М. : Форум : ИНФРА-М, 2009. – 336 с.

### **4.3. Интернет-ресурсы**

#### **4.3.1. Ресурсы НГПУ**

Методика профессионального обучения: основные термины и понятия : справочное пособие / сост. Л. Н. Аксенова. – Челябинск, 2015. – 93 с.

*Яровая, Е. А.* Методика профессионального обучения : учебно-методический комплекс по специальности «Профессиональное обучение» / Е. А. Яровая. – Новосибирск : НГПУ, 2011. – Ч. 2. – 84 с.

*Яровая, Е. А.* Методика профессионального обучения : учебно-методический комплекс по специальности «Профессиональное обучение» / Е. А. Яровая. – Новосибирск : НГПУ, 2011. – Ч. 1. – 148 с.

#### **4.3.2. Ресурсы открытого доступа:**

Электронная библиотека ФГБОУ ВО «НГПУ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://lib.nspu.ru/>

Библиотека материалов по экономической тематике [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.libertarium.ru/library>.

Вопросы экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://vopreco.ru>.

Высшее образование в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.vovr.ru>.

Галерея экономистов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ise.openlab.spb.ru/cgi-ise/gallery>.

#### **4.3.3. Методическое обеспечение**

Персональные сайты преподавателей университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://prepod.nspu.ru/course/>.

#### 4.4. Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

Очная форма обучения, срок обучения – 2 года

№ п/п	Тема дисциплины	Задание для самостоятельной работы	Трудоемкость задания, ч	Перечень учебно-методического обеспечения (номера источников из п.п. 4.1 – 4.3)
1	2	3	4	5
1	Тема 1. Дидактика и методика преподавания	Работа с источниками литературы Подготовка глоссария по темам дисциплины	12	1, 2, 3, 7, 8, 14, 16, 18
2	Тема 2. Теория обучения	Подготовиться к дискуссии на тему «Соотношение парадигмы образования и парадигмы учебы, критерии успешности образования, эффективность образовательных парадигм»	10	1, 2, 3, 8, 10, 12, 14, 17, 18, 19
3	Тема 3. Современные методы обучения	Подготовиться к дискуссии на тему «Что такое методы обучения, каковы критерии современности методов, каково соотношение академического и интерактивного преподавания, в чем особенности совместного обучения как метода обучения»	12	1, 2, 3, 9, 10, 13, 14, 17, 19
4	Тема 4. Лекция, ее значение	Групповая дискуссия по ключевым вопросам: современная методика проведения лекционных занятий, проблемы построения лекции, использование интерактивных методов на лекционных занятиях. Обсуждение в микрогруппах – методики использования мультимедийных средств при проведении лекционных занятий. Подготовка и написание методической разработки по проблемной лекции	10	1, 2, 3, 9, 10, 12, 14, 15, 18, 19
5	Тема 5. Исследование в учебном процессе	Работа с источниками литературы. Подготовка реферата и разработка презентации	10	1, 2, 3, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 17

1	2	3	4	5
6	Тема 6. Семинар и его роль	Групповая дискуссия по ключевым вопросам: методика организации и проведения семинара, роль преподавателя на семинаре, интерактивные формы проведения семинара. Обсуждение в микрогруппах – различные формы проведения семинарского занятия, их плюсы и минусы. Подготовить методическую разработку к семинарскому занятию	10	1, 2, 3, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 17,
7	Тема 7. Активное обучение и организация самостоятельной работы	Подготовиться к дискуссии на тему «Роль новых технологий в образовательном процессе»	10	1, 2, 3, 9, 11, 12, 14, 15, 17
8	Тема 8. Контроль в структуре обучения	Групповая дискуссия по ключевым вопросам: современные методики контроля знаний, сочетание промежуточного и итогового контроля. Обсуждение в микрогруппах – положительные и отрицательные стороны тестового контроля, критерии разработки тестовых вопросов, методика применения тестов. Составить тесты для электронного тестирования студентов. Разработать критерии оценки знаний студентов	10	1, 2, 3, 9, 10, 12, 13, 15, 16, 18, 19
9	Подготовка к экзамену		36	
<b>Итого</b>			<b>120</b>	

#### 4.5. Выполнение курсовой работы (проекта)

Курсовая работа по данной дисциплине не предусмотрена.

### 5. РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 5.1. Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (табл. 4, 5).

Таблица 4

**Локальные информационные технологии**

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Графические редакторы	Paint
Операционные системы	MicrosoftWindows
Офисные программы	MicrosoftOffice
Правовые информационные системы	Консультант Плюс
	Гарант

Таблица 5

**Распределенные информационные технологии**

Группа	Наименование
Система видеоконференцсвязи	Lifesize
Платформа для проведения вебинаров	Adobeconnect
Системы тестирования	Moodle-тестирование
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте Видеолетопись НГПУ <a href="http://tv-news.nspu.ru">http://tv-news.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте НГПУ-онлайн <a href="http://live.nspu.ru">http://live.nspu.ru</a>

**5.2. Материально-техническая база**

Таблица 6

**Материально-техническая база**

Помещение для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
1	2	3
<b>Аудитории для проведения лекционных занятий</b>		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
<b>Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости</b>		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28

Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31.	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллойская, 28
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Итоговый контроль по дисциплине (промежуточная аттестация) осуществляется в форме экзамена.

Фонд оценочных средств согласуется с дескрипторами, представленными в табл. 1.

Оценка *«отлично»* ставится, если магистрант логично и доказательно раскрывает вопросы, заданные на экзамене, ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью магистранта; своевременно выполнен реферат.

Оценка *«хорошо»* ставится, если знания имеют достаточный уровень, однако отличаются слабой структурированностью; раскрыто содержание вопросов, но в ответе имеют место несущественные ошибки, которые магистрант способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; своевременно выполнен реферат.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью, содержание заданных вопросов раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на вопросы; реферат выполнен.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обнаружено незнание или непонимание магистрантом сущностной части управления корпоративными финансами; допускаются существенные ошибки, которые магистрант не может исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов магистрант затрудняется дать ответ, или не дает верных ответов; реферат выполнен.

### 6.1. Реферат

Форма проведения контроля: публичная защита с презентацией.

Метод оценивания: экспертный.

## Тематика рефератов

1. Активные методы обучения: сущность и значение.
2. Роль проблемных методов обучения в преподавании экономических дисциплин.
3. Лекция – ведущая форма учебно-педагогического процесса: её преимущества и недостатки.
4. Мозговой штурм и возможности его применения в процессе преподавания.
5. Симпозиум как активная форма проведения занятий по экономике.
6. Наглядность в преподавании и её значение в учебном процессе.
7. Обсуждение конкретных ситуаций как метод изучения проблем экономики.
8. Роль технологии. «Развитие критического мышления через чтение и письмо» в преподавании экономических дисциплин.
9. Проведение занятий по экономике по методу проектов: возможности и значение.
10. «Портфолио» как метод проведения семинаров.
11. Технология «Кейс-стади» и её использование в учебном процессе.
12. Дебаты как активная форма проведения занятий по экономическим дисциплинам.
13. «Корзина» (погружение) как метод закрепления знаний в процессе обучения.
14. Роль дискуссии в изучении экономических дисциплин.
15. Деловая игра как метод обучения.
16. «Форум» как форма стимуляции творческого мышления в процессе изучения экономики.
17. Имитация конкретных социально-экономических ситуаций как метод проведения семинаров.
18. Использование моделирования в процессе преподавания экономических дисциплин.
19. Семинар как форма учебного процесса.
20. Самостоятельная работа учащихся и роль преподавателя в её организации.
21. Контроль в структуре обучения.
22. Тестирование как форма контроля знаний учащихся.

## Требования к выполнению и оформлению реферата

При выборе темы реферата студент должен исходить из собственных научных интересов, а также учитывать актуальность и практическую значимость рассматриваемой проблемы. Объём реферата – 10–12 страниц печатного текста, шрифт – Times New Roman, размер – 14, межстрочный интервал – полуторный. Готовясь к реферативному сообщению необходимо составить план-конспект своего выступления, продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной практикой.

Защита рефератов проводится на занятии с публичным обсуждением излагаемых студентом проблем. Обсуждение реферата осуществляется на основе его презентации, выполненной в программе Office PowerPoint. Преподаватель может по своему усмотрению оценивать реферат без публичной защиты при условии индивидуального консультирования студента по данной теме.

## Примерная структура реферата

1. *Введение* – 1стр. Приводятся аргументы в пользу актуальности выбранной темы и ее ценности в изучении данной дисциплины, формируются цели и задачи рефератного исследования.

2. *Основная часть*. Может делиться на разделы. В ней содержится анализ основных отечественных и зарубежных источников, использованных при работе над рефератом; раскрывается и уточняется содержание основных понятий и положений исследуемой проблемы; производится оценка степени теоретической разработанности отдельных аспектов рассматриваемой проблемы.

3. *Заключение* – 1 стр. В нём содержатся основные выводы по теме.

4. *Список литературы*. Включает учебную и научную литературу, использованную при написании реферата. Список должен быть оформлен в соответствии со стандартами. Необходимо использовать: законы РФ, статьи из научных журналов за период последних 3-х лет.

Критерии оценки результатов выполнения: оценка «зачтено» ставится при соответствии содержания реферата заявленной теме, грамотном изложении мыслей, оформлении в соответствии с требованиями.

## 6.2. Экзамен

Форма проведения контроля: устный ответ на вопросы к экзамену.

Метод оценивания: экспертный.

Время на выполнение: 1 час (подготовка ответов на вопросы экзаменационного билета).

### *Вопросы к экзамену*

1. Законы и принципы дидактики.
2. Образовательные цели.
3. Методика изложения экономических категорий.
4. Парадигма преподавания.
5. Парадигма учебы.
6. Методы обучения: их сущность и классификация.
7. Прямое обучение.
8. Сущность, функции и виды лекции. Структура лекции.
9. Варианты чтения лекции.
10. Способы создания проблемных ситуаций.
11. Особенности метода моделирования.
12. Элементы совместного обучения.
13. Семинар как форма учебного процесса.
14. Функции семинара и его формы.
15. Модель активного обучения при проведении семинарского занятия.
16. Модель интерактивного обучения при проведении семинарского занятия.
17. Наглядность в преподавании и ее значение в учебном процессе.
18. Формы и виды наглядности.
19. Современные информационные технологии в преподавании экономической теории.
20. Самостоятельная работа студентов с литературой.



21. Сущность, функции, формы и методы учебного контроля.
22. Оценка знаний обучаемых.
23. Виды и способы опроса.
24. Общая характеристика видов и способов опросов студентов.
25. Методы работы с текстом.
26. Методика подготовки к семинарам.
27. Методика подготовки зачетам и экзаменам.
28. Методы подготовки курсовых работ.
29. Методы подготовки выпускных квалификационных работ.
30. Роль преподавателя на семинарском занятии.
31. Подготовка к проведению семинара.
32. Критерии оценки качества семинарского занятия
33. Элементы мастерства лектора.
34. Варианты чтения лекций.
35. Методы организации активной лекции.
36. Микролекция: сущность и особенности.
37. Особенности методов обучения в Европе.
38. Специфика методов обучения России.
39. Исследование в процессе обучения.
40. Преимущества и недостатки метода моделирования.
41. Основные виды самостоятельной работы студентов.
42. Взаимосвязь методов обучения и роли знаний в развитии экономики.
43. Психолого-педагогические основы учебной деятельности.
44. Особенности преподавания экономической теории.
45. Использование исследовательских задач в преподавании экономической теории.

*Голубева И. В., канд. экон. наук, доц.,  
доц. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ».*

*Федосова Т. С., канд. экон. наук, доц.,  
доц. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»*

# МЕТОДЫ АНАЛИЗА РЫНКА

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки магистратуры по направлению 38.04.02 *Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322.

Дисциплина является *обязательной дисциплиной вариативной части* блока 1 «Дисциплины» учебного плана образовательной программы, изучается в 3 семестре. Трудоемкость дисциплины: 2 ЗЕ / 72 часа, в том числе 24 часа – контактная работа с преподавателем, 48 часов – самостоятельная работа (табл. 2).

**Цели освоения дисциплины:** формирование целостного представления о сущности и предназначении результатов анализа рынка; развитие способностей выбора методов исследования рынка, применения инструментария анализа рынка услуг.

### Планируемые результаты обучения

Дисциплина направлена на формирование компетенции и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

### Перечень планируемых результатов обучения

Планируемый результат освоения образовательной программы	Планируемый результат обучения по дисциплине (дескрипторы)
1	2
<b>ОПК-3</b> Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	<i>Знать:</i> принципы организации исследования. <i>Уметь:</i> обосновывать актуальность темы исследования. <i>Владеть:</i> навыками оценки практической значимости результатов исследования
<b>ПК-4</b> Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	<i>Знать:</i> возможности и инструментарий методов исследования рынка. <i>Уметь:</i> применять количественные и качественные методы исследования рынка и готовить аналитические материалы по результатам исследования. <i>Владеть:</i> технологиями проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами.
<b>ПК-7</b> Способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	<i>Знать:</i> источники получения необходимой для исследования информации. <i>Уметь:</i> обобщать результаты исследований <i>Владеть:</i> методами оценки результатов исследований актуальных проблем управления

1	2
<b>ПК-10.</b> Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	<p><i>Знать:</i> принципы организации исследования</p> <p><i>Уметь:</i> планировать и реализовывать самостоятельные исследования</p> <p><i>Владеть:</i> методами разработки программы исследования</p>

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Тема 1. Цели и направления анализа рынка.

Понятие и значение исследования рынка в деятельности организации. Цели, задачи, предмет, объект и направления анализа рынков. Принципы и методология анализа рынка.

Основные этапы процесса анализа рынка.

### Тема 2. Количественные методы анализа рынка.

Исследования при помощи опросов. Панельные исследования (классификация панелей, цели и особенности использования метода, преимущества и недостатки). Эффект панели. Торговый аудит. Потребительская и телевизионная панели. Проблемы использования панелей в маркетинге.

### Тема 3. Качественные методы анализа рынка.

Метод наблюдений (классификация, процедура, преимущества и недостатки метода). Пути повышения надежности результатов наблюдения.

Метод эксперимента (основные понятия и виды эксперимента). Пробный маркетинг.

Метод фокус-групп (методика, цели, особенности, преимущества и недостатки).

Глубинное интервью, проекционные методы проведения маркетинговых исследований.

Микс-методики – смешанные методики проведения маркетинговых исследований – холл-тест, хоум-тест, метод «тайный покупатель».

Кабинетные исследования (традиционный анализ документов, контент-анализ).

### Тема 4. Отчет о результатах исследования.

Структура отчета по результатам анализа рынка. Содержание каждого структурного элемента отчета.

Презентация отчета о результатах исследования. Правила использования графических элементов отчета. Рекомендации ведущему презентации.

### Тема 5. Исследование конъюнктуры рынка.

Понятие конъюнктуры рынка. Основные показатели конъюнктуры рынка. Оценка потенциала рынка. Расчет ёмкости рынка.

Анализ сезонности и цикличности рынка.

## Тема 6. Изучение потребителей и конкурентов.

Основные направления и цели изучения потребителей. Стратегические исследования потребителей. Тактические исследования потребителей.

Стратегические исследования психологических факторов, связанных с мотивацией, потребностями и отношениями. Стратегические исследования личностных факторов. Исследование социологических объяснительных факторов потребительского поведения.

Исследование уровня удовлетворенности и вовлеченности потребителей.

Методы исследования потребителей.

Диагностика состояния конкуренции на рынке.

Выявление и классификация приоритетных конкурентов. Система получения информации о конкурентах. Анализ положения конкурентов на рынке. Анализ показателей деятельности конкурентов. Методики изучения сильных и слабых сторон деятельности конкурентов.

Технология создания конкурентной системы наблюдения на предприятии. Источники информации о конкурентах. Методы сбора информации о конкурентах.

Таблица 2

Содержание работ по дисциплине

Содержание работы	Виды и формы работы, час				Всего, час
	Контактная работа			Самостоятельная работа	
	Лекции	Лабораторные	Практические		
Тема 1. Цели и направления анализа рынка	2		2	8	12
Тема 2. Количественные методы анализа рынка		2		8	12
Тема 3. Качественные методы анализа рынка	2	2		8	12
Тема 4. Отчет о результатах исследования		2	2	8	12
Тема 5. Исследование конъюнктуры рынка	2	2		8	12
Тема 6. Изучение потребителей и конкурентов	2	2	2	8	12
Контроль: <i>зачет</i>					
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>48</b>	<b>72</b>
В том числе с применением дистанционных образовательных технологий					

### 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием разделов и тем по дисциплине (см. п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

## 4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 4.1. Основная учебная литература

*Коротков, А. В.* Маркетинговые исследования : учебное пособие / А. В. Коротков. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 304 с.

### 4.2. Дополнительная учебная литература, в том числе из фондов библиотеки НГПУ

*Аакер, Д. А.* Маркетинговые исследования / пер. с англ. Д. Аакер, В. Кумар, Дж. Дэй. – СПб. : Питер, 2004. – 848 с.

*Анурин, В. Ф.* Маркетинговые исследования потребительского рынка: уникальный отечественный опыт : учебное пособие для вузов по специальности «Маркетинг» / В. Ф. Анурин, И. И. Муромкина, Е. В. Евтушенко. – СПб. : Питер, 2006. – 270 с.

*Басовский, Л. Е.* Маркетинг : учебное пособие для вузов по направлению «Менеджмент» / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 219 с.

*Буяльская, А. К.* Маркетинговые исследования : практикум для всех специальностей ИРСО / А. К. Буяльская, Г. И. Терехило ; Новосиб. гос. пед. ун-т, Ин-т рекламы и связи с общественностью. – Новосибирск : ИРСО, 2006. – 92 с.

*Буяльская, А. К.* Маркетинговые исследования : учебное пособие / А. К. Буяльская, Г. И. Терехило ; Новосиб. гос. пед. ун-т, ИРСО. – Новосибирск : ИРСО, 2006. – 256 с.

*Голубков, Е. П.* Маркетинговые исследования: теория, методология и практика : учебник / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 2003. – 496 с.

*Дубровин, И. А.* Маркетинговые исследования : учебное пособие для вузов по направлению «Экономика» и экон. специальностям / И. А. Дубровин. – М. : Дашков и К, 2008. – 276 с.

*Каменева, Н. Г.* Маркетинговые исследования : учебное пособие для вузов / Н. Г. Каменева, В. А. Поляков ; Всерос. заочный финансово-экон. ин-т. – М. : Вузовский учебник, 2006. – 439 с.

*Ковалев, А. И.* Маркетинговый анализ. – Кн. 3 (35) / А. И. Ковалев, В. В. Войленко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Центр экономики и маркетинга, 2000. – 256 с.

Количественные методы анализа в маркетинге: Case Study / под ред. Т. П. Данько, И. И. Скоробогатых. – СПб. : Питер, 2005. – 384 с.

*Коротков, А. В.* Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / А. В. Коротков ; Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2014. – 595 с.

*Магомедов, Ш. Ш.* Маркетинговые исследования товаров и услуг : учебное пособие / Ш. Ш. Магомедов. – М. : Дашков и К, 2008. – 296 с.

*Светуных, С. Г.* Методы маркетинговых исследований : учебное пособие для экон. вузов / С. Г. Светуных ; С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов. – СПб. : ДНК, 2003. – 352 с.

*Симионова, Н. Е.* Методы анализа рынка : учебное пособие / Н. Е. Симионова. – М. : Экспертное бюро, 2000. – 128 с.

## 4.3. Интернет-ресурсы

### 4.3.1. Ресурсы НГПУ

*Беляевский, И. К.* Маркетинговое исследование : информация, анализ, прогноз : учебное пособие / И. К. Беляевский. – М. : Финансы и статистика, 2014. – 320 с.

Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал по маркетингу. – М. : ИД «Гребенников», 2015.

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебно-методический комплекс дисциплины по образовательной программе бакалавриата «Реклама и связи с общественностью», профили: «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере», «Медиакоммуникации» / сост. Д. В. Глебова ; Новосиб. гос. пед. ун-т. – Новосибирск : НГПУ, 2015. – 35 с.

*Родионова, Н. В.* Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности. Модуль 1 : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / Н. В. Родионова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 415 с.

*Фролов, Ю. В.* Анализ результатов маркетинговых исследований в системе Statistica (на примерах) : учебное пособие / Ю. В. Фролов, О. М. Игрунова. – М. : Русайнс, 2015. – 248 с.

### 4.3.2. Ресурсы открытого доступа

Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://window.edu.ru/>.

Электронная библиотека РГБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.rsl.ru/>.

### 4.3.3. Методическое обеспечение

Персональные сайты преподавателей университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://prepod.nspu.ru/>

## 4.4. Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

№	Тема дисциплины	Задание для самостоятельной работы	Трудоемкость задания, часы	Перечень учебно-методического обеспечения (номера источников из п. п. 4.1–4.3)
1	2	3	4	5
1	Цели и направления анализа рынка	Подготовка вопросов к лабораторному занятию. Выполнение практических заданий.	8	1, 2, 5, 7, 15, 16, 17, 18, 19
2	Количественные методы анализа рынка	Подготовка вопросов к лабораторному занятию. Выполнение практических заданий.	8	1, 2, 5, 7, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19

Окончание табл. 3

1	2	3	4	5
3	Качественные методы анализа рынка	Подготовка вопросов к лабораторному занятию. Выполнение практических заданий.	8	1, 2, 3, 5, 7, 9, 14, 15, 16, 17, 18, 19
4	Отчет о результатах исследования	Подготовка вопросов к лабораторному занятию. Выполнение практических заданий.	8	1, 2, 5, 7, 15, 16, 17, 18, 19
5	Исследование конъюнктуры рынка	Подготовка вопросов к лабораторному занятию. Выполнение практических заданий.	8	1, 2, 5, 7, 15, 16, 17, 18, 19
6	Изучение потребителей и конкурентов	Подготовка вопросов к лабораторному занятию. Выполнение практических заданий.	8	1, 2, 3, 5, 7, 15, 16, 17, 18, 19
<b>Итого</b>			<b>48</b>	

## 5. РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 5.1. Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (табл. 4, 5).

Таблица 4

#### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Операционные системы	MicrosoftWindows Lubuntu Linux
Офисные программы	MicrosoftOffice LibreOffice
Статистика и анализ	SPSS for Windows

Таблица 5

#### Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
Системы тестирования	Система компьютерного адаптивного тестирования АСТ-тест
	Moodle-тестирование
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте Видеолетопись НГПУ <a href="http://tv-news.nspu.ru">http://tv-news.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте НГПУ-онлайн <a href="http://live.nspu.ru">http://live.nspu.ru</a>
	Система электронных портфолио студентов НГПУ

## 5.2. Материально-техническая база

Таблица 6

### Материально-техническая база

Помещение для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
1	2	3
Аудитории для проведения лекционных занятий		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31.	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллюйская, 28
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Итоговый контроль по дисциплине (промежуточная аттестация) осуществляется в форме *зачёта*.

Фонд оценочных средств согласуется с дескрипторами, представленными в табл. 1.



### 6.3. Тестирование

Этапы контроля: три раза за семестр во время контрольных недель.

Время на выполнение: 20 минут.

Форма проведения контроля: тестирование.

Метод оценивания: балльная оценка.

#### *Типовые вопросы тестов*

1. Оптимальный размер фокус-групп:
  - а) 4–5 человек;
  - б) 8–12 человек;
  - в) 12–20 человек;
  - Другое (впишите) \_\_\_\_\_.
2. Выбор участников фокус-группы определяется:
  - а) целями проводимого исследования;
  - б) опытом модератора;
  - в) возможностью использовать уже существующие группы (рабочие коллективы, классы в школе);
  - г) бюджетом исследования.
3. Панель – это:
  - а) прибор, фиксирующий номер программы, которую участник слушает или смотрит;
  - б) выборочная совокупность опрашиваемых единиц, подвергаемых повторяющимся исследованиям;
  - в) выборка, основанная на географических районах, улицах, домах, квартирах;
  - г) исследование, в основе которого лежит стремление понять, как человек ведет себя.
4. «Эффект панели» – это:
  - а) переезд респондента на другое место жительства;
  - б) более осознанный подход респондента к процессу покупки;
  - в) естественный уход респондента из жизни;
  - д) переход респондента в другую потребительскую категорию.
5. Непрямое наблюдение это когда
  - а) люди знают, что за ними наблюдают;
  - б) изучаются результаты поведения;
  - в) люди не предполагают, что за ними наблюдают;
  - г) исследователь имитирует вхождение в среду.
6. По способу коммуникации различают опросы:
  - а) индивидуальные и групповые;
  - б) анкетирование и интервью;
  - в) по почте, по телефону, face – to-face;
  - г) спорадические и панельные.

7. По кругу опрашиваемых опросы делятся на:
- а) индивидуальные и групповые;
  - б) анкетирование и интервью;
  - в) потребителей, экспертов, предпринимателей;
  - г) спорадические и панельные.
8. Торговый аудит это:
- а) панель розничных торговых точек;
  - б) потребительская панель
  - в) телевизионная панель;
  - г) панель специалистов торговли.
9. Фокус-группа представляет собой:
- а) малую группу людей, собранную с целью получения информации;
  - б) исследование, в котором респондентов просят объяснить поведение других людей, а не своё;
  - в) исследование в котором одного респондента опрашивает высококвалифицированный интервьюер;
  - г) исследование, в котором требуют от группы придумать историю или диалог.
10. Модератор – это специалист, который:
- а) проводит рекрутированные респондентов в фокус-группу;
  - б) фиксирует высказывания респондентов;
  - в) проводит дискуссию;
  - г) анализирует результаты работы фокус-группы.

*Критерии оценки результатов выполнения:*

Оценка «отлично» ставится при 100 % правильных ответов на вопросы теста.

Оценка «хорошо» ставится при 80–90 % правильных ответов.

Оценка «удовлетворительно» ставится при 60–70 % правильных ответов.

Оценка «неудовлетворительно» ставится при менее 60 % правильных ответов на вопросы теста.

#### **6.4. Зачёт**

Форма проведения контроля: устный ответ на вопросы к зачету.

Метод оценивания: экспертный.

#### ***Вопросы для подготовки к зачёту***

1. Основные объекты и направления анализа рынка.
2. Количественные методы анализа рынка.
3. Качественные методы анализа рынка.
4. Опрос: понятие и классификация методов опроса.
5. Панельные исследования.
6. Наблюдения: классификация, сфера применения, преимущества и недостатки метода.

7. Метод фокус-группы: цели, технология, сфера применения, преимущества, недостатки.
8. Метод эксперимента. Пробный маркетинг.
9. Глубинное интервью, анализ протокола и проекционные методы.
10. Микс-методики проведения маркетинговых исследований.
11. Сущность и типы кабинетных исследований.
12. Традиционный анализ документов.
13. Контент-анализ.
14. Основные типы шкал.
15. Методы шкалирования.
16. Вопросы, решаемые при разработке шкал.
17. Структура анкеты.
18. Разработка анкеты.
19. Оформление анкеты и пилотаж.
20. Понятия, связанные с выборкой.
21. Этапы формирования выборки.
22. Методы формирования выборки.
23. Вероятностные выборки: виды.
24. Детерминированные выборки: виды.
25. Кодирование и преобразование данных.
26. Базовый анализ данных. Вариационный ряд (простая табуляция).
27. Базовый анализ данных. Кросс-табуляция (таблицы сопряженности).
28. Направления исследования потребителей.
29. Исследования уровня удовлетворенности потребителей.
30. Исследования покупательских намерений и вовлеченности в покупку.
31. Цели и задачи системы сбора информации о конкурентах.
32. Технология создания системы сбора информации о конкурентах.
33. Источники сбора информации о конкурентах.
34. Исследование конъюнктуры рынка.

*Глебова Д. В., канд. экон. наук,  
доц. кафедры экономики и менеджмента ФГББОУ ВО «НГПУ»*

# ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ПСИХОЛОГИЯ

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

**Место дисциплины в структуре образовательной программы:** программа дисциплины разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки магистратуры 38.04.02 *Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322.

Дисциплина является *дисциплиной по выбору вариативной части блока Б.1 В «Дисциплины»* учебного плана образовательной программы, изучается в 1 семестре. Трудоемкость дисциплины 4 ЗЕ/144 часа, в том числе 24 часа – контактная работа с преподавателем, 120 часов – самостоятельная работа (табл. 2).

**Цели освоения дисциплины:** освоение студентами необходимых психологических знаний для более эффективного решения профессиональных задачи, связанных с управлением процессами взаимодействия личности, коллектива и организационной среды.

**Планируемые результаты обучения:**

Дисциплина направлена на формирование компетенций ОК-2, ОК-3 и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

*Таблица 1*

### Перечень планируемых результатов обучения

Планируемый результат освоения образовательной программы	Планируемый результат обучения по дисциплине (дескрипторы)
<b>ОПК-2.</b> Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<i>Знать:</i> основы психологии личности и коллектива <i>Уметь:</i> использовать психологические знания для эффективного решения задач по руководству коллективом организации <i>Владеть:</i> навыками психологии управления
<b>ОК-2.</b> Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	<i>Знать:</i> способы принятия решений <i>Уметь:</i> принимать решения и брать за них ответственность <i>Владеть</i> навыками действия в нестандартных ситуациях
<b>ОК-3.</b> Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<i>Знать:</i> основные принципы процессов саморазвития и самореализации <i>Уметь:</i> реализовывать свой творческий потенциал <i>Владеть:</i> навыками саморазвития

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Тема 1. Основы организационной психологии.

Понятие о предмете организационной психологии. Категориальный аппарат организационной психологии. Принципы, задачи организационной психологии. Научный статус организационной психологии. Методы исследования организационной психологии.

## **Тема 2. Профессиональная мотивация и вознаграждение в организации.**

Понятие мотивации. Теории мотивации. Классификации мотивов. Мотивация в организации. Управление через мотивацию. Руководитель организации как мотивационный лидер. Мотивирующая организационная культура. Этапы развития организации и мотивационные механизмы на каждом из них. Личностная и групповая мотивация. Влияние и подчинение. Механизмы и стратегии влияния.

## **Тема 3. Индивидуальное и групповое поведение в профессиональной деятельности. Интерперсональные связи в современной организации.**

Организация как группа людей. Основные социально-психологические характеристики групп. Виды и типы групп. Характеристика больших групп и особенности управления ими. Малые группы: групповые процессы, стадии развития. Управление групповой динамикой. Характеристика коллектива. Этапы развития коллективов. Стихийные группы и массовые движения. Способы воздействия в стихийных группах. Социальные движения

## **Тема 4. Психология индивидуальных различий.**

Личность и индивидуальность. Личностные особенности и уникальность каждого человека. Познавательные особенности человека. Ценностно-смысловые ориентации личности. Эмоционально-волевые качества личности. Индивидуально-типологические свойства. Психологический портрет личности. Факторы развития личности. Возможности индивидуализации в организации. Стратегии развития личности в организации. Управление карьерой.

## **Тема 5. Организационные конфликты.**

Сущность и понятие конфликта. Типология конфликтов. Структура и этапность конфликта. Стратегии выхода из конфликта. Специфика организационных конфликтов в организации: источники, возможные сценарии, стратегии решения. Управление конфликтами: технологии, методики, стратегии. Стрессменеджмент.

## **Тема 6. Психодиагностика в организации.**

Психодиагностическая компетентность руководителя. Измерения в организации: цели, задачи. Методы психодиагностики и сфера их применения в организации. Структура и организация психодиагностических процедур. Работа с группой и индивидуальная работа. Работа с руководителем. Результаты измерений и управление организационными процессами. Самодиагностика для руководителя.

## Содержание работ по дисциплине

Содержание работы	Виды и формы работы, ч				Всего, ч
	контактная работа			самостоятельная работа	
	лекции	лабораторные	практические		
Тема 1. Основы организационной психологии			4	20	24
Тема 2. Профессиональная мотивация и вознаграждение в организации	2		2	20	24
Тема 3. Индивидуальное и групповое поведение в профессиональной деятельности. Интерперсональные связи в современной организации	2		2	20	24
Тема 4. Психология индивидуальных различий	2		2	20	24
Тема 5. Организационные конфликты			4	20	24
Тема 6. Психодиагностика в организации	2		2	20	24
Контроль: <i>зачет с оценкой</i>					
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>8</b>		<b>16</b>	<b>120</b>	<b>144</b>
В том числе с применением дистанционных образовательных технологий					

### 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием разделов и тем по дисциплине (см. п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

### 4. ПЕРЕЧЕНЬ УЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 4.1. Основная учебная литература

*Захарова, Л. Н.* Психология управления : учебное пособие / Л. Н. Захарова. – М. : Логос, 2014. – 376 с.

#### 4.2. Дополнительная учебная литература, в том числе из фондов библиотеки НГПУ

*Горбунова, М. Ю.* Кадровый менеджмент и психология управления : краткий курс лекций / М. Ю. Горбунова. – М. : ВЛАДОС-ПРЕСС, 2008. – 223 с.

Директор по персоналу: практический журнал по управлению человеческими ресурсами Акцион-медиа / Междунар. центр финансово-экономического развития. – М. : Акцион : МЦФЭР, 2016.

Зуб, А. Т. Психология управления : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб ; Московский гос. ун-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2015. – 372 с.

Козлов, В. В. Психология управления : учебное пособие для вузов / В. В. Козлов, Г. М. Мануйлов, Н. П. Фетискин. – М. : Академия, 2011. – 224 с.

Морозов, А. В. Управленческая психология : учебное пособие / А. В. Морозов. – 2-е изд. – М. : Трикта : Академический Проект, 2005. – 288 с.

Самыгин, С. И. Социология и психология управления : учебное пособие для вузов / С. И. Самыгин, Г. И. Колесникова, С. Н. Епифанцев. – М. : Кнорус, 2016. – 254 с.

### **4.3. Интернет-ресурсы**

#### **4.3.1. Ресурсы НГПУ**

Захарова, Т. И. Социология и психология управления : учебное пособие / Т. И. Захарова. – М. : Евразийский открытый институт, 2010. – 288 с.

Козлов, В. В. Психология управления : учебное пособие / В. В. Козлов. – Саратов : Вузовское образование, 2014. – 353 с.

Малягина, Н. А. Психология управления : учебное пособие / Н. А. Малягина. – М. : Евразийский открытый институт, 2011. – 216 с.

Психодиагностика : учебно-методический комплекс дисциплины по образовательной программе специалитета «Педагогика и психология», со специализацией «Психология управления» / сост. О. А. Белобрыкина. – Новосибирск : НГПУ, 2013. – 127 с.

Психология менеджмента (управления) : учебно-методический комплекс дисциплины по образовательной программе бакалавриата «Психология» / сост. Т. Ю. Петровская. – Новосибирск : НГПУ, 2013. – 72 с.

Романова, Е. В. Психология управления: на пути к руководящей должности : учебное пособие / Е. В. Романова. – М., 2015. – 136 с.

#### **4.3.2. Ресурсы открытого доступа**

Всё для студента [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.twirpx.com/>.

#### **4.3.3. Методическое обеспечение**

Персональные сайты преподавателей университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://prepod.nspu.ru/course/>.

#### 4.4. Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

Очная форма обучения, срок обучения – 2 года

№ п/п	Тема дисциплины	Задание для самостоятельной работы	Трудоемкость задания, ч	Перечень учебно-методического обеспечения (номера источников из п.п. 4.1-4.3)
1	Тема 1. Основы организационной психологии	Анализ литературных источников, интернет-ресурсов. Подготовка письменной аналитической работы по этапам профессионализации личности	20	1, 4, 5, 13
2	Тема 2. Профессиональная мотивация и вознаграждение в организации	Анализ литературных источников, интернет-ресурсов, СМИ. Составление презентации по теме занятия	20	1, 2, 3, 9
3	Тема 3. Индивидуальное и групповое поведение в профессиональной деятельности. Интерперсональные связи в современной организации	Изучение материалов по теме, составление конспекта, подготовка к практическому занятию	20	6, 7, 8, 13
4	Тема 4. Психология индивидуальных различий	Работа с литературой, интернет-ресурсами, СМИ. Подготовка к самодиагностики	20	2, 3, 5, 10
5	Тема 5. Организационные конфликты	Работа с литературой, интернет-ресурсами, СМИ, подбор ситуаций для анализа на занятии	20	1, 2, 3, 12
6	Тема 6. Психодиагностика в организации	Работа с литературой, интернет-ресурсами, СМИ, подбор диагностического инструментария к использованию на занятии	20	1, 3, 8, 11
<b>Итого</b>			<b>120</b>	

#### 4.5. Выполнение курсовой работы (проекта)

Курсовая работа по данной дисциплине не предусмотрена.



## 5. РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 5.1. Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (табл. 6, 7).

Таблица 4

#### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Операционные системы	MicrosoftWindows
Офисные программы	MicrosoftOffice
Правовые информационные системы	Консультант Плюс
	Гарант

Таблица 5

#### Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ: <a href="http://prepod.nspu.ru/">http://prepod.nspu.ru/</a>

### 5.2. Материально-техническая база

Таблица 6

#### Материально-техническая база

Помещение для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
<b>Аудитории для проведения лекционных занятий</b>		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28
<b>Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости</b>		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28

1	2	3
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31.	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллюйская, 28
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Итоговый контроль по дисциплине (промежуточная аттестация) осуществляется в форме *зачета с оценкой*.

Фонд оценочных средств согласуется с дескрипторами, представленными в табл. 1.

### 6.1. Зачет

Форма проведения: собеседование по вопросам

Метод оценивания: экспертный.

#### Перечень примерных вопросов к зачету

1. Психологический портрет личности.
2. Типология лидерства.
3. Индивидуальность и группа.
4. Закономерности и этапы развития группы.
5. Сущность и природа конфликта.
6. Механизмы реализации власти.
7. Стратегии выхода из конфликта.
8. Профориентация и профессионализация персонала.
9. Управление динамикой развития группы.
10. Психодиагностика в организации: цели, возможности.
11. Характеристика лидерского поведения.
12. Личность и группа: взаимодействие и взаимовлияние.
13. Сущность и виды власти.
14. Основные направления работы лидера в группе.
15. Содержательные теории мотивации.

16. Психодиагностический инструментарий.
17. Профилактика конфликтов в организации.
18. Стили управления.
19. Система трудовой адаптации персонала.
20. Критерии и факторы эффективного лидерства.
21. Межличностные конфликты.
22. Управление карьерой.
23. Диагностика и отбор персонала.
24. Межгрупповые конфликты (в том числе межнациональные).
25. Управление стрессом.
26. Управление развитием сотрудника в коллективе.
27. Диагностика и управления конфликтом.
28. Механизмы социализации личности.

*Критерии выставления отметок:* отметка за зачет выставляется на основании результатов текущего контроля успеваемости и результатов собеседования по вопросам к зачету. Результаты зачета определяются отметками «отлично» (высокий уровень сформированности компетенций), «хорошо» (средний уровень сформированности компетенций), «удовлетворительно» (пороговый уровень сформированности компетенции).

«Отлично» ставится, если даны полные ответы на все поставленные основные и дополнительные вопросы, теоретический материал легко перекладывается в практическую плоскость, что свидетельствует об уверенных знаниях студента и умении решать профессиональные задачи;

«Хорошо» ставится, если даны ответы на основные вопросы, однако есть погрешности в ответах на дополнительные вопросы и незначительные дополнения к ответам, касающиеся практической значимости материала, что свидетельствует о достаточных знаниях студента и умении решать профессиональные задачи;

«Удовлетворительно» ставится, если не получены ответы на один из основных вопросов, ответы на дополнительные вопросы требуют уточнения, вопросы о применении теоретических знаний в практике в значительной мере вызывают затруднения, что свидетельствует о недостаточных знаниях студента, его ограниченном умении решать профессиональные задачи.

*Архипова И. В., канд. психол. наук,  
проф. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»*

# УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

**Место дисциплины в структуре образовательной программы:** программа дисциплины разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки магистратуры 38.04.02 *Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322.

Дисциплина является *дисциплиной по выбору вариативной части блока Б.1 В «Дисциплины»* учебного плана образовательной программы, изучается в 1 семестре. Трудоемкость дисциплины 4 ЗЕ/144 часа, в том числе 24 часа – контактная работа с преподавателем, 120 часов – самостоятельная работа (табл. 2).

**Цели освоения дисциплины:** освоение студентами необходимых психологических знаний для более эффективного решения профессиональных задачи, связанных с управлением процессами взаимодействия личности, коллектива и организационной среды.

**Планируемые результаты обучения:**

Дисциплина направлена на формирование компетенций ОПК-2 и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

### Перечень планируемых результатов обучения

Планируемый результаты освоения образовательной программы	Планируемый результаты обучения по дисциплине (дескрипторы)
<b>ОПК-2.</b> Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<i>Знать:</i> основы психологии личности и коллектива <i>Уметь:</i> использовать психологические знания для эффективного решения задач по руководству коллективом организации <i>Владеть:</i> навыками психологии управления людьми
<b>ОК-2.</b> Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	<i>Знать:</i> способы принятия решений <i>Уметь:</i> принимать решения и брать за них ответственность <i>Владеть:</i> навыками действия в нестандартных ситуациях
<b>ОК-3.</b> Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<i>Знать:</i> основные принципы процессов саморазвития и самореализации <i>Уметь:</i> реализовывать свой творческий потенциал <i>Владеть:</i> навыками саморазвития

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Тема 1. Лидерство и руководство.

Понятие лидерства и руководства. Формальное и неформальное лидерство. Теории лидерства. Личностные качества лидера. Стили руководства.

## **Тема 2. Мотивация и влияние.**

Понятие мотивации. Теории мотивации. Классификации мотивов. Мотивация в организации. Управление через мотивацию. Руководитель организации как мотивационный лидер. Мотивирующая организационная культура. Этапы развития организации и мотивационные механизмы на каждом из них. Личностная и групповая мотивация. Влияние и подчинение. Механизмы и стратегии влияния.

## **Тема 3. Управление групповыми процессами в организации.**

Организация как группа людей. Основные социально-психологические характеристики групп. Виды и типы групп. Характеристика больших групп и особенности управления ими. Малые группы: групповые процессы, стадии развития. Управление групповой динамикой. Характеристика коллектива. Этапы развития коллективов. Стихийные группы и массовые движения. Способы воздействия в стихийных группах. Социальные движения

## **Тема 4. Психология индивидуальных различий.**

Личность и индивидуальность. Личностные особенности и уникальность каждого человека. Познавательные особенности человека. Ценностно-смысловые ориентации личности. Эмоционально-волевые качества личности. Индивидуально-типологические свойства. Психологический портрет личности. Факторы развития личности. Возможности индивидуализации в организации. Стратегии развития личности в организации. Управление карьерой.

## **Тема 5. Управление организационными конфликтами.**

Сущность и понятие конфликта. Типология конфликтов. Структура и этапность конфликта. Стратегии выхода из конфликта. Специфика организационных конфликтов в организации: источники, возможные сценарии, стратегии решения. Управление конфликтами: технологии, методики, стратегии. Стрессменеджмент.

## **Тема 6. Психодиагностика в организации.**

Психодиагностическая компетентность руководителя. Измерения в организации: цели, задачи. Методы психодиагностики и сфера их применения в организации. Структура и организация психодиагностических процедур. Работа с группой и индивидуальная работа. Работа с руководителем. Результаты измерений и управление организационными процессами. Самодиагностика для руководителя.

## Содержание работ по дисциплине

Содержание работы	Виды и формы работы, ч				Всего, ч
	контактная работа			Самостоятельная работа	
	лекции	лабораторные	практические		
Тема 1. Лидерство и руководство			4	20	24
Тема 2. Мотивация и влияние	2		2	20	24
Тема 3. Управление групповыми процессами в организации	2		2	20	24
Тема 4. Психология индивидуальных различий	2		2	20	24
Тема 5 . Управление организационными конфликтами			4	20	24
Тема 6. Психодиагностика в организации	2		2	20	24
Контроль: зачет с оценкой					
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>8</b>		<b>16</b>	<b>120</b>	<b>144</b>
В том числе с применением дистанционных образовательных технологий					

### 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием разделов и тем по дисциплине (см. п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

### 4. ПЕРЕЧЕНЬ УЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 4.1. Основная учебная литература

*Захарова, Л. Н.* Психология управления : учебное пособие / Л. Н. Захарова. – М. : Логос, 2014. – 376 с.

#### 4.2. Дополнительная учебная литература, в том числе из фондов библиотеки НГПУ

*Горбунова, М. Ю.* Кадровый менеджмент и психология управления: краткий курс лекций / М. Ю. Горбунова. – М. : ВЛАДОС-ПРЕСС, 2008. – 223 с.

Директор по персоналу: практический журнал по управлению человеческими ресурсами Акцион-медиа / Междунар. центр финансово-экономического развития. – М. : Акцион : МЦФЭР, 2016.

*Зуб, А. Т.* Психология управления : учебник и практикум для академического бакалавриата : учебник для вузов по экон. направлениям и специальностям / А. Т. Зуб ; Московский гос. ун-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2015. – 372 с.

*Козлов, В. В.* Психология управления : учебное пособие для вузов / В. В. Козлов, Г. М. Мануйлов, Н. П. Фетискин. – М. : Академия, 2011. – 224 с.

*Морозов, А. В.* Управленческая психология : учебное пособие для / А. В. Морозов. – 2-е изд. – М. : Трикта : Академический Проект, 2005. – 288 с.

*Самыгин, С. И.* Социология и психология управления : учебное пособие для вузов / С. И. Самыгин, Г. И. Колесникова, С. Н. Епифанцев. – М. : Кнорус, 2016. – 254 с.

### **4.3. Интернет-ресурсы**

#### **4.3.1. Ресурсы НГПУ**

*Захарова, Т. И.* Социология и психология управления : учебное пособие / Т. И. Захарова. – М. : Евразийский открытый институт, 2010. – 288 с.

*Козлов, В. В.* Психология управления : учебное пособие / В. В. Козлов. – Саратов : Вузовское образование, 2014. – 353 с.

*Малягина, Н. А.* Психология управления : учебное пособие / Н. А. Малягина. – М. : Евразийский открытый институт, 2011. – 216 с.

Психодиагностика : учебно-методический комплекс дисциплины по образовательной программе специалитета «Педагогика и психология», со специализацией «Психология управления» / сост. О. А. Белобрыкина. – Новосибирск : НГПУ, 2013. – 127 с.

Психология менеджмента (управления) : учебно-методический комплекс дисциплины по образовательной программе бакалавриата «Психология» / сост. Т. Ю. Петровская. – Новосибирск : НГПУ, 2013. – 72 с.

*Романова, Е. В.* Психология управления: на пути к руководящей должности : учебное пособие / Е. В. Романова. – М., 2015. – 136 с.

#### **4.3.2. Ресурсы открытого доступа**

Всё для студента [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.twirpx.com/>.

#### **4.3.3. Методическое обеспечение**

Персональные сайты преподавателей университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://prepod.nspu.ru/course/>.

#### 4.4. Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

Очная форма обучения, срок обучения – 2 года

№ п/п	Тема дисциплины	Задание для самостоятельной работы	Трудоемкость задания, ч	Перечень учебно-методического обеспечения (номера источников из п. п. 4.1–4.3)
1	2	3	4	5
1	Тема 1. Лидерство и руководство	Анализ литературных источников, интернет-ресурсов. Подготовка письменной аналитической работы по этапам профессионализации личности	20	1, 4, 5, 13
2	Тема 2. Мотивация и влияние	Анализ литературных источников, интернет-ресурсов, СМИ. Составление презентации по теме занятия	20	1, 2, 3, 9
3	Тема 3. Управление групповыми процессами в организации	Изучение материалов по теме, составление конспекта, подготовка к практическому занятию	20	6, 7, 8, 13
4	Тема 4. Психология индивидуальных различий	Работа с литературой, интернет-ресурсами, СМИ. Подготовка к самодиагностики	20	2, 3, 5, 10
5	Тема 5. Управление организационными конфликтами	Работа с литературой, интернет-ресурсами, СМИ, подбор ситуаций для анализа на занятии	20	1, 2, 3, 12
6	Тема 6. Психодиагностика в организации	Работа с литературой, интернет-ресурсами, СМИ, подбор диагностического инструментария к использованию на занятии	20	1,3, 8, 11
<b>Итого</b>			<b>120</b>	

#### 4.5. Выполнение курсовой работы (проекта)

Курсовая работа по данной дисциплине не предусмотрена.



## 5. РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 5.1. Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (табл. 6, 7).

Таблица 4

#### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Операционные системы	MicrosoftWindows
Офисные программы	MicrosoftOffice
Правовые информационные системы	Консультант Плюс
	Гарант

Таблица 5

#### Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ: <a href="http://prepod.nspu.ru/">http://prepod.nspu.ru/</a>

### 5.2. Материально-техническая база

Таблица 6

#### Материально-техническая база

Помещение для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
Аудитории для проведения лекционных занятий		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28
Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28

1	2	3
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллюйская, 28
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Итоговый контроль по дисциплине (промежуточная аттестация) осуществляется в форме *зачета с оценкой*.

Фонд оценочных средств согласуется с дескрипторами, представленными в табл. 1.

### 6.1. Зачет

Форма проведения: собеседование по вопросам

Метод оценивания: экспертный.

#### *Перечень примерных вопросов к зачету*

1. Психологический портрет личности.
2. Типология лидерства.
3. Индивидуальность и группа.
4. Закономерности и этапы развития группы.
5. Сущность и природа конфликта.
6. Механизмы реализации власти.
7. Стратегии выхода из конфликта.
8. Профориентация и профессионализация персонала.
9. Управление динамикой развития группы.
10. Психодиагностика в организации: цели, возможности.
11. Характеристика лидерского поведения.
12. Личность и группа: взаимодействие и взаимовлияние.
13. Сущность и виды власти.
14. Основные направления работы лидера в группе.
15. Содержательные теории мотивации.

16. Психодиагностический инструментарий.
17. Профилактика конфликтов в организации.
18. Стили управления.
19. Система трудовой адаптации персонала.
20. Критерии и факторы эффективного лидерства.
21. Межличностные конфликты.
22. Управление карьерой.
23. Диагностика и отбор персонала.
24. Межгрупповые конфликты (в том числе межнациональные).
25. Управление стрессом.
26. Управление развитием сотрудника в коллективе.
27. Диагностика и управления конфликтом.
28. Механизмы социализации личности.

*Критерии выставления отметок:* отметка за зачет выставляется на основании результатов текущего контроля успеваемости и результатов собеседования по вопросам к зачету. Результаты зачета определяются отметками «отлично» (высокий уровень сформированности компетенций), «хорошо» (средний уровень сформированности компетенций), «удовлетворительно» (пороговый уровень сформированности компетенции).

«Отлично» ставится, если даны полные ответы на все поставленные основные и дополнительные вопросы, теоретический материал легко перекладывается в практическую плоскость, что свидетельствует об уверенных знаниях студента и умении решать профессиональные задачи;

«Хорошо» ставится, если даны ответы на основные вопросы, однако есть погрешности в ответах на дополнительные вопросы и незначительные дополнения к ответам, касающиеся практической значимости материала, что свидетельствует о достаточных знаниях студента и умении решать профессиональные задачи;

«Удовлетворительно» ставится, если не получены ответы на один из основных вопросов, ответы на дополнительные вопросы требуют уточнения, вопросы о применении теоретических знаний в практике в значительной мере вызывают затруднения, что свидетельствует о недостаточных знаниях студента, его ограниченном умении решать профессиональные задачи.

*Архипова И. В., канд. психол. наук,  
профессор кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»*

# ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки магистратуры по направлению *38.04.02 Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322.

Дисциплина является *дисциплиной по выбору вариативной части* блока Б1.В.ДВ.2 «Дисциплины по выбору» учебного плана образовательной программы, изучается во 2 семестре. Трудоемкость дисциплины: 5 ЗЕ / 180 часов, в том числе 24 часа – контактная работа с преподавателем, 156 часов – самостоятельная работа (табл. 2).

**Цели освоения дисциплины:** обобщение методов деловой практики и положительных традиций в переговорах, в том числе коммерческих, обучение студентов организационным и протокольным аспектам коммерческих переговоров.

### Планируемые результаты обучения

Дисциплина направлена на формирование компетенции и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения

Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине (дескрипторы)
1	2
<b>ОК-1.</b> Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу.	<i>Знать:</i> сущность метода научной абстракции применительно к процессу переговорной деятельности; знать процедуры системного анализа и синтеза применительно к организации переговорной деятельности. <i>Уметь:</i> синтезировать знания и информацию, имеющие отношение к переговорной деятельности; обобщать информацию об опыте конкретных участников переговорной деятельности. <i>Владеть:</i> системным видением переговорного процесса; методами анализа внутренних и внешних связей участников переговорного процесса, особенностей их взаимодействия со средой
<b>ОК-2.</b> Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.	<i>Знать:</i> теории переговорного процесса; базовые характеристики переговоров; основные техники ведения переговоров. <i>Уметь:</i> применять полученные обобщенные знания, относящиеся к переговорному процессу, в анализе конкретной, в том числе нестандартной ситуации. <i>Владеть:</i> инструментарием обеспечения эффективности переговорного процесса; приемами и методами разрешения конфликта в процессе переговоров.

1	2
<p><b>ОК-3.</b> Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала.</p>	<p><i>Знать:</i> основные источники информации об организации и планировании переговоров; современные подходы к переговорному процессу; методы стимулирования творческого потенциала сотрудников-участников переговорной деятельности.</p> <p><i>Уметь:</i> применять новые управленческие подходы к процессу переговоров; уметь стимулировать творческого потенциала сотрудников-участников переговорной деятельности.</p> <p><i>Владеть:</i> основными методами саморазвития в сфере переговорной деятельности.</p>
<p><b>ОПК-1.</b> Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности.</p>	<p><i>Знать:</i> особенности переговоров как вида делового общения и публичного выступления; виды речи, правила речевого этикета и ведения диалога; приемы убеждения; различные наглядные формы подачи информации.</p> <p><i>Уметь:</i> вести диалог с собеседником на профессиональную тему, используя специализированную терминологию.</p> <p><i>Владеть:</i> основами речи; приемами убеждения; навыками наглядного представления информации в переговорном процессе.</p>

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Введение в теорию переговорного процесса

#### Тема 1. Роль переговоров в жизни современного общества

Понятие переговорного процесса. Переговорный процесс как форма и способ обеспечения взаимодействия сторон. Переговорная практика в обществах с различной социально-экономической и политической системой. Переговорная практика в условиях современной России.

#### Тема 2. Основные характеристики переговорного процесса

Виды и функции переговоров. Субъекты и предмет переговоров. Позиции и пропозиции в переговорах. Понятие «результат» переговоров. Моральная сторона ведения переговоров.

### 2.2. Организация переговоров как процесс

#### Тема 3. Подготовка к переговорам

Планирование переговорного процесса. Постановка целей. Уяснение пределов возможностей сторон. Информационная подготовка. Методы подготовки к переговорам. Подготовка к международным переговорам.

#### **Тема 4. Начало переговоров**

Размещение участников переговоров. Обсуждение процедуры и регламента переговоров. Согласование повестки дня. Определение общих интересов. Пакеты предложений. Начало беседы и его психологические приемы. Стадии переговоров.

### **2.3. Переговорный процесс как решение проблем**

#### **Тема 5. Интересы сторон в переговорном процессе**

Различие в понятиях «позиция» и «интересы». Противоречивые и совместимые интересы. Применение теории потребностей в переговорном процессе. Психотехнология выявления интересов. Психология ожидания в переговорном процессе.

#### **Тема 6. Алгоритм решения проблемы**

Понятие «решения» и их классификации. Интегральные параметры среды как организационный фактор решения проблем на переговорах. Расширение кругозора.

#### **Тема 7. Выработка альтернативы решения проблемы**

Психотехнология выработки альтернативы. Обсуждение вариантов. Оценка вариантов. Выбор альтернативы. Альтернатива соглашению.

#### **Тема 8. Завершение переговоров**

Понятие «результат» переговоров. Критерии успешности переговоров. Соглашение, заключение сделки. Психотехнология завершения переговоров. Анализ результатов переговоров.

### **2.4. Психологические аспекты переговорного процесса**

#### **Тема 9. Стили переговоров**

Психология ведения переговоров в рамках сотрудничества. Психология ведения переговоров в рамках конфронтации: стратегии ведения конфронтационных переговоров; тактика ведения конфронтационных переговоров

#### **Тема 10. Манипулирование на переговорах**

Психологическая сущность понятия «манипуляция». Психологическая природа манипуляции. Психологические механизмы манипулятивного воздействия на переговорах. Психотехнология манипулирования на переговорах. Распознавание манипуляции. Психологическая защита от манипуляций.

#### **Тема 11. Медиация в переговорном процессе**

Организационно-концептуальные основы медиации (посредничества). Психологические основы медиации в переговорном процессе. Психологическая технология взаимодействия медиатора с участниками переговоров: универсальные модели поведения медиатора на переговорах. Поведение медиатора в основных фазах переговоров. Эффективность медиации.

## Тема 12. Переговорная компетентность

Понятие переговорной компетентности. Структура переговорной компетентности. Определение уровня переговорной компетентности. Повышение эффективности использования присущих сотрудникам структур и уровней компетентности в переговорной деятельности организации.

Таблица 2

### Содержание работ по дисциплине

Содержание работы	Виды и формы работы, час				Всего, час
	контактная работа			самостоятельная работа	
	лекции	лабораторные	практические		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
<b>1. Введение в теорию переговорного процесса</b>					
Тема 1. Роль переговоров в жизни современного общества	2			10	12
Тема 2. Основные характеристики переговорного процесса			2	10	12
<b>2. Организация переговоров как процесс</b>					
Тема 3. Подготовка к переговорам	2			20	22
Тема 4. Начало переговоров			2	12	14
<b>3. Переговорный процесс как решение проблем</b>					
Тема 5. Интересы сторон в переговорном процессе			2	12	14
Тема 6. Алгоритм решения проблемы			2	20	22
Тема 7. Выработка альтернативы решения проблемы			2	12	14
Тема 8. Завершение переговоров			2	16	18
<b>4. Психологические аспекты переговорного процесса</b>					
Тема 9. Стили переговоров	2			10	12
Тема 10. Манипулирование на переговорах			2	10	12
Тема 11. Медиация в переговорном процессе			2	12	14
Тема 12. Переговорная компетентность			2	12	14
Контроль: зачет с оценкой				–	–
Итого по дисциплине	<b>6</b>		<b>18</b>	<b>156</b>	<b>180</b>
В том числе с применением дистанционных образовательных технологий			–	–	–

### **3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием разделов и тем по дисциплине (см. п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

### **4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

#### **4.1. Основная учебная литература**

*Титова, Л. Г.* Деловое общение : учебное пособие / Л. Г. Титова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 271 с.

#### **4.2. Дополнительная учебная литература, в том числе из фондов библиотеки НГПУ**

*Кошелев, А. Н.* PR-проектирование: от идеи до воплощения в реальность / А. Н. Кошелев. – М. : Дашков и К, 2009. – 304 с.

*Кошелев, А. Н.* PR-проектирование : от идеи до воплощения в реальность / А. Н. Кошелев. – 2-е изд. – М. : Дашков и К, 2010. – 304 с.

Маркетинговые коммуникации : журнал. – М. : ИД «Гребенников», 2006.

*Морозов, Б. П.* Психология общения и переговоров: подготовка, организация и практическое проведение переговорного процесса : учебное пособие по направлению «Психология служебной деятельности» / Б. П. Морозов, Е. О. Шамшикова. – Новосибирск : НГПУ, 2013. – 156 с.

Реклама и связи с общественностью: теория и практика : учебное пособие для вузов по направлению журналистика (профиль «Реклама и паблик рилейшнз») / Е. В. Маслова [и др.] ; Воронежский гос. ун-т. – Воронеж : ВГУ, 2015. – 372 с.

#### **4.3. Интернет-ресурсы**

##### **4.3.1. Ресурсы НГПУ**

*Берёзка, Н. Н.* Бизнес-планирование : электронный учебно-методический комплекс / Н. Н. Берёзка ; Новосиб. гос. пед. ун-т, Ин-т открытого дистанционного образования. – CD с автозапуском: электрон. текстовые, граф., зв. данные, видеоданные. – Новосибирск : НГПУ, 2014.

*Мышанский, А. А.* Основы рекламы и связей с общественностью : электронный учебно-методический комплекс / А. А. Мышанский ; Новосиб. гос. пед. ун-т, Ин-т открытого дистанционного образования. – CD с автозапуском: электрон. текстовые, граф., зв. данные, видеоданные. – Новосибирск : НГПУ, 2014.

*Морозов, Б. П.* Психология общения и переговоров: подготовка, организация и практическое проведение переговорного процесса : учебное пособие по направлению «Психоло-



гия служебной деятельности» / Б. П. Морозов, Е. О. Шамшикова ; Новосиб. гос. пед. ун-т. – Новосибирск : НГПУ, 2013. – 156 с.

Голуб, О. Ю. Теория коммуникации : учебное пособие для вузов по направлению «Связи с общественностью», «Реклама» / О. Ю. Голуб, С. В. Тихонова. – М. : Дашков и К, 2011. – 388 с.

Реклама. Теория и практика : журнал. – М. : ИД «Гребенников», 2016.

#### 4.3.2. Ресурсы открытого доступа

Эл. журнал «Мастер переговоров» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://peregovory365.ru>.

Лепехин, Н. Н. Переговорная деятельность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.directmedia.ru/book\\_252943\\_peregovornaya\\_deyatelnost/](http://www.directmedia.ru/book_252943_peregovornaya_deyatelnost/).

Аналитика конфликта [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.aconflict.ru>

Переговоры. Виртуальный учебно-методический комплекс [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.read.virmk.ru>

Конфликтология [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.conflictologiy.narod.ru>.

Психология от А до Я [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.psyznaiyka.net/konfliktologiya.html>.

Психологос [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.psychologos.ru>.

#### 4.4. Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

№	Тема дисциплины	Задание для самостоятельной работы	Трудоемкость задания, часы	Перечень учебно-методического обеспечения (номера источников из п. п. 4.1–4.3)
1	2	3	4	5
1	Роль переговоров в жизни современного общества	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	12	1–21
2	Основные характеристики переговорного процесса	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	12	2, 3, 6, 7, 17–21
3	Подготовка к переговорам	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий.	22	15, 17–21
4	Начало переговоров	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	14	2, 3, 6, 10–14, 7, 17–21

1	2	3	4	5
5	Интересы сторон в переговорном процессе	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	12	2, 3, 6, 7, 10–14, 17–21
6	Алгоритм решения проблемы	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	20	2, 3, 6, 7, 10–14, 17–21
7	Выработка альтернативы решения проблемы	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	12	2, 3, 6, 7, 10–14, 17–21
8	Завершение переговоров	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	16	2, 3, 6, 7, 10–14, 17–21
9	Стили переговоров	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	10	2, 3, 6, 7, 10–14, 17–21
10	Манипулирование на переговорах	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	10	2, 3, 6, 7, 10–14, 17–21
11	Медиация в переговорном процессе	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	12	2, 3, 6, 7, 10–14, 17–21
12	Переговорная компетентность	Подготовка вопросов к практическому занятию. Выполнение практических заданий	12	2, 3, 6, 7, 10–14, 17–21
Итого			<b>156</b>	

#### 4.5. Выполнение курсовой работы (проекта)

Курсовая работа по данной дисциплине не предусмотрена.

### 5. РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 5.1. Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (табл. 4, 5).

Таблица 4

**Локальные информационные технологии**

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Аудиоредакторы	MakeMusicFinale
Видеоредакторы	CamtasiaStudio
Графические редакторы	Paint.NET
	GIMP
	Paint
	Corel DRAW
Обучение языкам	НордМастер
Операционные системы	MicrosoftWindows
Офисные программы	MicrosoftOffice
Распознавание текста и речи	ABBYY FineReader
Правовые информационные системы	Консультант Плюс
	Гарант

Таблица 5

**Распределенные информационные технологии**

Группа	Наименование
Платформа для проведения вебинаров	Adobecconnect
Системы тестирования	Система компьютерного адаптивного тестирования АСТ-тест
Библиотеки и образовательные ресурсы (в том числе персональные сайты преподавателей НГПУ)	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте Видеолетопись НГПУ <a href="http://tv-news.nspu.ru">http://tv-news.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте НГПУ-онлайн <a href="http://live.nspu.ru">http://live.nspu.ru</a>
	Система электронных портфолио студентов НГПУ

**5.2. Материально-техническая база**

Таблица 6

**Материально-техническая база**

Помещение для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
1	2	3
Аудитории для проведения лекционных занятий		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28

1	2	3
Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллойская, 28
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Итоговый контроль по дисциплине (промежуточная аттестация) осуществляется в форме зачета с оценкой.

Фонд оценочных средств согласуется с дескрипторами, представленными в табл. 1.

### 6.1. Реферат

Этапы контроля: темы 1–12.

Форма проведения контроля: публичная защита с презентацией.

Метод оценивания: экспертный.

#### Примерная тематика рефератов

1. Деловое общение, его виды и формы, стили общения.
2. Структура и средства коммуникации, механизм делового общения, умение слушать и говорить.
3. Создание благоприятного психологического климата во время переговоров.

4. Формирование переговорного процесса.
5. Национальные стили ведения переговоров.
6. Особенности публичного выступления.
7. Культура речи делового человека.
8. Невербальные особенности в процессе делового общения.
9. Межнациональные различия невербального общения.
10. Культура спора (дискуссии, полемики) и психологические особенности публичного выступления.
11. Психологические приемы убеждения в споре.
12. Конфликты и конфликтные ситуации.
13. Деловое общение в экстремальных ситуациях.
14. Стрессы и стрессовые ситуации.
15. Имидж делового человека.
16. Особенности ведения переговоров по экспорту и импорту.
17. Методы подготовки к проведению переговоров (имитационные игры).
18. Деловой протокол.
19. Этикет деловых отношений (этикет деловых приемов, правила вручения подарков, поведение в общественных местах, искусство комплимента).
20. Деловая этика, стиль.
21. Стратегия ведения переговоров.
22. Тактика ведения переговоров.
23. Нормы и правила дистанционного общения (правила успешных телефонных переговоров, культура делового письма).
24. Искусство речи продавца товаров и услуг.
25. Методики обоснования сбытовых переговоров.
26. Методы оценки эффективности продаж товаров и услуг.
27. Психологические приемы влияния на делового партнера.
28. Психологические аспекты переговорного процесса.
29. Спор, дискуссия, полемика. Происхождение и психологические особенности.
30. Правовые основы общения с иностранными партнерами и международный этикет.
31. Деловая беседа, правила проведения собеседования.
32. Деловое совещание.

### **Требования к выполнению и оформлению реферата**

При выборе темы студент должен исходить из собственных научных интересов, а также учитывать актуальность и практическую значимость рассматриваемой проблемы. Объем – 10–12 страниц печатного текста, шрифт – Times New Roman, размер – 14, межстрочный интервал – полуторный. Готовясь к реферативному сообщению, необходимо составить план-конспект своего выступления, продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной практикой.

Защита проводится на занятии с публичным обсуждением излагаемых студентом проблем. Обсуждение реферата осуществляется на основе его презентации, выполненной в про-

грамме Office Power Point. Преподаватель может по своему усмотрению оценивать реферат без публичной защиты при условии индивидуального консультирования студента по данной теме.

### **Примерная структура реферата**

1. *Введение* – 1 стр. Приводятся аргументы в пользу актуальности выбранной темы и ее ценности в изучении данной дисциплины, формируются цели и задачи рефератного исследования.

2. *Основная часть*. Может делиться на разделы. В ней содержится анализ основных отечественных и зарубежных источников, использованных при работе над рефератом; раскрывается и уточняется содержание основных понятий и положений исследуемой проблемы; производится оценка степени теоретической разработанности отдельных аспектов рассматриваемой проблемы.

3. *Заключение* – 1 стр. В нём содержатся основные выводы по теме.

4. *Список литературы*. Включает учебную и научную литературу, использованную при написании реферата. Список должен быть оформлен в соответствии со стандартами. Необходимо использовать: законы РФ, статьи из научных журналов за период последних 3-х лет.

*Критерии оценки результатов выполнения*: оценка «зачтено» ставится при соответствии содержания реферата заявленной теме, грамотном изложении мыслей, оформлении в соответствии с требованиями.

### **6.2. Тестирование**

Этапы контроля: тема 1–12.

Время на выполнение задания: количество тестовых вопросов \* 50 сек.

Форма проведения контроля: тестирование.

*Шкала оценивания*:

1 балл – за правильный ответ на одно тестовое задание;

0 баллов – за неправильный ответ на одно тестовое задание.

С учетом количества тестовых заданий (двадцать), максимально возможное количество баллов за данный этап зачета составляет 20 баллов.

Критерии оценки результатов выполнения: верно выполнено более 65% заданий – *зачтено*; менее 65% – *не зачтено*.

### **Примерные варианты**

1. Встретить прибывших гостей (наших или иностранных) должен:

а) руководитель фирмы;

б) заместитель руководителя;

в) начальник отдела;

г) симпатичная, привлекательная и обязательно улыбающаяся девушка;

д) любой член делегации.

2. Переговоры будут проходить в помещении, находящемся на втором этаже. Где Вы будете встречать прибывших гостей:
- а) в вестибюле первого этажа;
  - б) в вестибюле второго этажа.
3. С какой стороны должно идти лицо, встретившее главу делегации:
- а) справа;
  - б) слева;
  - в) спереди;
  - г) сзади.
4. Представление участников переговоров происходит:
- а) до начала переговоров;
  - б) за столом переговоров.
5. В каком порядке происходит представление участников переговоров:
- а) сначала представляются гости;
  - б) сначала представляются хозяева.
6. Если среди прибывших есть дамы, пользуются ли они преимуществом при оказании знаков внимания:
- а) пользуются;
  - б) только если это глава делегации;
  - в) пользуются, только после главы делегации.
7. Во время взаимных представлений Вы не расслышали имя партнера. Что делать? Здесь два правильных ответа:
- а) вручить ему свою визитку;
  - б) попросить у него визитку;
  - в) просто переспросить.
8. Во время знакомства с приехавшими к заместителю руководителя делегации хозяев к нему обратился сотрудник со срочным вопросом по работе. Как следует поступить:
- а) отойти в сторонку и незаметно для всех быстро решить вопрос;
  - б) извиниться и ненадолго уйти;
  - в) потребовать от сотрудника немедленно покинуть помещение.
9. Согласно этикету, при первой встрече сувениры дарят:
- а) хозяева;
  - б) гости.
10. Сувениры вручают:
- а) без упаковки;
  - б) в упаковке.
11. Член делегации, получивший сувенир:
- а) упаковку вскрывает;
  - б) упаковку не вскрывает.

12. Подарки вручают членам делегаций:
- а) равноценные;
  - б) в зависимости от ранга члена делегации.
13. Стоит ли дарить иностранцам матрешки, самовары или другие российские сувениры:
- а) можно дарить;
  - б) не стоит.
14. Принято ли делать гравировку на подарке:
- а) принято;
  - б) не принято;
  - в) желательно.
15. Обязателен ли обмен сувенирами при второй встрече:
- а) не обязателен;
  - б) обязателен;
  - в) по желанию делегации.
16. Может ли следующий подарок повторять предыдущий:
- а) может, если только это не спиртное;
  - б) не может, если только это не спиртное.
17. Что является сигналом к началу переговоров:
- а) приглашение главы делегации гостей;
  - б) приглашение главы делегации хозяев.
18. С какой стороны от главы делегации размещается переводчик? Здесь два правильных ответа, определите их:
- а) немного спереди;
  - б) справа;
  - в) слева;
  - г) сзади;
  - д) если невозможно слева, то сзади;
  - е) если невозможно справа, то сзади.
19. Как влияет внешняя привлекательность переводчика на имидж главы делегации, если они разного пола:
- а) повышает;
  - б) понижает;
  - в) это не имеет значения.
20. Как влияет внешняя привлекательность переводчика на имидж главы делегации, если они одного пола:
- а) повышает;
  - б) понижает;
  - в) это не имеет значения.



21. Как предпочтительнее садиться при беседе с глазу на глаз:
- а) напротив друг друга;
  - б) под небольшим углом.
22. При встрече в узком кругу как надлежит садиться хозяину по отношению к главе делегации гостей:
- а) немного спереди;
  - б) справа;
  - в) слева;
  - г) сзади;
  - д) если невозможно слева, то сзади;
  - е) если невозможно справа, то сзади.
23. Кто имеет психологическое преимущество в переговорах:
- а) делегация гостей;
  - б) делегация хозяев.
24. Какая тактика предпочтительнее в начале переговоров:
- а) прежде всего четко и внятно изложить собственную точку зрения делегации хозяев;
  - б) прежде всего постараться понять точку зрения партнера.
25. В начале переговоров одна из сторон рассказывает о себе. Кто это:
- а) хозяйева;
  - б) гости;
  - в) инициатор переговоров.

### **6.3. Зачет**

Форма проведения контроля: устный ответ на предложенные вопросы.

Метод оценивания: экспертный.

#### **Примерный перечень вопросов**

1. Организация переговоров как процесс.
2. Подготовка к переговорам.
3. Планирование переговорного процесса.
4. Постановка целей переговорного процесса.
5. Уяснение пределов возможностей сторон переговорного процесса.
6. Методы подготовки к переговорам.
7. Информационная подготовка к переговорам.
8. Подготовка к международным переговорам.
9. Особенности начала переговорного процесса.
10. Размещение участников переговоров.
11. Обсуждение процедуры и регламента переговоров.
12. Согласование повестки дня переговоров.
13. Определение общих интересов на начальном этапе переговорного процесса.

14. Формирование и предъявление пакетов предложений на начальном этапе переговорного процесса.
15. Начало беседы в переговорном процессе и его психологические приемы.
16. Характеристика основных стадий переговоров.
17. Переговорный процесс как решение проблем.
18. Интересы сторон в переговорном процессе.
19. Различие в понятиях «позиция» и «интерес» в переговорном процессе.
20. Противоречивые и совместимые интересы в переговорном процессе.
21. Применение теории потребностей в переговорном процессе.
22. Психотехнология выявления интересов в переговорном процессе.
23. Психология ожидания в переговорном процессе.
24. Алгоритм решения проблемы в переговорном процессе.
25. Понятие «решения» в переговорном процессе. Классификация решений.
26. Интегральные параметры среды как организационный фактор решения проблем на переговорах.
27. Выработка альтернативы решения проблемы в переговорном процессе.
28. Психотехнология выработки альтернативы.
29. Обсуждение и оценка вариантов в переговорном процессе.
30. Выбор альтернативы в переговорном процессе. Альтернатива соглашению.
31. Завершение переговоров.
32. Понятие «результат» переговоров.
33. Критерии успешности переговоров.
34. Соглашение, заключение сделки.
35. Психотехнология завершения переговоров.
36. Анализ результатов переговоров.
37. Психологические аспекты переговорного процесса.
38. Стили переговоров.
39. Психология ведения переговоров в рамках сотрудничества.
40. Психология ведения переговоров в рамках конфронтации.
41. Стратегии ведения конфронтационных переговоров.
42. Тактика ведения конфронтационных переговоров.
43. Манипулирование на переговорах.
44. Природа и психологическая сущность манипуляции.
45. Психологические механизмы манипулятивного воздействия на переговорах.
46. Психотехнология манипулирования на переговорах.
47. Распознавание манипуляции. Психологическая защита от манипуляций в переговорном процессе.
48. Организационно-концептуальные основы медиации (посредничества).
49. Психологические основы медиации в переговорном процессе.
50. Психологическая технология взаимодействия медиатора с участниками переговоров: универсальные модели поведения медиатора на переговорах.
51. Поведение медиатора в основных фазах переговоров. Эффективность медиации.
52. Понятие переговорной компетентности.

53. Структура переговорной компетентности.
54. Определение уровня переговорной компетентности.
55. Повышение эффективности использования присущих сотрудникам структур и уровней компетентности в переговорной деятельности организации.

#### *Критерии оценивания*

Оценка *«отлично»* (пороговый уровень сформированности компетенций) ставится, если студент логично и доказательно раскрывает предложенные вопросы, ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью; своевременно и правильно выполнено индивидуальное задание.

Оценка *«хорошо»* (средний уровень сформированности компетенций) ставится, если знания имеют достаточный уровень, однако отличаются слабой структурированностью; раскрыто содержание вопросов, но в ответе имеют место несущественные ошибки, которые студент способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; своевременно и правильно выполнено индивидуальное задание.

Оценка *«удовлетворительно»* (высокий уровень сформированности компетенций) ставится, если знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью, содержание вопросов раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на вопросы; выполнено индивидуальное задание.

Оценка *«неудовлетворительно»* (компетенции не сформированы) ставится, если обнаружено незнание или непонимание студентом сущностной части переговорной деятельности; допускаются существенные ошибки, которые студент не может исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов студент затрудняется дать ответ, или не дает верных ответов; индивидуальное задание выполнено отчасти.

*Бакаева В. В., д-р экон. наук, проф.  
проф. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»*

# СОВРЕМЕННЫЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины «Современный стратегический анализ» разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки магистратуры по направлению 38.04.02 *Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322.

Дисциплина «Современный стратегический анализ» является дисциплиной по выбору вариативной части блока Б1 «Дисциплины (модули)» учебного плана основной профессиональной образовательной программы, изучается во 2 семестре. Трудоемкость дисциплины: 5 ЗЕ / 180 часов, в том числе 24 часа – контактная работа с преподавателем, 156 часов – самостоятельная работа (табл. 2).

**Цели освоения дисциплины:** углубленное изучение методологии и современной практики стратегического анализа в субъектах хозяйствования, изучение аналитических методов обоснования стратегических управленческих решений, направленных на повышение стратегической рыночной конкурентоспособности бизнеса.

### Планируемые результаты обучения

Дисциплина направлена на формирование компетенции ПК-2 и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

### Перечень планируемых результатов обучения

Планируемый результат освоения образовательной программы	Планируемый результат обучения по дисциплине (дескрипторы)
1	2
<b>ПК-2:</b> Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию.	<p><i>Знать:</i> теоретические основы стратегического анализа; назначение стратегии в развитии бизнеса; особенности стратегического менеджмента и организации стратегического анализа; современные методики стратегического анализа в субъектах хозяйствования; основные виды стратегий, особенности их разработки и оценки реализации в деловой практике современных организаций.</p> <p><i>Уметь:</i> формировать информационную базу стратегического анализа; определять фундаментальные факторы, обуславливающие успех в бизнесе; анализировать конкурентные преимущества посредством идентификации ресурсов и способностей компании; применять методику анализа конкурентов и анализа сегментации рынка; формулировать стратегию, основанную на выявленных конкурентных преимуществах.</p> <p><i>Владеть:</i> подходами к постановке целей деятельности организации; методами стратегического позиционирования; навыками проведения анализа привлекательности отрасли; методами оценки ресурсов и способностей компании для обеспечения устойчивого</p>

1	2
	стратегического преимущества; передовым опытом построения эффективных систем стратегического анализа организации; навыками использования результатов анализа конкурентов и анализа сегментации для формулировки стратегии.

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Тема 1. Введение в стратегический анализ.**

Многообразие подходов к пониманию стратегического анализа. Стратегия и основные принципы ее формирования. Генезис стратегического анализа. Место стратегического анализа в системе менеджмента. Стратегический анализ как инструмент стратегического менеджмента. Стратегический анализ как элемент стратегического управленческого учета. Предмет, область и задачи стратегического анализа. Направления стратегического анализа и особенности его организации.

### **Тема 2. Информационное обеспечение стратегического анализа.**

Проблемы формирования информационной базы стратегического анализа. Внешние и внутренние источники информации для стратегического анализа. Обзоры рынка. Данные стратегической конкурентной разведки. Прогнозы научно-технического и социально-экономического развития. Отраслевые прогнозы. Результаты маркетинговых исследований. Аналитические разработки зарубежных и отечественных специалистов.

### **Тема 3. Методы стратегического анализа.**

Проблема идентификации методов анализа. Использование качественных методов в стратегическом анализе. SWOT-анализ. PEST-анализ. GAP-анализ и другие методы стратегического анализа. Методы статистики в стратегическом анализе. Использование факторного, кластерного, корреляционно-регрессионного анализа. Метод экспертных оценок в стратегическом анализе.

### **Тема 4. Технология стратегического анализа.**

Анализ внешней среды. Аналитическое исследование рынков. Анализ факторов, влияющих на рыночную среду. Сегментация клиентов. Оценка рыночной позиции организации. Классификация бизнес-процессов и их анализ. Разработка системы аналитических показателей стратегического анализа. Анализ стратегических показателей. Анализ добавленной экономической стоимости (EVA). Использование сбалансированной системы показателей в стратегическом анализе. Направления использования аналитических результатов.

### **Тема 5. Разработка и реализация стратегии развития на основе стратегического анализа.**

Модели стратегических управленческих решений. Разработка стратегии в условиях определенности. Принятие стратегических управленческих решений в условиях неопределенности. Методы и критерии оценки неопределенности. Реализация направлений стратеги-

ческого анализа: инновационного, маркетингового анализа, прогнозирование несостоятельности. Анализ реализации стратегии субъектов хозяйствования. Оценка эффективности стратегии.

Таблица 2

**Содержание работ по дисциплине**

Содержание работы	Виды и формы работы, час				Всего, час
	контактная работа			самостоятельная работа	
	лекции	лабораторные	практические		
Тема 1. Введение в стратегический анализ	2	–	2	24	28
Тема 2. Информационное обеспечение стратегического анализа	–	–	2	24	26
Тема 3. Методы стратегического анализа	–	–	4	36	40
Тема 4. Технология стратегического анализа	2	–	4	36	42
Тема 5. Разработка и реализация стратегии развития на основе стратегического анализа	2	–	6	36	44
Выполнение курсовой работы /проекта					–
Контроль: <i>зачет с оценкой</i>					–
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>18</b>	<b>156</b>	<b>180</b>
В том числе с применением дистанционных образовательных технологий	6		2		8

**3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ  
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием разделов и тем по дисциплине (п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

**4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ  
ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**4.1. Основная учебная литература**

*Басовский, Л. Е.* Современный стратегический анализ : учебник для вузов по направлению «Менеджмент» (магистратура) / Л. Е. Басовский. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 256 с.

**4.2. Дополнительная учебная литература, в том числе  
из фондов библиотеки НГПУ**

*Андрейчиков, А. В.* Анализ, синтез, планирование решений в экономике / А. В. Андрейчиков. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 368 с.

- Антонов, А. В.* Системный анализ : учеб. для вузов / А. В. Антонов. – М. : Высш. шк., 2004. – 454 с.
- Анфилатов, В. С.* Системный анализ в управлении / В. С. Анфилатов [и др.]. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 368 с.
- Баканов, М. И.* Теория экономического анализа : учебник / М. И. Баканов. – М. : Финансы и статистика, 1998. – 416 с.
- Басовский, Л. Е.* Стратегический менеджмент : учебник для вузов по направлению «Менеджмент» / Л. Е. Басовский. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 365 с.
- Белкин, А. Р.* Принятие решений: комбинаторные модели аппроксимации информации / А. Р. Белкин. – М. : Наука, 1990. – 160 с.
- Беляевский, И. К.* Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учебное пособие / И. К. Беляевский. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 320 с.
- Блюмин, С. Л.* Модели и методы принятия решений в условиях неопределенности / С. Л. Блюмин. – Липецк : ЛЭГИ, 2001. – 138 с.
- Виссема, Х.* Стратегический менеджмент и предпринимательство : возможности для будущего процветания / Х. Виссема ; пер. с англ. Н. А. Нуреева. – М. : Финпресс, 2000. – 272 с.
- Волкова, В. Н.* Теория систем и системный анализ в управлении организациями : справочник / В. Н. Волкова. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 846 с.
- Глущенко, В. В.* Разработка управленческого решения. Прогнозирование – планирование. Теория проектирования экспериментов / В. В. Глущенко. – М. : ООО НПЦ «Крылья», 2000. – 400 с.
- Гришин, А. Ф.* Статистические модели: построение, оценка, анализ / А. Ф. Гришин. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 416 с.
- Коротков, Э. М.* Исследование систем управления / Э. М. Коротков. – М. : ДеКА, 2003. – 336 с.
- Малин, А. С.* Исследование систем управления : учебник для вузов / А. С. Малинин. – М. : ИД ГУВШЭ, 2004. – 400 с.
- Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал по маркетингу. – М. : ИД «Гребенников», 2015.
- Модели и методы управления организационными системами / В. Н. Бурков, В. А. Ириков. – М. : Наука. – 1994. – 270 с.
- Морозов, В. П.* Гипертексты в экономике. Информационная технология моделирования : учеб. пособие / В. П. Морозов, В. П. Тихомиров, Е. Ю. Хрусталева. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 256 с.
- Москвин, Б. В.* Математические методы принятия решений при управлении в сложных экономических системах / Б. В. Москвин. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2003. – 136 с.
- Перегудов, Ф. И.* Введение в системный анализ / Ф. И. Перегудов, Ф. П. Тарасенко. – М. : Высшая школа, 2002. – 371 с.
- Попов, С. А.* Актуальный стратегический менеджмент : учебно-практическое пособие / С. А. Попов. – М. : ЮРАЙТ, 2010. – 448 с.
- Прангшвили, И. В.* Системные закономерности и системная оптимизация / И. В. Прангшвили, В. Н. Бурков [и др.]. – М. : Синтег, 2004. – 208 с.

*Разумов, О. С.* Анализ и синтез систем: теория и практика / *О. С. Разумов, В. А. Благодарских.* – М. : Атлас, 2003. – 288 с.

*Романовский, И. В.* Дискретный анализ / *И. В. Романовский.* – СПб. : Невский проспект, 2000. – 240 с.

*Сурмин, Ю. П.* Теория систем и системный анализ / *Ю. П. Сурмин.* – М. : МАУП, 2003. – 368 с.

*Туровец, О. Г.* Теория организаций : учебное пособие / *О. Г. Туровец, В. Н. Родионова.* – М. : ИНФРА-М, 2003. – 128 с.

*Шелобаев, С. И.* Математические методы и модели в экономике, финансах, бизнесе / *С. И. Шелобаев.* – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 367 с.

### **4.3. Интернет-ресурсы**

#### **4.3.1. Ресурсы НГПУ**

*Воронин, А. Д.* Стратегический менеджмент : учебное пособие / *А. Д. Воронин, А. В. Королев.* – Минск : Вышэйшая школа, 2014. – 176 с.

*Мельникова, Н. А.* Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / *Н. А. Мельникова.* – М. : Дашков и К, 2012.

*Шодоев, И. Н.* Стратегическое планирование : учебное пособие / *И. Н. Шодоев, Л. М. Шодоева.* – Горно-Алтайск : ГАГУ, 2015. – 168 с.

#### **4.3.2. Ресурсы открытого доступа**

Министерство экономического развития РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.economy.gov.ru/>.

Министерство финансов РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.minfin.ru](http://www.minfin.ru).

Федеральная служба государственной статистики РФ (Росстат) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.gks.ru/>.

Рейтингового агентства Эксперт РА [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.raexpert.ru](http://www.raexpert.ru).

Справочно-правовая система «Гарант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.garant.ru](http://www.garant.ru).

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru).

Информационно-аналитическое агентство «Интерфакс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.interfax.ru](http://www.interfax.ru).

Интернет-библиотека «Бухгалтерский учет. Налогообложение. Аудит» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.audit-it.ru>.

Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.aup.ru>.

Журнал «Аудит и финансовый анализ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.auditfin.com](http://www.auditfin.com).

Журнал «Экономический анализ: теория и практика» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.fin-izdat.ru/journal/analiz/](http://www.fin-izdat.ru/journal/analiz/).



Журнал «Финансовый менеджмент» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.dis.ru/fm](http://www.dis.ru/fm).

Журнал «Маркетинг: в России и за рубежом» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dis.ru/market/>.

Журнал «Менеджмент: в России и за рубежом» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.dis.ru/manag/](http://www.dis.ru/manag/).

#### 4.3.3. Методическое обеспечение

Персональные сайты преподавателей кафедры экономики и менеджмента Института рекламы и связей с общественностью [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://prepod.nspu.ru/>.

#### 4.4. Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

№ п/п	Тема дисциплины	Задание для самостоятельной работы	Трудоемкость задания, ч.	Перечень учебно-методического обеспечения (номера источников из п.п. 4.1–4.4)
1	Введение в стратегический анализ	1. Работа с источниками литературы 2. Подготовка к промежуточному тестированию 3. Решение задач по указанной тематике	24	1–4, 11, 14, 20–23, 28, 30, 45–46
2	Информационное обеспечение стратегического анализа	1. Работа с источниками литературы 2. Подготовка к промежуточному тестированию 3. Решение задач по указанной тематике	24	1–6, 11, 14, 20–23, 28, 30, 45–46
3	Методы стратегического анализа	1. Работа с источниками литературы 2. Подготовка к коллоквиуму 3. Решение задач по указанной тематике	36	7–10, 12, 13, 15–19, 24–27, 29, 31–46
4	Технология стратегического анализа	1. Работа с источниками литературы. 2. Подготовка к промежуточному тестированию 3. Решение задач по указанной тематике	36	1–6, 11, 14, 20–23, 28, 30, 45–46
5	Разработка и реализация стратегии развития на основе стратегического анализа	1. Работа с источниками литературы 2. Решение задач по указанной тематике 3. Подготовка к зачету	36	7–10, 12, 13, 15–19, 24–27, 29, 31–46
<b>Итого</b>			<b>156</b>	

#### 4.5. Выполнение курсовой работы (проекта)

Курсовая работа по данной дисциплине не предусмотрена.

### 5. РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 5.1. Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (табл. 4, 5).

Таблица 4

#### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Графические редакторы	Paint
Операционные системы	MicrosoftWindows
Офисные программы	MicrosoftOffice
Правовые информационные системы	Консультант Плюс
	Гарант

Таблица 5

#### Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
Система видеоконференцсвязи	Lifesize
Платформа для проведения вебинаров	Adobeconnect
Системы тестирования	Moodle-тестирование
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте Видеолетопись НГПУ <a href="http://tv-news.nspu.ru">http://tv-news.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте НГПУ-онлайн <a href="http://live.nspu.ru">http://live.nspu.ru</a>

## 5.2. Материально-техническая база

Таблица 6

### Материально-техническая база

Помещения для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
Аудитории для проведения лекционных занятий		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллюйская, 28
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Итоговый контроль по дисциплине (промежуточная аттестация) осуществляется в форме зачета с оценкой.

Фонд оценочных средств согласуется с дескрипторами, представленными в табл. 1.

## 6.1. Вопросы к коллоквиуму

1. Какой инструментарий экономического анализа можно использовать при обосновании стратегических управленческих решений.
2. Дайте определение термину стратегия. Опишите современный контекст разработки стратегии. Опишите способы дифференциации стратегии.
3. В чем заключается анализ рыночного окружения организации.
4. Каким образом рыночное окружение может повлиять на эффективность и вероятность непрерывного продолжения деятельности.
5. Что понимается под стратегическим анализом.
6. Какие задачи решает стратегический анализ.
7. Что является целью портфельного анализа.
8. По каким признакам различается содержание финансового и управленческого анализа?
9. Какие аналитические расчеты необходимо выполнять при разработке маркетинговых программ.
10. Как оценить степень концентрации рынка. Что характеризует коэффициент концентрации и коэффициент Герфиндаля-Гиршмана.
11. Как проверить сбалансированность финансовых показателей бизнес-плана.
12. Назовите основные барьеры реализации стратегии.
13. Каким образом осуществляется перевод стратегии на тактический уровень при помощи системы сбалансированных показателей.
14. В чем состоит основа базовых стратегий развития по М. Портеру.
15. Назовите основные элементы информационной базы стратегического анализа.
16. Какова типология современного экономического анализа.
17. Значение, особенности и показатели анализа инновационной деятельности.
18. Дайте характеристику основных конкурентных стратегий и раскройте основные условия реализации каждой из конкурентных стратегий.
19. Раскройте содержание и экономический смысл ресурсного подхода к формированию стратегии.
20. В чем состоят особенности стратегического анализа.
21. Проведите анализ ближайших конкурентов на примере конкретной организации.
22. Какие источники финансирования может использовать организация для своего долгосрочного развития. В чем состоят преимущества и недостатки этих источников.
23. Каков алгоритм анализа стратегии финансирования оборотных активов организации.
24. Дайте оценку стратегии финансирования оборотных активов организации.
25. Объясните, почему успешные организации могут формально квалифицироваться как находящиеся «в предкризисном состоянии, на грани банкротства».
26. Какие официальные методики позволяют анализировать вероятность банкротства.
27. Какие существуют авторские методики для определения вероятности банкротства.
28. Какими показателями оперируют авторские методики для оценки вероятности банкротства.

29. Каковы недостатки авторских методик оценки вероятности банкротства.
30. Какие качественные методики прогнозирования банкротства Вы можете назвать.
31. Какие рыночные признаки подтверждают гипотезу непрерывности деятельности организации.
32. Что следует понимать под «комплексом маркетинга».
33. Каким образом следует анализировать ценовую политику организации.
34. Что включает анализ системы распределения товаров. Каковы каналы распределения товаров. Как установить вид распределения товаров.
35. Каким образом можно оценить эффективность системы стимулирования сбыта.
36. Объясните, с помощью каких показателей можно оценить конкурентоспособность организации.
37. Что характеризует матрица роста рыночной доли.
38. Как представлена зависимость между долей на рынке и прибыльностью организации в модели Портера.
39. Перечислите методы обработки и обобщения данных в маркетинговом анализе.
40. Каковы цели анализа рынка. Назовите и охарактеризуйте методы анализа рынка.
41. Каким образом можно использовать методы маркетингового анализа для прогнозирования рыночных тенденций.
42. В чем заключается SWOT-анализ. Каковы сильные и слабые стороны организации. В чем заключаются возможности и угрозы.
43. Что является главной задачей SWOT-анализа в стратегическом маркетинге. Раскройте содержание методологии SWOT-анализа.
44. Каковы правила проведения SWOT-анализа. Назовите этапы проведения SWOT-анализа.
45. Как составляется матрица SWOT-анализа для определения сильных и слабых сторон организации. Что включает матрица определения рыночных возможностей и угроз.
46. Как составляется матрица корреляционного SWOT-анализа.
47. Что называют стратегической областью бизнеса.
48. В каких случаях целесообразно использовать методику рейтингового анализа.
49. Что такое стратегическая альтернатива.
50. В чем заключается актуальность идентификации и разработки стратегических альтернатив.
51. Когда следует заниматься генерированием альтернатив.
52. Как генерируются ценные альтернативы.
53. Назовите основные аналитические подходы к идентификации альтернатив и их особенности.
54. Назовите особенности глобальных стратегий.
55. Назовите основные инновационные альтернативы и их особенности.
56. Опишите организационные процессы, помогающие в генерировании альтернатив.
57. Раскройте влияние конкуренции на выбор стратегии.
58. Назовите факторы, влияющие на выбор стратегии собственников и топ-менеджеров.
59. Охарактеризуйте систему сбалансированных показателей деятельности.

60. По результатам проведенного стратегического анализа организации сформулируйте ее основные проблемы и разработайте предложения по улучшению состояния дел.

## **6.2. Контрольно-измерительные материалы**

1. В задачи стратегического анализа не включают:
  - а) анализ конкурентоспособности и стратегического поведения компании;
  - б) анализ конкурентоспособности продукции;
  - в) анализ внешних условий и технологических факторов;
  - г) анализ стратегического портфеля;
  - д) определение и анализ стратегических показателей.
2. При экстраполяционном прогнозе не принимают во внимание следующие факторы:
  - а) стратегический портфель остается неизменным;
  - б) успешные конкурентные стратегии будут развиваться;
  - в) сохраняется тенденция спроса и предложения;
  - г) рыночная доля и рентабельность компании склонны к увеличению;
  - д) стратегии компании на рынках развиваются постепенно.
3. Продукция, приносящая основную прибыль организации и способствующая ее экономическому росту, в маркетинговом анализе именуется:
  - а) «звездой»;
  - б) «дойной коровой»;
  - в) «трудным ребенком»;
  - г) «неудачником».
4. Спрос на продукцию предприятия является абсолютно неэластичным, если:
  - а) процентное соотношение изменения величины спроса равно процентному изменению цены;
  - б) процентное изменение величины спроса превышает процентное изменение цены;
  - в) процентное изменение величины спроса меньше процентного изменения цены;
  - г) никакое изменение цены не влечет за собой изменение спроса на продукцию.
5. Факторами определения стратегических областей бизнеса не являются:
  - а) рыночная потребность;
  - б) технологии;
  - в) инвестиции;
  - г) потребители;
  - д) номенклатура и ассортимент продукции;
  - е) регион.
6. Диверсификация – это:
  - а) изменение деятельности предприятия за счет изменения технологий или товаров, география самой деятельности остается прежней;
  - б) изменение географии деятельности предприятия, а технология и продукты остаются прежними;
  - в) изменение конкурентного статуса компании на основе развития технологии;

- г) изменение инвестиционного портфеля предприятия;
- д) а + б;
- е) а + в + г.

7. Интернационализация – это:

- а) изменение деятельности предприятия за счет изменения технологий или товаров, география самой деятельности остается прежней;
- б) изменение географии деятельности предприятия, а технология и продукты остаются прежними;
- в) изменение конкурентного статуса компании на основе развития технологии;
- г) изменение инвестиционного портфеля предприятия;
- д) а + б;
- е) а + в + г.

8. Какие из факторов, влияющих на стратегию предприятия, не являются технологическими:

- а) инвестиции в НИОКР;
- б) позиция в конкурентной борьбе;
- в) динамика выпуска продукции;
- г) уровень затрат;
- д) технологии;
- е) качество;
- ж) конкурентные возможности.

9. Если величина чистых инвестиций отчетного периода равна нулю, то это означает, что инвестирование осуществляется за счет:

- а) прибыли, долгосрочных кредитов и амортизационных отчислений;
- б) долгосрочных кредитов и амортизационных отчислений;
- в) только амортизационных отчислений;
- г) только долгосрочных кредитов.

10. Используя индекс рентабельности (RI), определите, приемлем ли инвестиционный проект, для реализации которого необходимо 3000 тыс. руб. Прогнозируемые доходы от проекта в первый год – 2000 тыс. руб., во второй год – 1500 тыс. руб., в третий год – 1100 тыс. руб. Ставка дисконтирования – 10 %.

- а) проект неприемлем, так как  $RI < 1$ ;
- б) проект приемлем, так как  $RI > 1$ ;
- в) проект ни прибыльный, ни убыточный, так как  $RI = 1$ ;
- г) проект неприемлем, так как  $RI > 1$ .

11. Показатель EVA отражает:

- а) поступления на инвестиции;
- б) прибыль;
- в) остаточный доход и экономически добавленную стоимость;
- г) снижение затрат;
- д) степень использования активов;
- е) рост доходов.

12. Исключите показатель, который не характеризует потребительские цели:
- а) удержание потребителей;
  - б) рентабельность взаимодействия с потребителями;
  - в) степень удовлетворения потребителей;
  - г) рыночная доля;
  - д) возврат на инвестиции;
  - е) привлечение новых потребителей;
  - ж) качество продукции;
  - з) объем продаж.
13. На какие группы разбиваются цели внутренних бизнес-процессов:
- а) инвестиционные;
  - б) издержек;
  - в) инновационные;
  - г) мотивационные;
  - д) операционные;
  - е) послепродажное обслуживание.
14. Фактором дифференциации стратегии не является:
- а) видение предприятия;
  - б) характеристика изделий;
  - в) инвестиции;
  - г) доля рынка;
  - д) патент или торговая марка.
15. Модель прогнозирования банкротства, использующая статистические методы:
- а) Аргенти;
  - б) Шарпа;
  - в) Альтмана;
  - г) Саати.
16. Стратегический анализ – это:
- а) раздел бизнес-плана;
  - б) раздел инвестиционного проекта;
  - в) раздел экономического анализа;
  - г) отдел консалтинговой компании.
17. Как следует использовать прибыль, получаемую «от коров» по матрице BCG:
- а) выплачивать в виде дивидендов;
  - б) направлять на развитие, чтобы сделать из них «звезд»;
  - в) инвестировать в «собак», чтобы сделать из них «коров»;
  - г) направлять в инновационный фонд компании.
18. Какова цель GAP-анализа:
- а) сравнить состояние лидеров и аутсайдеров рынка;
  - б) выявить такие рыночные возможности, которые могут стать преимуществами компании;



- в) отыскать пути оптимизации в использовании ресурсов;
- г) раскрыть внутренний потенциал менеджмента компании.

19. Как называется модель стратегического анализа и выбора стратегии, в которой учитываются темп роста рынка и уровень конкурентоспособности:

- а) матрица И. Ансофа;
- б) модель продукт-рынок;
- в) матрица BCG;
- г) модель динамики издержек.

20. Укажите способ стратегического анализа рынка, в ходе которого факторы внешней среды структурируются по функциональному признаку (экономические, политические и т. п.):

- а) SW-анализ;
- б) SWOT-анализ;
- в) PEST-анализ;
- г) SNW-анализ.

21. Главной целью стратегического анализа внешней среды организации является:

- а) информация, которую надо учитывать при формулировании миссии организации;
- б) информация об угрозах, которую надо учитывать при разработке конкретной стратегии организации;
- в) изучение специфики товара конкурента.

22. Анализ сегментов рынка – это:

- а) анализ разбиения рынка сбыта по видам продукции;
- б) анализ потребительского рынка, обслуживаемого предприятием;
- в) анализ конкурирующей продукции на рынке.

23. Конкурентная среда организации определяется:

- а) только внутриотраслевыми конкурентами;
- б) внутриотраслевыми конкурентами, производящими аналогичную продукцию;
- в) фирмами, производящими замещающий продукт;
- г) только фирмами, которые могут выйти на рынок с тем же продуктом.

24. Основные виды стратегий организаций:

- а) стратегия низких издержек;
- б) стратегия дифференциации;
- в) стратегия оптимальных издержек;
- г) стратегия нападения;
- д) стратегия низких цен.

25. Стратегия низких издержек особенно успешна, если:

- а) эластичность спроса по цене высока;
- б) эластичность спроса по цене низка;
- в) эластичность спроса по цене нулевая;
- г) издержки в основном состоят из издержек на заработную плату.

### 6.3. Вопросы к зачету

1. Стратегический анализ как база принятия управленческих решений.
2. Генезис стратегического анализа.
3. Связь стратегического анализа и видения будущего.
4. Особенности организации стратегического анализа.
5. Предмет, область исследования и задачи стратегического анализа.
6. Информационное обеспечение стратегического анализа.
7. Основные направления современного стратегического анализа.
8. Стратегический анализ как элемент стратегического управленческого учета.
9. Основные подходы к анализу внешней среды. Основные этапы анализа макросреды.
10. Анализ возможных конкурентных стратегий.
11. Анализ конкурентоспособности компании.
12. Методы анализа стадий развития рынка в стратегическом анализе.
13. Портфельный анализ и эталонные типы стратегий.
14. Особенности портфельного анализа.
15. Особенности стратегического анализа.
16. Научные школы экономического анализа в России и за рубежом.
17. Методика оценки эффективности стратегии.
18. Сравнительный анализ разных стратегий хозяйствующего субъекта.
19. Основные подходы к разработке плана стратегического анализа.
20. Последовательность проведения стратегического анализа.
21. Формирование и анализ основных групп показателей в системе стратегического анализа.
22. Методы стратегического анализа.
23. Методы статистики, используемые в стратегическом анализе.
24. Методика SWOT-анализа.
25. Методика маркетингового анализа.
26. Методика составления профиля среды.
27. Методика GAP-анализа.
28. Анализ сегментации клиентов.
29. Методы факторного, кластерного анализа в разработке и принятии стратегических решений.
30. Методика оценки ресурсного потенциала организации.
31. Цель, задачи, содержание стратегического конкурентного анализа.
32. Цель, задачи, содержание стратегического инновационного анализа.
33. Цель, задачи, содержание анализа и прогнозирования банкротства организации.
34. Система сбалансированных показателей и ее использование в стратегическом анализе.
35. Методика анализа бизнес-процессов на основе стратегических карт.
36. Влияние конкуренции на выбор стратегии.
37. Значение и методика инновационного анализа.
38. Методы рейтинговой оценки финансового состояния организации.
39. Методика оценивания стратегических альтернатив.

40. Стратегические аналитические показатели и методика их анализа.
41. Сравнительная характеристика моделей стратегических управленческих решений.
42. Особенности принятия стратегических решений на основе предельного анализа.
43. Особенности принятия стратегических решений на основе линейного программирования.
44. Особенности принятия стратегических решений на основе приростного анализа прибыли.
45. Особенности принятия стратегических управленческих решений в условиях неопределенности.

#### *Критерии выставления оценок*

Текущий контроль успеваемости осуществляется путем оценки результатов выполнения практических заданий (тестовых заданий, ситуационных задач), участия в обсуждении проблемных вопросов, результатов самостоятельной работы.

Итоговый контроль по дисциплине (промежуточная аттестация) осуществляется в форме зачета с оценкой по вопросам, указанным в п. 6.3.

Оценка на зачёте выставляется на основании результатов текущего контроля успеваемости и ответов на вопросы на зачёте.

Оценка *«отлично»* ставится, если студент логично и доказательно раскрывает вопросы, предложенные на зачёте, ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью студента; выполнил промежуточное тестирование на «хорошо» или «отлично».

Оценка *«хорошо»* ставится, если знания имеют достаточный уровень, однако отличаются слабой структурированностью; раскрыто содержание вопроса, но в ответе имеют место несущественные ошибки, которые студент способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; промежуточное тестирование выполнено на «хорошо» или «удовлетворительно».

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью, содержание вопроса раскрыто слабо, имеются неточности при ответе; промежуточное тестирование выполнено минимум на «удовлетворительно».

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обнаружено незнание или непонимание студентом сущности стратегического анализа; допускаются существенные ошибки, которые магистрант не может исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов магистрант затрудняется дать ответ, или не дает верных ответов; промежуточное тестирование выполнено на «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

*Березка Н. Н., канд. экон. наук,  
доц. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»*

# ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки магистратуры по направлению *38.04.02 Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322.

Дисциплина является *дисциплиной по выбору вариативной части* блока Б1.В «*Вариативная часть*» учебного плана образовательной программы, изучается во 2 семестре. Трудоемкость дисциплины: 5 ЗЕ / 180 часов, в том числе 24 часов – контактная работа с преподавателем, 156 часов – самостоятельная работа (табл. 2).

**Цели освоения дисциплины:** раскрыть теорию, то есть концепцию (методологию) и методику изучения и управления поведением потребителя, его общие и частные цели, задачи и содержание; определить, роль управления поведением потребителя в маркетинговой (рыночной) деятельности предприятия; научить аналитически оценивать мотивы и потребности потребителя с целью дальнейшего управления его потребительским поведением в процессе рыночной деятельности организации; раскрыть методику и выработать навыки управления экономическим поведением потребителей благ.

### Планируемые результаты обучения

Дисциплина направлена на формирование компетенции ПК-5 и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

### Перечень планируемых результатов обучения

Планируемый результат освоения образовательной программы	Планируемый результат обучения по дисциплине (дескрипторы)
1	2
<b>ПК – 5.</b> Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	<i>Знать:</i> основные теории и концепции взаимодействия людей в процессе принятия решения о покупке, включая вопросы мотивации, групповой динамики коммуникаций, лидерства и управления конфликтами; модели поведения потребителей и мотивационные модели, а так же факторы, влияющие на принятие покупочного решения; методы, способы и приемы использующиеся для исследования поведения потребителей и факторов на них влияющих на различных этапах принятия покупочного решения; методы, способы и приемы использующиеся для управления поведением потребителей на различных этапах принятия покупочного решения. <i>Уметь:</i> разрабатывать нормативные документы и планы деятельности, систему контроля и оценки эффективности деятельности; выявлять нужды и потребности потребителей; оценивать значимость факторов и мотивов, влияющих на принятие покупочного решения потребителем;

1	2
	<p>разрабатывать модели покупательского поведения; формировать программу мероприятий направленных на стимулирование потребителей.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками формирования полноценной, достоверной и объективной аналитической информации, то есть обоснований и заключений по анализу и оценке факторов влияющих на поведение потребителей и принятия ими покупочного решения; подготовки и аналитического обоснования вариантов управленческих решений; разработки эффективных методов управления поведением потребителей; обоснования стратегии и тактики управления поведением потребителей товаров и услуг организации; прогнозирования результатов мероприятий направленных на управление поведением потребителей.</p>

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Тема 1. Потребитель и маркетинг.

Потребление и потребительское поведение: сущность, содержание и значение в разработке цикла маркетинговых решений. Исторические и цивилизационные предпосылки возникновения области знания. Становление области знания.

Концепции маркетинга и товаропроизводства, типы ориентации предприятия по отношению к потребителю. Законы и виды обмена. Теория справедливости.

Модель потребительского поведения. Факторы потребительского поведения и процесс принятия решения о покупке. Обмен в поведении индивидуальных и организационных потребителей. Стратегия маркетинга и поведение потребителя.

### Тема 2. Факторы внешнего влияния на потребителя.

Кросс-культурные вариации в поведении потребителей: демографические, культурные. Концепция культуры и вариации культурных ценностей, коммуникационные особенности культур.

Социальная стратификация и маркетинг. Концепция социального класса. Измерение социального класса. Сегментация и социальная стратификация. Социальная мобильность и маркетинговые стратегии.

Группы и их типы, референтные группы. Группы, влияющие на потребителя; характер влияния. Референтные группы, их роль в поведении потребителя и маркетинговое значение. Групповые коммуникации и их использование в маркетинге. Диффузия инноваций.

Домохозяйство как фактор потребительского поведения. Типы домохозяйств. Семья и ее виды. Жизненный цикл домохозяйства. Модель принятия покупочного решения домохозяйством. Ролевая теория и маркетинг.

### Тема 3. Внутренние факторы поведения потребителей.

Восприятие информации: этапы, место в принятии покупочного решения, память. Восприятие информации и маркетинговые стратегии.

Обучение, память и их значение в позиционировании. Сущность и методы обучения. Характеристики обучения и их значение для маркетинга. Виды памяти и влияние на позиционирование.

Мотивационные теории и поведение потребителя. Личность, теории личности и поведение потребителя. Эмоции и маркетинговые коммуникации.

Ресурсы потребителя, персональные ценности и жизненный стиль потребителя. методы описания жизненного стиля. Виды ресурсов потребителей и их значение для маркетинга.

Осведомленность, знание и отношение к продукту. Знание о продукте, месте покупки, использовании продукта и маркетинговые коммуникации. Исследование уровня знания. Компоненты отношения, их влияние на маркетинг. Измерение качества и уровня отношения.

#### **Тема 4. Процесс принятия решения о покупке.**

Ситуационные факторы: типы ситуаций, ситуационные факторы (физические, социальные, время).

Модели принятия решения о покупке: этапы и типы принятия решения о покупке, покупочные решения.

Осознание потребности, информационный поиск внутренний (опыт) и внешний, оценка и выбор альтернатив, правила принятия покупочного решения. Покупка, постпокупочные процессы. Измерение степени удовлетворенности потребителей.

#### **Тема 5. Организационное потребительское поведение, общество и государство.**

Модель организационного потребительского поведения. Участники принятия решения о покупке на индустриальном рынке. Закупочный центр. Типы закупочных ситуаций.

Общественные движения потребителей (консьюмеризм). Этика, бизнес и маркетинг. Социальная ответственность и современные концепции маркетинга. Правовое регулирование и защита прав потребителей.

*Таблица 2*

#### **Содержание работ по дисциплине (очная форма обучения, срок обучения – 2 года)**

Содержание работы	Виды и формы работы, ч				Всего, ч
	контактная работа			самостоятельная работа	
	лекции	лабораторные	практические		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Тема 1. Потребитель и маркетинг			2	32	34
Тема 2. Факторы внешнего влияния на потребителя	2		2	32	36
Тема 3. Внутренние факторы поведения потребителей	2		4	32	38
Тема 4. Процесс принятия решения о покупке	2		4	30	36
Тема 5. Организационное потребительское поведение, общество и государство	2		4	30	36

1	2	3	4	5	6
Выполнение курсовой работы /проекта					
Контроль: зачет с оценкой					
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>16</b>	<b>156</b>	<b>180</b>
В том числе с применением дистанционных образовательных технологий					

### **3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием тем по дисциплине (п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

### **4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

#### **4.1. Основная учебная литература**

*Васильев, Г. А.* Поведение потребителей : учебное пособие / Г. А. Васильев. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 239 с.

#### **4.2. Дополнительная учебная литература, в том числе из фондов библиотеки НГПУ**

*Алешина, И. В.* Поведение потребителей : учебное пособие для вузов / И. В. Алешина. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2000. – 384 с.

*Блэкуэлл, Р. Д.* Поведение потребителей / Р. Д. Блэкуэлл, Дж. Ф. Энджелл, П. У. Миниард ; пер. с англ. Е. Колотвиной, Л. Круглова-Морозова. – 10-е изд. – СПб. : Питер, 2007. – 944 с.

*Денисова, Е. С.* Поведение потребителей : учебное пособие / Е. С. Денисова. – М. : Евразийский открытый институт, 2010. – 168 с.

*Драганчук, Л. С.* Поведение потребителей : учебное пособие для вузов по специальности «Маркетинг» / Л. С. Драганчук. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 192 с.

*Красильникова, Т. В.* Основы маркетинга : электронное учебно-методическое пособие / Т. В. Красильникова ; Новосиб. гос. пед. ун-т, Ин-т открытого дистанционного образования. – Новосибирск : НГПУ, 2015.

Маркетинговые коммуникации : журнал. – М. : ИД «Гребенников», 2006.

Маркетинг в России и за рубежом : журнал. – М. : Финпресс, 2006.

Маркетинг. Менеджмент : журнал для умных людей. – М. : Редакция журнала «Маркетинг Менеджмент», 2009–2014.

Маркетинг : журнал / Федер. контрактная корпорация «Росконтракт», Центр маркетинговых исслед. и менеджмента. – М. : ЦМИМ, 2006–2015.

Менеджмент сегодня : журнал. – М. : ИД «Гребенников», 2015.

### **4.3. Интернет-ресурсы**

#### **4.3.1. Ресурсы НГПУ**

*Воронин, А. Д.* Стратегический менеджмент : учебное пособие / А. Д. Воронин, А. В. Королев. – Минск: Вышэйшая школа, 2014. – 176 с.

*Кузнецов, Б. Т.* Стратегический менеджмент : учебное пособие / Б. Т. Кузнецов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 624 с.

*Томпсон, А. А.* Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебник / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 576 с.

*Фомичев, А. Н.* Стратегический менеджмент : учебник для вузов / А. Н. Фомичев. – М. : Дашков и К, 2014. – 468 с.

*Харченко, В. Л.* Стратегический менеджмент : учебник / В. Л. Харченко. – М. : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012. – 384 с.

*Кузнецов, Б. Т.* Стратегический менеджмент : учебное пособие / Б. Т. Кузнецов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 624 с.

*Фомичев, А. Н.* Стратегический менеджмент : учебник для вузов / А. Н. Фомичев. – М. : Дашков и К, 2014. – 468 с.

*Лебедева, Л. В.* Психология рекламы : учебное пособие / Л. В. Лебедева ; Тюменский гос. ун-т, Ин-т дистанционного образования, Ин-т психологии, педагогики, социального управления. – Тюмень : ТюмГУ, 2010. – 140 с.

*Савец, А. Н.* Поведение потребителей : ответы на экзаменационные вопросы / А. Н. Савец. – Минск : ТетраСистемс, 2010. – 128 с.

*Хмелевская, Т. И.* Поведение потребителей : учебное пособие / Т. И. Хмелевская. – Кемерово : Кемеровский технологический институт пищевой промышленности, 2010. – 119 с.

#### **4.3.2. Ресурсы открытого доступа**

Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.aup.ru>.

Информационно-справочный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.library.ru>.

Коммерсант [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.komrnersant.ru>.

Официальный сайт ГПНТБ СО РАН [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.spsl.nsc.ru>.

Сайт «Корпоративный менеджмент» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/finanalysis/invest/>.

Эксперт [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.expert.ru>.

#### **4.3.3. Методическое обеспечение**

Персональные сайты преподавателей университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prepod.nspu.ru/course/>.



#### 4.4. Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

Очная форма обучения, срок обучения – 2 года

№ п/п	Тема дисциплины	Задание для самостоятельной работы	Трудоемкость задания, ч	Перечень учебно-методического обеспечения (номера источников из п.п. 4.1–4.3)
1	Тема 1. Потребитель и маркетинг	Конспект-словарь Конспект с решением кейса	32	1, 2, 3, 7, 8, 14, 16, 18, 20, 22, 25
2	Тема 2. Факторы внешнего влияния на потребителя	Конспект с решением кейса Конспект с решением ситуационных задач Конспект лекций с решением ситуационных задач.	32	1, 2, 3, 8, 10, 12, 14, 17, 18, 23, 24, 25, 26, 28
3	Тема 3. Внутренние факторы поведения потребителей	Конспект-словарь Конспект-словарь, решение ситуационных задач Конспект лекций с решением ситуационных задач	32	1, 2, 3, 9, 10, 13, 14, 17, 19, 20, 24, 25, 26, 27, 29.
4	Тема 4. Процесс принятия решения о покупке	Конспект-словарь Конспект лекций с решением ситуационных задач Конспект лекций с решением задач	30	1, 2, 3, 9, 10, 12, 14, 15, 18, 19, 21, 23, 25, 27, 29
5	Тема 5. Организационное потребительское поведение, общество и государство	Конспект-словарь Конспект лекций с решением ситуационных задач Конспект лекций с решением задач	30	1, 2, 3, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 17, 20, 21, 23, 25, 26–29
<b>Итого</b>			<b>156</b>	

#### 4.5. Выполнение курсовой работы (проекта)

Курсовая работа по данной дисциплине не предусмотрена.

### 5. РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 5.1. Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (табл. 4, 5).

Таблица 4

**Локальные информационные технологии**

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Графические редакторы	Paint
Операционные системы	MicrosoftWindows
Офисные программы	MicrosoftOffice
Правовые информационные системы	Консультант Плюс
	Гарант

Таблица 5

**Распределенные информационные технологии**

Группа	Наименование
Система видеоконференцсвязи	Lifesize
Платформа для проведения вебинаров	Adobeconnect
Системы тестирования	Moodle-тестирование
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте Видеолетопись НГПУ <a href="http://tv-news.nspu.ru">http://tv-news.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте НГПУ-онлайн <a href="http://live.nspu.ru">http://live.nspu.ru</a>

**5.2. Материально-техническая база**

Таблица 6

**Материально-техническая база**

Помещение для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
1	2	3
Аудитории для проведения лекционных занятий		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28

1	2	3
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 3	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллойская, 28
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Итоговый контроль по дисциплине (промежуточная аттестация) осуществляется в форме *зачета с оценкой*.

Фонд оценочных средств согласуется с дескрипторами, представленными в табл. 1.

Оценка *«отлично»* ставится, если магистрант логично и доказательно раскрывает вопросы, заданные на зачете, ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью магистранта; промежуточное тестирование выполнено на *«хорошо»* или *«отлично»*.

Оценка *«хорошо»* ставится, если знания имеют достаточный уровень, однако отличаются слабой структурированностью; раскрыто содержание вопросов, но в ответе имеют место несущественные ошибки, которые магистрант способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; промежуточное тестирование выполнено на *«хорошо»* или *«удовлетворительно»*.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью, содержание заданных вопросов раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на вопросы; промежуточное тестирование выполнено минимум на *«удовлетворительно»*.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обнаружено незнание или непонимание магистрантом сущностной части управления корпоративными финансами; допускаются существенные ошибки, которые магистрант не может исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов магистрант затрудняется дать ответ, или не дает вер-

ных ответов; реферат выполнен; промежуточное тестирование выполнено на «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

### 6.1. Тестовое задание

Форма проведения контроля: письменный ответ на вопросы теста.

Метод оценивания: оценка.

*Критерии оценки результатов выполнения*

Оценка «отлично» выставляется магистру, если он ответил на все вопросы теста правильно.

Оценка «хорошо» – если допущена 1–2 ошибки.

Оценка «удовлетворительно» – если магистр выполнил 4–5 тестовых заданий без ошибки.

Оценка «неудовлетворительно» – 3 и менее правильных ответов.

#### **Перечень примерных тестовых заданий:**

1	Закон Вебера описывает... Подчеркните правильно утверждение	1. Процесс принятия решения о покупке 2. Сущность и значение порога чувствительности 3. Закон распределения 20:80
2	Память бывает	1. Оперативной 2. Зрительной 3. Краткосрочной 4. Долгосрочной 5. Сенсорной
3	К каким моделям отношения потребителя относятся модели Фишбеина и Метод идеальной точки. Подчеркните правильный ответ	1. Однофакторные модели 2. Многофакторные модели
4	Какие из предложенных методик используются для оценки личностных ценностей потребителя?	1. Рокича 2. Фишбеина 3. Шварца 4. Многоступенчатый анализ
5	Подчеркните к какой области знаний относится аббревиатура АЮ	1. Психография 2. Социография
6	Действие, интерес, мнение – это критерии. Подчеркните правильный ответ	1. VALS 2. АЮ
7	Для описания стиля жизни используются модели ...	1. VALS 2. LOV 3. Рокича
8	Подчеркните типы референтных групп	1. Первичные 2. Вторичные 3. Притягивающие 4. Нейтральные
9	Формы влияния референтных групп	1. Нормативное 2. Политическое 3. Информационное

10	К чему относятся данные утверждения: 1. «Перетекание» сверху вниз 2. Двухэтапное распространение 3. Многоэтапное взаимодействие подчеркните правильный ответ	1. Модели распространения слухов 2. Модель продвижения товара 3. Модель персонального влияния 4. Модель распространения знаний
11	$P=A-C$ , это формула: подчеркните правильный вариант	1. Обмена 2. Потребительской выгоды 3. Доходности
12	Метод LOV включает в себя ... ценностей	5 7 9 11 15
13	К каким ценностям относятся следующие (подчеркните): индивидуализм/коллективизм, романтичность, взрослый/ребенок, мускулизм/феминизм, конкуренция/кооперация, молодость/старость	1. Ориентация на среду 2. Ориентация на другого 3. Ориентация на себя
14	К каким ценностям относятся следующие (подчеркните): чистота, личные достижения/статус, традиции/изменения, решение проблем/фатализм, природа	1. Ориентация на среду 2. Ориентация на другого 3. Ориентация на себя
15	К экономическим переменным относятся (вычеркните лишнее)	1. Занятие 2. Социализация 3. Владения
16	К политическим переменным относятся (вычеркните лишнее)	1. Социализация 2. Классовое сознание 3. Власть 4. Мобильность
17	К референтным группам относятся	1. Семья 2. Коллеги 3. Сograждане 5. Друзья
18	Какое утверждение верно с точки зрения потребительского поведения (подчеркните):	Роль – это предписанный образец поведения, ожидаемый в данной ситуации от индивидуума, в силу его позиции в данной ситуации. Роль – это заученный индивидуумом текст и порядок действий, который он демонстрирует другим индивидуумам.
19	Продуктные новости Предоставление совета Личный опыт – это (подчеркните верное определение):	1. Коммуникация «из уст в уста» 2. PR 3. Реклама

20	Новации бывают	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Непрерывная инновация</li> <li>2. Динамическая непрерывная инновация</li> <li>3. Пульсирующая (эпизодическая) инновация</li> <li>4. Прорывная инновация</li> </ol>
21	Инициатор, влиятель, решатель, покупатель, пользователь. К принятию покупочного в чем относятся эти роли?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. К процессу покупки в семье</li> <li>2. К процессу покупки в домохозяйстве</li> <li>3. К процессу покупки группой потребителей не являющихся устойчивой группой</li> <li>4. К процессу покупки организации</li> </ol>
22	Выберите из предложенных определений верное для понятия: когнитивная интерпретация	<p>– это процесс, посредством которого стимулы размещаются реципиентом в существующие категории значений</p> <p>– это эмоциональная или чувственная реакция на стимул</p>
23	эмоциональная или чувственная реакция на стимул- это... Выберите подходящее значение	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Когнитивная интерпретация</li> <li>2. Аффективная интерпретация</li> </ol>
24	Движущей силой, активирующей поведение и представляющей цель и направление деятельности является... Выберите верное утверждение	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Реклама</li> <li>2. Мотивация</li> <li>3. PR</li> </ol>
25	Теория МакКлелланда, это теория... Выберите верное утверждение	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Покупательского поведения</li> <li>2. Теория потребностей</li> <li>3. Теория мотивации</li> </ol>

## 6.2. Кейс

Время на выполнение: 45 минут.

Форма проведения контроля: групповая работа, защита разработанного проекта.

### *Содержание заданий*

Ваша организация принимает решение о создании региональной сети розничных торговых точек формата минимаркет шаговой доступности. В отличие от имеющихся в Вашем регионе розничных торговых сетей Ваша организация планирует позиционировать свои торговые точки, как магазины для среднего класса понимающего в качестве и следящего за своим здоровьем. Уровень цен – на 10–15 % выше среднерыночных.

Для разработки стратегии выводы розничной сети:

- установить демографические показатели целевой аудитории;
- рассчитать долю целевой аудитории от всего населения;
- определить социальные показатели, характеризующие потенциального потребителя;
- установить долю потенциальных потребителей от всей целевой аудитории выделенной по демографическому признаку;
- установить факторы социально-группового влияния на потенциальных потребителей;
- определить факторы влияющие на восприятие, обработку и интерпретацию информации потенциальными покупателями;
- установить личностные факторы влияющие на принятие решения о покупке потенциальными потребителями (по Рокичу, Шварцу).

Необходимо

1. Составить таблицу сопоставления факторов влияющих на потребителя:

Личностные факторы	Фактор 1	Фактор 2	Фактор N
Социальные факторы			
Фактор 1			
Фактор 2			
Фактор N			

2. Составить иерархическую схему ценностей для Ваших торговых точек.

3. Определить метод обучения, который наиболее эффективно воздействует на потенциальных покупателей.

4. Установите показатели знания/узнавания Вашей розничной сети для целевой аудитории.

5. Установить факторы, которые будут влиять на отношение к Вашей торговой сети потенциальных потребителей.

6. Составить анкету для определения отношения к Вашей торговой сети.

7. Разработать креативную идею для продвижения Вашей торговой сети.

8. Предложите 3–5 рекламных messing на основе данных полученных в результате работы.

Метод оценивания: зачтено–не зачтено.

*Критерии оценки результатов выполнения:* оценка «зачтено» ставится при правильном изложении вопросов задания и правильной культуре представления. Допускаются небольшие неточности по содержанию заданий.

### 6.3. Зачет

Форма проведения контроля: устный ответ на вопросы.

Метод оценивания: экспертный.

#### Перечень примерных вопросов для подготовки к экзамену

1. Поведение потребителей и маркетинг: взаимосвязь областей знаний.
2. Роль поведения потребителей в принятии маркетинговых решений.
3. Потребительская ориентация организации: внешний и внутренний маркетинг.
4. Процесс принятия потребительского решения и его факторы.
5. Факторная модель потребительского поведения.
6. Факторы глобализации рынков. Интернет-маркетинг и поведение потребителей.
7. Факторы внешнего влияния на потребительское поведение.
8. Демография и культура в потребительском поведении.
9. Ценностный компонент культуры потребительского сегмента.
10. Культурные вариации в потребительском поведении.
11. Особенности кросс-культурных и глобальных маркетинговых стратегий: потребительский аспект.

12. Интеррыночная сегментация: факторы и примеры использования.
13. Социальное положение потребителя и его маркетинговое значение.
14. Социальный статус потребителей: показатели и выбор шкалы оценки.
15. Типы групп влияния на потребительское поведение.
16. Формы влияния референтных групп на потребительский выбор.
17. Модели процессов персонального влияния; глобальные коммуникации.
18. Диффузия инноваций и классификация потребителей по скорости освоения инноваций.
19. Лица, влияющие на мнения: характеристика, мотивация влияния, использование в маркетинге.
20. Домохозяйство, его типы, структура, жизненный цикл в маркетинговых решениях.
21. Домохозяйство; ролевое поведение и социализация потребителя в маркетинговых решениях.
22. Внутренние факторы поведения потребителей и их использование в маркетинге.
23. Процесс обработки информации потребителем и его маркетинговое значение.
24. Восприятие, его компоненты и роль в обработке информации потребителем.
25. Стимульные факторы в восприятии маркетинговых сообщений.
26. Управление экспозицией и вниманием в процессе потребительского восприятия.
27. Факторы интерпретации маркетинговых сообщений.
28. Методы условной рефлексии в обучении потребителей.
29. Методы когнитивного обучения, метод моделирования и их использование в маркетинге.
30. Основные характеристики обучения потребителей и их использование для маркетинговых решений.
31. Память, ее виды и использование в маркетинговых сообщениях.
32. Схема мотивации. Мотивы поведения потребителей, их виды и использование в маркетинге.
33. Множество мотивов и мотивационный конфликт: использование в продвижении товара/услуги/идеи.
34. Личность и ее значение в потребительском поведении. Эмоции и их использование в маркетинге.
35. Жизненный стиль потребителей, его модели и их использование в маркетинговых решениях.
36. Ресурсы потребителей и их маркетинговое значение.
37. Формирование и измерение знания потребителя о продукте, его покупке и использовании.
38. Компоненты отношения потребителей к продукту, их взаимосвязь и значение в маркетинговых решениях.
39. Отношение потребителей к продукту, производителю, продавцу и методы его измерения.
40. Мультиатрибутивные модели отношения потребителей к продукту и их значение в маркетинге.



41. Изменение отношения потребителя к продукту по аффективному, поведенческому и когнитивному компонентам.
42. Роль и типы ситуационных факторов в принятии решения о покупке. Их значение в маркетинге.
43. Критерии классификации потребительских решений и их значение в маркетинге.
44. Активация осознания проблемы потребителем. Схема активации и ее использование в маркетинге.
45. Информационный поиск в потребительском решении: значение и характеристики.
46. Оценочные критерии в потребительском решении и их использование в маркетинге.
47. Правила принятия решений о выборе альтернатив: виды и значение в маркетинге.
48. Некомпенсационные правила решений: совместное и раздельное правила.
49. Некомпенсационные правила решений: «элиминирование по аспектам» и лексикографическое.
50. Компенсационные правила решений: простое и взвешенное сложение.
51. Источник покупки: критерии выбора потребителем. Мотивы шоп-туров.
52. Маркетинг отношений; электронные средства и телекоммуникации. СЯМ и СМР.
53. Варианты использования покупок потребителем и их значение в маркетинге.
54. Послепокупочная оценка альтернатив; пути сохранения потребителей.
55. Типы деловых покупателей и решений о покупке; специфика маркетинга для каждого типа.
56. Деловое, в том числе организационное, покупательское поведение: особенности и модель.
57. Организационный стиль и его факторы. Покупающий центр. Типы решений.
58. Внешние факторы организационного покупательского поведения. Референтная инфраструктура организации-покупателя.
59. Консюмеризм – история и глобальные перспективы. Права потребителей.
60. Права потребителей и госрегулирование. Реакция бизнеса на движение потребителей.

*Бакаева В. В., д-р экон. наук, профессор,  
профессор кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»;*

*Березка Н. Н., канд. экон. наук,  
доцент кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»;*

*Федосова Т. С., канд. экон. наук, доцент,  
доцент кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ».*

# УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ В СФЕРЕ УСЛУГ

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки магистратуры по направлению 38.04.02 *Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322.

Дисциплина является *дисциплиной по выбору вариативной части* блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана образовательной программы (индекс в учебном плане Б1.В.ДВ.3.2), изучается в 2 семестре.

Трудоемкость дисциплины: 5 ЗЕ / 180 часов, в том числе 24 часа – контактная работа с преподавателем, 156 часов – самостоятельная работа (табл. 2).

**Цели освоения дисциплины:** ознакомление с достижениями теории и практики управления качеством во всех видах деятельности организации сферы услуг, получение навыков использования наиболее действенных инструментов управления качеством.

### Планируемые результаты обучения

Дисциплина направлена на формирование компетенций и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

### Перечень планируемых результатов обучения

Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине (дескрипторы)
1	2
<b>ОПК-3.</b> Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	<i>Знать:</i> методы исследования качества услуг. <i>Уметь:</i> применять методы контроля и оценки качества для обеспечения соответствия услуг действующим нормам. <i>Владеть:</i> навыками проведения исследований в области определения качества услуг в своей профессиональной деятельности.
<b>ПК-1.</b> Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	<i>Знать:</i> сущность управления качеством, проблемы, возникающие при управлении качеством услуг в организации. <i>Уметь:</i> решать организационно-технические проблемы в целях повышения качества услуг, обосновывать выбор эффективного решения. <i>Владеть:</i> приемами оценки соответствия качества услуг заданным показателям производства и реализации.

1	2
<p><b>ПК-4.</b> Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p><i>Знать:</i> количественные и качественные методы определения уровня качества услуг.</p> <p><i>Уметь:</i> применять количественные и качественные методы для определения уровня качества услуг.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками проведения исследований, используя количественные и качественные методы определения уровня качества услуг.</p>
<p><b>ПК-7.</b> Способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями</p>	<p><i>Знать:</i> основные научные направления в развитии теории управления качеством.</p> <p><i>Уметь:</i> разрабатывать проекты основных документов, регламентирующих обеспечение и улучшение качества услуг, проводить анализ соответствия услуг показателям качества.</p> <p><i>Владеть:</i> методами подтверждения соответствия услуг установленным требованиям и действующим нормативным документам в организации.</p>

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Тема 1. Основные понятия и категории в области качества и управления им.

Подходы к определению качества. Сущность и роль качества. Эволюция и структура категории «качество». Качество как экономическая категория и объект управления. Основопологающие понятия по управлению качеством.

Качество товаров. Качество услуг, особенности. Модели качества услуг: Донабедиана, Грэнрооса, Кано, модель разрыва качества.

Понятие измерения и оценки качества услуг. Факторы, влияющие на измерение качества услуг. Уровни сравнимости качества. Методы оценки качества услуг: объективные, субъективные, комбинированные.

Качество и конкурентоспособность.

### Тема 2. Управление качеством услуг.

Необходимость и содержание системного подхода к управлению качеством. Принципы управления качеством: общие; специальные. Функции управления качеством. Стратегическое планирование качества. Планирование качества услуг. Оперативное управление качеством услуг. Контроль качества услуг. Обеспечение качества услуг. Улучшение качества услуг. Стадии и этапы жизненного цикла продукции, услуги. Управленческий цикл Деминга-Шухарта (Plan – Do – Check – Act).

Отечественный опыт в области управления качеством: зарождение и развитие основных элементов управления качеством, формирование и совершенствование инструментария по оценке качества продукции, работ, услуг, методологии управления качеством.

Зарубежный опыт в области управления качеством: сравнительный анализ принципов, методологии и инструментария американского, японского и европейского подходов.

### **Тема 3. Методы управления качеством в сфере услуг.**

Классификация методов управления качеством в сфере услуг. Эволюция методов управления качеством.

Общая характеристика отдельных методов управления качеством. Появление статистических методов в менеджменте.

Семь простых методов (инструментов) контроля качества: контрольные листки, диаграмма причин и следствий Исикавы К., диаграмма Парето, диаграмма разброса (рассеивания), гистограмма, стратификация, контрольные карты.

Новейшие методы управления качеством. Бенчмаркинг. Пока-ёоке, FMEA. 6 сигм. Модели премий в области качества

### **Тема 4. Международные стандарты ИСО серии 9000.**

Деятельность Международной организации по стандартизации (ИСО). Состав серии стандартов ИСО 9000. Краткая характеристика стандартов ИСО серии 9000. Требования стандарта ИСО 9001.

Основные положения концепции всеобщего управления качеством (TQM).

Развитие и современное значение менеджмента качества. Влияние на современную теорию и практику управления качеством всемирно известных специалистов В. Шухарта. Э. Деминга, Дж. Джурана, А. Фейгенбаума, К. Исикавы и других.

### **Тема 5. Правовое обеспечение управления качеством услуг.**

Эволюция подходов к разработке государственной политики в области качества. Основные положения технического регулирования в механизме управления качеством. Организационно-правовые основы технического регулирования в сфере услуг.

Система нормативных документов, обеспечивающих безопасность и качество товаров и услуг в деятельности организации сферы услуг.

Стандартизация услуг. Сущность и содержание стандартизации, структурные элементы: объекты, субъекты, принципы, методы, средства. Документы в области стандартизации. Стандарты: понятие, категории, виды. Достоинства и недостатки стандартизации. Процесс стандартизации услуг. Автоматизация услуг.

### **Тема 6. Подтверждение соответствия качества в сфере услуг.**

Сущность подтверждения соответствия и его формы. Порядок, правила и схемы проведения подтверждения соответствия. Обязательное и добровольное подтверждение соответствия в РФ. Полномочия федеральных органов, осуществляющих контроль качества и безопасность товаров, работ, услуг. Знаки соответствия.

Сертификация систем менеджмента качества.

### **Тема 7. Обеспечение системного управления качеством услуг.**

Культура управления качеством. Модели систем качества. Система управления качеством, основанная на стандартах ИСО серии 9000. Интегрированные системы менеджмента. Совместное применение стандартов по экологическому менеджменту, по безопасности, социальной ответственности.

## Содержание работ по дисциплине

Содержание работы	Виды и формы работы, ч				Всего, ч
	контактная работа			самостоятельная работа	
	лекции	лабораторные	практические		
Тема 1. Основные понятия и категории в области качества и управления им	2		2	16	18
Тема 2. Управление качеством услуг			2	24	28
Тема 3. Методы управления качеством в сфере услуг	2		4	26	30
Тема 4. Международные стандарты ИСО серии 9000	2		2	16	18
Тема 5. Правовое обеспечение управления качеством услуг	2		2	30	34
Тема 6. Подтверждение соответствия качества в сфере услуг			2	20	24
Тема 7. Обеспечение системного управления качеством услуг			2	24	28
Контроль: зачет с оценкой					
Итого по дисциплине	<b>8</b>		<b>16</b>	<b>156</b>	<b>180</b>
В том числе с применением дистанционных образовательных технологий			4	26	30

### 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием разделов и тем по дисциплине (см. п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

### 4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 4.1. Основная учебная литература

*Джеймс, Р.* Управление качеством : учебное пособие / Р. Джеймс. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 671 с.

#### 4.2. Дополнительная учебная литература, в том числе из фондов библиотеки НГПУ

*Агарков, А. П.* Управление качеством : учебное пособие / А. П. Агарков. – М. : Дашков и К, 2007. – 218 с.

*Аристов, О. В.* Управление качеством : учебник для вузов / О. В. Аристов. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 240 с.

*Белова, Т. А.* Технология и организация производства продукции и услуг : учебное пособие для вузов по специальности «Управление качеством» / Т. А. Белова, В. Н. Данилин. – М. : КНОРУС, 2013. – 238 с.

Всеобщее управление качеством : учебное пособие / сост. А. М. Степанов. – Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2010. – 146 с.

ГОСТ Р ИСО/ТО 10017:2003. Руководство по статистическим методам применительно к ИСО 9001:2000.

ГОСТ Р ИСО 19011:2015. Руководящие указания по аудиту систем менеджмента качества и/или систем экологического менеджмента.

ГОСТ Р ИСО 9001:2015. Система менеджмента качества. Основные понятия и словарь.

ГОСТ Р ИСО 9001:2015. Системы менеджмента качества. Требования.

ГОСТ Р ИСО 9004:2015. Системы менеджмента качества. Рекомендации по улучшению деятельности.

*Деева, В. А.* Управление качеством : учебное пособие / В. А. Деева. – М. : Юриспруденция, 2012. – 102 с.

*Зорин, В. А.* Контроль качества продукции и услуг / В. А. Зорин, А. П. Павлов, А. А. Пегачков. – М. : МАДИ, 2013. – 89 с.

*Калачев, С. Л., Лифиц, И. М.* Товароведение, экспертиза товаров и стандартизация : конспект лекций / С. Л. Калачев, И. М. Лифиц. – М. : Юрайт : Высшее образование, 2009. – 163 с.

*Мазур, И. И.* Управление качеством : учебное пособие для вузов / И. И. Мазур. – 5-е изд., стер. – М. : Омега-Л, 2008. – 399 с.

Федеральный закон «О стандартизации в Российской Федерации» № 162-ФЗ от 29.06.2015 г.

Федеральный закон «О техническом регулировании» № 184-ФЗ от 27 декабря 2002 г.

### **4.3. Интернет-ресурсы**

#### **4.3.1. Ресурсы НГПУ**

*Джеймс, Р.* Управление качеством : учебное пособие / Р. Джеймс. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 671 с.

*Ершов, А. К.* Управление качеством : учебное пособие / А. К. Ершов. – М. : Логос, 2008. – 288 с.

*Николаев, М. И.* Метрология, стандартизация, сертификация и управление качеством : учебное пособие / М. И. Николаев – М. : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2010. – 87 с.

#### **4.3.2. Ресурсы открытого доступа**

Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.gost.ru/>

Сайт Международной организации по качеству [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.eoq.org/>

Сайт Международной организации по стандартизации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.iso.org/>

Сайт издательства «Стандарты и качество» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.stq.ru>

#### 4.4. Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

№ п/п	Тема дисциплины	Задание для самостоятельной работы	Трудоемкость задания, ч	Перечень учебно-методического обеспечения (номера источников из п.п. 4.1–4.3)
1	2	3	4	5
1	Тема 1. Основные понятия и категории в области качества и управления им	Подготовка вопросов к практическому занятию. Составление перечня базовых терминов по теме (гlossария) Начало подготовки реферата по предложенной тематике.	16	1–3, 8, 11, 18, 23–26
2	Тема 2. Управление качеством услуг	Подготовка вопросов к практическому занятию Составление синквейна по терминам темы Работа над рефератом	24	1–3, 11, 14, 18
3	Тема 3. Методы управления качеством в сфере услуг	Подобрать примеры из истории использования менеджмента качества в отечественной и зарубежной практики. Используя простые инструменты менеджмента качества определить проблемы в выбранной организации. Работа над рефератом	26	1–4, 6, 11–13, 17,19
4	Тема 4. Международные стандарты ИСО серии 9000	Ознакомиться с содержанием: 1) ИСО 9004 «Системы менеджмента качества. Рекомендации по улучшению деятельности» 2) ИСО 19011 «Руководящие указания по проверке систем менеджмента качества и (или) охраны окружающей среды». Выполнение практических заданий Работа над рефератом.	16	1–3, 5–10, 11, 18, 24, 25

1	2	3	4	5
5	Тема 5. Правовое обеспечение управления качеством услуг	Работа с нормативными документами: ФЗ; техническими регламентами; национальными стандартами и стандартами организаций с применением дистанционных образовательных технологий. Выполнение практических заданий. Работа над рефератом	30	2, 5–7, 11, 15, 16, 18, 23, 26
6	Тема 6. Подтверждение соответствия качества в сфере услуг	Работа с документами, подтверждающими безопасность и качество услуг с использованием дистанционных технологий Подобрать примеры подтверждения соответствия товаров (услуг) из СМИ, личного опыта. Работа над рефератом	20	1,3, 5, 11, 12, 16, 18, 23
7	Тема 7. Обеспечение системного управления качеством услуг	Найти в СМИ данные функционирующих СМК предприятий сферы услуг в РФ и за рубежом. Изучение документов СМК различных организаций, их критический анализ с использованием дистанционных технологий.	24	1–3, 5–12, 14–26
<b>Итого</b>			<b>156</b>	

#### 4.5. Выполнение курсовой работы (проекта)

Курсовая работа по данной дисциплине не предусмотрена.

### 5. РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 5.1. Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (табл. 4, 5).

Таблица 4

#### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Графические редакторы	Paint
Операционные системы	MicrosoftWindows
Офисные программы	MicrosoftOffice
Правовые информационные системы	Консультант Плюс
	Гарант



## Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
Система видеоконференцсвязи	Lifesize
Платформа для проведения вебинаров	Adobecconnect
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте Видеолетопись НГПУ <a href="http://tv-news.nspu.ru">http://tv-news.nspu.ru</a>

## 5.2. Материально-техническая база

## Материально-техническая база

Помещение для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
1	2	3
Аудитории для проведения лекционных занятий		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллюйская, 28

1	2	3
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Итоговый контроль по дисциплине (промежуточная аттестация) осуществляется в форме зачета с оценкой.

Фонд оценочных средств согласуется с дескрипторами, представленными в табл. 1.

### 6.1. Реферат

Форма проведения контроля: публичная защита с презентацией.

Метод оценивания: экспертный.

#### Примерная тематика рефератов

1. Качество в русской философии и культуре.
2. История развития систем управления качеством.
3. Принципы менеджмента качества (демонстрация на примере конкретного предприятия сферы услуг).
4. Менеджмент качества как основа формирования конкурентных преимуществ (на примере конкретного предприятия сферы услуг).
5. Анализ жизненного цикла производства услуги в системе менеджмента качества (на конкретном примере).
6. Анализ показателей и критериев качества услуг (на примере конкретной отрасли или конкретного предприятия).
7. Методы установления коммуникаций в системе менеджмента качества предприятия сферы услуг.
8. Характеристика методов определения удовлетворенности потребителей организации сферы услуг.
9. Конкурентные преимущества предприятий сферы услуг г. Новосибирска, применяющих методы менеджмента качества (обзор и анализ предприятий и организаций).
10. Маркетинг в системе менеджмента качества.
11. Политика предприятия в области качества как элемент стратегического управления.
12. Система тотального управления качеством (TQM). Опыт применения на предприятиях сферы услуг.
13. Премии по качеству. Опыт отечественных (зарубежных) ведущих предприятий сферы услуг.

14. Статистические методы контроля качества. Опыт применения на предприятии сферы услуг.
15. Самооценка, аудит и проведение сертификации систем управления качеством. Опыт использования – проблемы и результаты.
16. Подтверждение соответствия. Опыт применения на предприятии сферы услуг.
17. Международная практика подтверждения соответствия на предприятиях сферы услуг.
18. Защита прав потребителей и ответственность организации сферы услуг за качество предоставляемых услуг.
19. Концепция TQM в постиндустриальном обществе.
20. Использование новых методов управления качеством для повышения конкурентоспособности предприятия сферы услуг.

### **Требования к выполнению и оформлению реферата**

При выборе темы реферата студент должен исходить из собственных научных интересов, а также учитывать актуальность и практическую значимость рассматриваемой проблемы. Объем реферата – 10–12 страниц печатного текста, шрифт – Times New Roman, размер – 14, межстрочный интервал – полуторный. Готовясь к реферативному сообщению необходимо составить план-конспект своего выступления, продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной практикой.

Защита рефератов проводится на занятии с публичным обсуждением излагаемых студентом проблем. Обсуждение реферата осуществляется на основе его презентации, выполненной в программе Office PowerPoint. Преподаватель может по своему усмотрению оценивать реферат без публичной защиты при условии индивидуального консультирования студента по данной теме.

### **Примерная структура реферата**

1. *Введение* – 1стр. Приводятся аргументы в пользу актуальности выбранной темы и ее ценности в изучении данной дисциплины, формируются цели и задачи рефератного исследования.

2. *Основная часть*. Может делиться на разделы. В ней содержится анализ основных отечественных и зарубежных источников, использованных при работе над рефератом; раскрывается и уточняется содержание основных понятий и положений исследуемой проблемы; производится оценка степени теоретической разработанности отдельных аспектов рассматриваемой проблемы.

3. *Заключение* – 1 стр. В нём содержатся основные выводы по теме.

4. *Список литературы*. Включает учебную и научную литературу, использованную при написании реферата. Список должен быть оформлен в соответствии со стандартами. Необходимо использовать: законы РФ, статьи из научных журналов за период последних 3-х лет.

*Критерии оценки результатов выполнения:* оценка «зачтено» ставится при соответствии содержания реферата заявленной теме, грамотном изложении мыслей студента, оформлении в соответствии с требованиями.

## 6.2. Банк текстовых заданий

Банк состоит из 4 заданий:

задание 1 – тема 1;

задание 2 – темы 2-3;

задание 3 – тема 4;

задание 4 – темы 5–6.

Время на выполнение задания: количество тестовых вопросов \* 50 сек.

Форма проведения контроля: тестирование

### Примерные варианты

#### Задание 1 (Тема 1)

1. Основная идея концепции национальной политики России в области качества продукции и услуг:

а) ориентацией на мировые достижения в этой сфере;

б) рост конкурентоспособности отечественной экономики за счет роста качества;

в) выживаемость российских предприятий в условиях рынка.

2. Сформулируйте определение конкуренции:

а) борьба между фирмами за рынки сбыта;

б) соперничество между отдельными лицами и предприятиями за качество продукции и объем сбыта;

в) соперничество между отдельными лицами или хозяйственными единицами, заинтересованными в достижении одной и той же цели на каком-либо поприще;

3. Конкурентоспособность услуги – это

а) относительная характеристика, которая отражает отличие данной услуги от услуги-конкурента по экономическим показателям;

б) относительная характеристика, которая отражает отличие данной услуги от услуги конкурента, во-первых, по степени соответствия одной и той же общественной потребности, а во-вторых, по затратам на удовлетворение этой потребности;

в) относительная характеристика, которая отражает отличие данной услуги от услуги конкурента по качественным характеристикам.

4. Факторы внешней среды, влияющие на конкурентоспособность предприятия сферы услуг:

а) уровень государственного регулирования и развития экономики страны; система коммуникаций; организация входных материальных потоков; факторы, определяющие потребление продукции;

б) уровень государственного регулирования и развития экономики страны; валютный курс; платежеспособность населения; емкость рынка, качественный состав основных средств;

в) валютный курс; платежеспособность населения; емкость рынка; уровень научно-технического процесса; интенсивность экспортно-импортных операций.

5. Какая из трактовок не характеризует понятие «качество»?

а) качество выражает неотделимое от бытия предмета его сущностную определенность, благодаря которой он является именно данным, а не иным предметом;

б) это совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением;

в) это совокупность показателей, характеризующих потребительские и стоимостные свойства продукции;

г) это совокупность свойств и характеристик продукции, которые придают ей способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности;

д) это совокупность характерных свойств, формы, внешнего вида и условий применения, которыми должны быть наделены товары для соответствия своему назначению.

6. Под термином «свойство» понимают:

а) свойством называется характеристика продукции, имеющая количественную оценку;

б) свойством называется характеристика продукции, имеющая качественную оценку;

в) свойством называется объективная способность продукции, которая может проявляться при ее создании, эксплуатации и потреблении.

7. Брак (применительно к продукции) – это:

а) отдельное несоответствие продукции требованиям, установленным нормативно-технической документацией;

б) дефектная единица продукции, т. е. продукция, имеющая хотя бы один дефект;

в) продукция непригодная для использования или потребления.

8. Уровень качества – это:

а) относительная оценка качества, основанная на сравнении совокупности характеристик рассматриваемого изделия с базовыми;

б) совокупность качественных характеристик данной продукции по отношению к условиям использования изделия;

в) соответствие продукции требованиям нормативно-технической документации.

9. Потребительские ценности группируют на:

а) базовые, постоянные, временные, сопутствующие, привнесенные, универсальные;

б) стандартные, международные, постоянные, временные;

в) по длительности жизненного цикла, периодичности проверки на соответствие, себестоимости и цене.

10. Механизм управления качеством продукции – это:

а) совокупность взаимосвязанных элементов планирования, организации, координации, регулирования, контроля учета и анализа причин возникновения дефектов и способов их устранения;

б) совокупность взаимосвязанных объектов и субъектов управления, используемых принципов, методов и функций управления на различных этапах жизненного цикла продукции и уровнях управления качеством;

в) система осуществления мер по установлению, обеспечению и поддержанию необходимого уровня качества продукции при ее создании, эксплуатации или потреблении.

*Задание 2 (Темы 2–3)*

1. Петля качества – это:
  - а) совокупность всех функций управления;
  - б) совокупность всех общих функций управления;
  - в) совокупность всех этапов жизненного цикла продукции.
2. Содержание цикла Деминга:
  - а) проектирование, разработка, производство, реализация, эксплуатация (потребление), утилизация;
  - б) анализ, обобщение, типизация, стандартизация;
  - в) планирование, осуществление, контроль, управление воздействием.
3. Принципы менеджмента качества по стандартам серии ИСО 9000: 2000:
  - а) ориентация на потребителя; лидерство руководителя; вовлечение работников; процессный подход; системный подход к менеджменту; постоянное улучшение; принятие решений, основанных на фактах; взаимовыгодные отношения с поставщиками;
  - б) системности, повторяемости, вариантности и взаимозаменяемости;
  - в) гарантированное производство продукции с уровнем качества, удовлетворяющего потребностям внутреннего и внешнего рынков; защита продукции при представлении ее на внутренний и внешний рынок; совместимость систем управления качеством и охраной окружающей среды в рамках одной организации.
4. Выберите области применения статистических методов контроля качества:
  - а) при регулировании хода технологического процесса с целью удержания его в заданных рамках, при приемке изготовленной продукции;
  - б) при проектировании и конструировании продукции, ее производстве и приемке изготовленной продукции;
  - в) при анализе дефектов, брака и рекламаций.
5. Для сбора первичной информации применяется:
  - а) гистограмма;
  - в) контрольный листок;
  - с) диаграмма рассеивания.
6. Для наглядного представления тенденции изменения контролируемого параметра качества применяется:
  - а) диаграмма Парето;
  - в) гистограмма;
  - с) причинно-следственная диаграмма.
7. Для определения вида связи между характеристикой качества и влияющим на нее фактором используют:
  - а) диаграмма рассеивания;
  - в) метод стратификации;
  - с) причинно-следственная диаграмма.

8. Для определения тесноты связи между характеристикой качества и влияющим на нее фактором применяются:
- а) диаграмма рассеивания;
  - в) метод стратификации;
  - с) причинно-следственная диаграмма.
9. Для выявления и разделения факторов, влияющих на качество продукции, используется:
- а) диаграмма Парето;
  - в) контрольная карта;
  - с) метод стратификации.
10. В сфере производства для осуществления стратификации применяется:
- а) 5Р;
  - в) 5М;
  - с) причинно-следственная диаграмма.
11. Распределить усилия для разрешения проблем качества и выявить основные причины, позволяет:
- а) причинно-следственная диаграмма;
  - в) диаграмма Парето;
  - с) контрольный листок.
12. Отслеживать ход протекания процесса и воздействовать на него, предупреждая отклонения от установленных требований, дает возможность:
- а) контрольная карта;
  - в) контрольный листок;
  - с) метод стратификации.
13. Выявить и систематизировать различные факторы и условия, оказывающие влияние на рассматриваемую проблему (на показатели качества), позволяет:
- а) контрольный листок;
  - в) контрольная карта;
  - с) причинно-следственная диаграмма.
14. Инструменты контроля качества основаны на применении методов:
- а) логистики;
  - в) математической статистики;
  - с) диалектики.
15. Установите разницу между верхним (нижним) пределом допуска и верхней (нижней) контрольной линией?
- а) первый контролирует разладку процесса, а второй – появление дефекта;
  - б) первый контролирует появление дефекта, а второй – разладку процесса;
  - в) первый применяется для контроля параметров изделий, а второй – параметров трудовых процессов.

### Задание 3 (Тема 4)

1. Стандарты серии ИСО 9000 были разработаны для:
  - а) укрепления взаимопонимания и доверия между поставщиками и потребителями продукции из разных стран;
  - б) достижения взаимного признания сертификатов на системы качества, выдаваемых органами по сертификации разных стран;
  - в) оказания содействия и методической помощи организации в создании эффективно функционирующих систем качества.
2. Система менеджмента качества – это:
  - а) совокупность управленческих органов и субъектов управления, мероприятий, методов и средств, направленных на установление, обеспечение и поддержание высокого уровня качества продукции;
  - б) система менеджмента для руководства и управления организацией применительно к качеству;
  - в) комплекс технических средств для измерения показателей качества.
3. Документ, являющийся отправной точкой для деятельности организации по управлению качеством – это:
  - а) политика в области качества;
  - б) выбранный стандарт серии ИСО 9000.;
  - в) руководство по качеству организации.
4. Политика в области качества – это:
  - а) документ, определяющий систему менеджмента качества организации;
  - б) документ, определяющий, какие процедуры и соответствующие ресурсы, кем и когда должны применяться к конкретному проекту, продукции, процессу;
  - в) общие намерения и направления деятельности организации в области качества, официально сформулированные высшим руководством.
5. Под планированием процесса управления качеством понимают:
  - а) установление обоснованных заданий всем службам и подразделениям предприятия, направленных на совершенствование качественных параметров их деятельности и взаимодействия;
  - б) установление обоснованных заданий по выпуску продукции с требуемыми значениями показателей качества на заданный момент или в течение заданного интервала времени;
  - в) совокупность взаимосвязанных объектов и субъектов планирования, используемых принципов, методов и функций планирования на различных этапах жизненного цикла продукции и уровнях управления качеством.
6. Планирование качества на фирме – это:
  - а) проектирование, производство и эксплуатация продукции;
  - б) нормы, нормативы и модели подсистем управления предприятием;
  - в) мероприятия и показатели, отражающие как отдельные свойства продукции, так и разнообразные характеристики системы и процессов управления качеством.



7. Смысл и содержание комплексной системы управления качеством – это:

а) система, ориентированная на комплекс показателей, имеющих значения: ноль запасов, ноль отказов, ноль дефектов;

б) ориентированная на людей система менеджмента, целью которой является непрерывное повышение удовлетворенности потребителей при постоянном снижении реальной стоимости продукции или услуг;

в) система установки, обеспечения и поддержания необходимого уровня качества продукции, использующая систематический контроль и целенаправленное воздействие на условия и факторы, влияющие на качество продукции.

8. В состав механизма управления качеством входят подсистемы:

а) общие, специальные и обеспечивающие;

б) планирования, мотивации, обеспечения, регулирования, контроля;

в) проектирования, изготовления, распространения, мониторинга и обеспечения.

9. Система контроля качества продукции – это:

а) совокупность подразделений, осуществляющих контрольные операции и их анализ;

б) система установки, обеспечения и поддержания необходимого уровня качества продукции при ее разработке, производстве и эксплуатации, использующая целенаправленное воздействие на качество продукции;

в) совокупность взаимосвязанных объектов и субъектов контроля, используемых видов, методов и средств оценки качества изделий и профилактики брака на различных этапах жизненного цикла продукции и уровнях управления качеством.

10. Планированием процесса управления качеством – это:

а) установление обоснованных заданий всем службам и подразделениям предприятия, направленных на совершенствование качественных параметров их деятельности и взаимодействия;

б) установление обоснованных заданий по выпуску продукции с требуемыми значениями показателей качества на заданный момент или в течение заданного интервала времени;

в) совокупность взаимосвязанных объектов и субъектов планирования, используемых принципов, методов и функций планирования на различных этапах жизненного цикла продукции и уровнях управления качеством.

11. Целевая установка стандартов серии ИСО 9000:

а) сертификация систем управления качеством;

б) определения ожиданий клиента и его удовлетворенности;

в) обеспечение качества продукции, требуемого заказчиком, и предоставление ему доказательств в способности предприятия сделать это.

12. По каким признакам различают виды контроля?

а) по принадлежности субъекта контроля к предприятию, по основанию для проведения контроля, по объекту контроля, по регулярности;

б) по длительности, по трудоемкости, по материалоемкости, по фондоемкости;

в) по уровню управления, по социальным признакам, по географическим признакам, по схемам сертификации.

13. Смысл системы профилактики брака включает:

а) контроль качества продукции на этапе ее разработки;

б) предотвращение возможности появления брака;

в) систематический контроль качества продукции на всех стадиях ее разработки, производства и эксплуатации.

14. Основные виды контроля:

а) автоматизированный и ручной;

б) регулярный и нерегулярный;

в) самопроверка и ревизия.

*Задание 4 (Темы 5–6)*

1. Что такое технический регламент?

а) документ, устанавливающий обязательные требования;

б) это закон для хозяйствующих субъектов;

в) это форма исполнения обязательных требований;

г) это декларация о необходимости исполнения обязательных требований.

2. Подтверждение соответствия применяют для:

а) совершенствования производства;

б) оценка технического уровня товаров;

в) документального удостоверения соответствия объектов установленным требованиям;

г) информации потребителям о качестве продукции.

3. Национальный стандарт для изготовителя является:

а) полностью обязательным;

б) рекомендацией;

в) обязательны требования по безопасности;

г) обязательным только до 2011 года.

4. Главная цель технического регулирования:

а) принятие и применение технических регламентов;

б) правовое регулирование в области оценки соответствия;

в) установление норм, требований к продукции;

г) установление правил сертификации и декларирования соответствия.

5. Для производителя законом является:

а) национальный стандарт;

б) международный стандарт;

г) технический регламент.

6. Технический регламент принимается:

а) законом РФ;

б) Правительством РФ;

- в) национальным органом по стандартизации;
- г) органом по сертификации.

7. Под стандартизацией понимают:

- а) установление и применение обязательных требований к продукции, процессам;
- б) установление и применение на добровольной основе требований к продукции, процессам, услугам;
- в) разработка методов управления качеством;
- г) подтверждение соответствия объектов технического регулирования.

8. Национальным органом по стандартизации является:

- а) Госстандарт РФ;
- б) Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии;
- в) Роспотребнадзор;
- г) Федеральная антимонопольная служба.

9. Какой орган выдает сертификат соответствия?

- а) национальный орган по стандартизации;
- б) орган по сертификации;
- в) испытательная лаборатория;
- г) Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии.

10. Декларация о соответствии удостоверяет, что продукция соответствует:

- а) техническому регламенту;
- б) конкретному стандарту (-ам);
- в) сертификату качества;
- г) сертификату соответствия.

11. Инспекционный контроль сертифицированной продукции проводится в течение:

- а) всего срока выпуска продукции;
- б) года;
- в) срока действия сертификата.

12. Правовые основы подтверждения соответствия в РФ установлены Законами:

- а) «О защите прав потребителей»;
- б) «О ветеринарии»;
- в) «О сертификации продукции и услуг»;
- г) «О техническом регулировании».

13. Обязательная сертификация подтверждает соответствие установленным требованиям:

- а) однородности партии товаров;
- б) технического уровня товаров;
- в) показателей безопасности;
- г) всех показателей качества товаров.

14. Национальный орган по сертификации:

- а) Госстандарт РФ;

- б) Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии;
  - в) Центр по стандартизации, метрологии, сертификации;
  - в) нет такого.
15. Изготовитель использует знак обращения на рынке при наличии:
- а) декларации о соответствии требованиям технического регламента;
  - б) сертификата соответствия добровольной системы сертификации;
  - в) сертификата соответствия при обязательной сертификации.
16. Сертификация обязательна, если:
- а) стандарт содержит требования безопасности;
  - б) продукция включена в Номенклатуру товаров для обязательной сертификации;
  - в) на продукцию действует технический регламент;
  - г) действует Директива (в ЕС).
17. Участники обязательного подтверждения соответствия:
- а) продавцы;
  - б) изготовители;
  - в) Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии;
  - г) потребители.
18. Обязательная сертификация удостоверяет соответствие:
- а) обязательным требованиям стандартов;
  - б) нормативному документу по выбору заявителя;
  - в) техническому регламенту.
19. Проведение обязательного подтверждения соответствия финансирует:
- а) государство;
  - б) заявитель;
  - в) потребитель.
20. Знак обращения на рынке удостоверяет соответствие продукции:
- а) стандарту предприятия;
  - б) национальному стандарту;
  - в) техническому регламенту;
  - г) международному стандарту .
21. Формы оценки соответствия – это:
- а) государственный контроль (надзор);
  - б) подтверждение соответствия;
  - в) премия за качество;
  - г) идентификация объекта.
21. Право на использование знака соответствия выдаёт:
- а) испытательная лаборатория;
  - б) орган по сертификации;
  - в) указания руководителя предприятия;
  - г) Центры метрологии, стандартизации, сертификации.

22. Товар подлежит обязательной сертификации. Продавец принял его к реализации без сертификата соответствия, поскольку изготовитель указал номер стандарта, по которому товар произведён. Законна ли эта продажа?

- а) да;
- б) нет.

23. Продавец обязан прекратить реализацию, если товар:

- а) соответствие подтверждено 3,5 года назад;
- б) не соответствует международным стандартам;
- в) соответствует НД, но срок действия декларации о соответствии истёк.

24. Импортируемый в Россию товар должен иметь сертификат соответствия, если он подлежит обязательной сертификации по закону:

- а) страны-экспортёра;
- б) России;
- в) ВТО.

25. Признаётся ли зарубежный сертификат на импортируемый товар в РФ?

- а) да;
- б) нет;
- в) при соответствующих условиях.

26. Проведение обязательного подтверждения соответствия финансирует:

- а) государство;
- б) заявитель;
- в) потребитель.

27. Государственный контроль за безопасностью продукции финансирует:

- а) государство;
- б) заявитель.

28. Изготовитель сертифицировал систему обеспечения качества продукции, в стандарте на которую содержится требование безопасности. Необходимо ли в данном случае подтверждение соответствия:

- а) да;
- б) нет.

29. Методы подтверждения соответствия продукции – это:

- а) контроль качества;
- б) подтверждение соответствия третьей стороной;
- в) премия за качество;
- г) декларация о соответствии изготовителя (продавца).

30. Знак обращения на рынке удостоверяет соответствие продукции:

- а) стандарту предприятия;
- б) национальному стандарту;
- в) техническому регламенту;
- г) международному стандарту.

31. Обязательная сертификация в России введена на основании Закона:

- а) «О техническом регулировании»;
- б) «О защите прав потребителей»;
- в) «Об обеспечении единства измерений».

32. Для того, что бы декларация о соответствии была введена в действие, требуется ее регистрация в:

- а) Торгово-промышленной палате;
- б) Федеральном органе по техническому регулированию;
- в) органе по сертификации;
- г) Центре стандартизации, метрологии, сертификации.

*Критерии оценки результатов выполнения:* верно выполнено более 85 % заданий – *отлично*; верно выполнено более 70 % заданий – *хорошо*; верно выполнено 51–70 % заданий – *удовлетворительно*; менее 51 % – *неудовлетворительно*.

### **6.3. Деловая игра**

Время на выполнение: 90 минут.

Форма проведения контроля: групповая работа, защита разработанного проекта.

Содержание заданий:

- 1) определить группы потребителей и заинтересованных сторон выбранной организации и их основные требования;
- 2) разработать миссию, политику и цели в области качества для выбранной организации.

Метод оценивания: зачтено – не зачтено.

Критерии оценки результатов выполнения: оценка «зачтено» ставится при правильном изложении вопросов заданий и правильной культуре их оформления и представления. Допускаются небольшие неточности по содержанию заданий.

### **6.4. Творческое задание**

Время на выполнение: 45 минут.

Форма проведения контроля: групповая работа, защита разработанного проекта.

Содержание заданий:

- 1) обсудить один из принципов менеджмента качества, наметить пути его реализации в выбранной организации;
- 2) определить процессы выбранной организации и указать их характеристики в табличной форме.

Метод оценивания: зачтено – не зачтено.

Критерии оценки результатов выполнения: оценка «зачтено» ставится при правильном изложении вопросов задания и правильной культуре представления. Допускаются небольшие неточности по содержанию заданий.

### **6.5. Зачет с оценкой**

Форма проведения контроля: письменный ответ на вопросы.

Метод оценивания: экспертный.

## Перечень примерных вопросов для подготовки к зачету

1. Трактовки термина «качество». Эволюция взглядов на управление качеством.
2. Факторы, влияющие на уровень качества услуг.
3. Причины необходимости повышения и обеспечения качества продукции (услуг).
4. Качество товаров: понятие, классификация и характеристика потребительских свойств.
5. Качество услуг. Показатели качества и критерии оценки.
6. Конкурентоспособность и качество. Сходство и различия.
7. Содержание жизненного цикла услуг.
8. Сущность системы тотального управления качеством (TQM), специфика элементов системы и их взаимосвязей.
9. Принципы управления качеством отечественных систем: БИП, СБТ, КАНАРПСИ, НОРМ и КСУКП.
10. Принципы управления качеством в зарубежных странах: США, Франции, Германии, Великобритании, Японии.
11. Охарактеризуйте простые методы контроля качества, поясните на примере контрольных листов, диаграммы причин и следствий Исикавы К., стратификации, диаграммы рассеивания, гистограммы, контрольной карты, диаграммы Парето.
12. Характеристика новейших методов управления качеством.
13. Понятие и цели технического регулирования как правового обеспечения управления качеством товаров и услуг.
14. Характеристика элементов технического регулирования.
15. Сущность стандартизации. Цели, объекты, принципы, методы стандартизации.
16. Характеристика нормативных документов в области стандартизации.
17. Национальные стандарты: виды, категории, порядок разработки и принятия.
18. Стандарты организаций: необходимость принятия, объекты регулирования. Примеры СТО.
19. Стандарты серии ИСО 9000, цели их принятия, характеристика.
20. Сущность подтверждения соответствия, охарактеризуйте формы подтверждения.
21. Добровольная сертификация предприятий сферы услуг. Сущность процедуры, субъекты и объекты подтверждения, показатели соответствия, применяемые при подтверждении.
22. Охарактеризуйте документы, подтверждающие безопасность и качество услуг, поясните их различие, правовой статус (на примерах).
23. Характеристика основных элементов качества СМК по ИСО 9001.
24. Документальное обеспечение системного управления качеством: состав документации, структура и порядок разработки.
25. Интегрированные системы менеджмента. Совместное применение стандартов по экологическому менеджменту, по безопасности, социальной ответственности.

### *Критерии выставления отметок*

Оценка «отлично» (высокий уровень сформированности компетенций) ставится, если студент логично и доказательно раскрывает предложенные вопросы, ответ не содержит фак-

тических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью студента; своевременно выполнен реферат; промежуточное тестирование выполнено на «хорошо» или «отлично».

Оценка *«хорошо»* (средний уровень сформированности компетенций), ставится, если знания имеют достаточный уровень, однако отличаются слабой структурированностью; раскрыто содержание вопроса, но в ответе имеют место несущественные ошибки, которые студент способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; своевременно выполнен реферат; промежуточное тестирование выполнено на «хорошо» или «удовлетворительно».

Оценка *«удовлетворительно»* (пороговый уровень сформированности компетенций) ставится, если знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью, содержание вопроса раскрыто слабо, имеются неточности при ответе; реферат выполнен; промежуточное тестирование выполнено минимум на «удовлетворительно».

Оценка *«неудовлетворительно»* (компетенции не сформированы) ставится, если обнаружено незнание или непонимание студентом сущностной части управления качеством; допускаются существенные ошибки, которые студент не может исправить; на большую часть дополнительных вопросов студент затрудняется дать ответ, или не дает верных ответов; реферат выполнен; промежуточное тестирование выполнено на «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

*Струминская Л. М., канд. пед. наук, доц.,  
доц. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»*



# УПРАВЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНЫМИ ФИНАНСАМИ

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки магистратуры по направлению *38.04.02 Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322.

Дисциплина является *дисциплиной по выбору вариативной части* блока Б1.В.ДВ «Дисциплины по выбору» учебного плана образовательной программы, изучается в 3 семестре. Трудоемкость дисциплины: 5 ЗЕ / 180 часов, в том числе 24 часов – контактная работа с преподавателем, 156 часов – самостоятельная работа (табл. 2).

**Цели освоения дисциплины:** приобретение комплексных теоретических знаний и практических навыков в сфере финансовых отношений корпораций на основе использования современных моделей управления.

### Планируемые результаты обучения

Дисциплина направлена на формирование компетенции ПК-1, 2, 3, 6 и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

### Перечень планируемых результатов обучения

Планируемый результат освоения образовательной программы	Планируемый результат обучения по дисциплине (дескрипторы)
1	2
<b>ПК – 1.</b> Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.	<i>Знать:</i> основы методологии управления корпоративными финансами. <i>Уметь:</i> определять первоочередные задачи в управлении корпоративными финансами, в том числе в условиях взаимодействия между подразделениями организации, её сотрудниками, контрагентами, а также сетевого взаимодействия. <i>Владеть:</i> Способность к постановке профессиональных управленческих задач по совершенствованию корпоративными финансами.
<b>ПК – 2.</b> Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию.	<i>Знать:</i> о закономерностях формирования финансовой среды деятельности организаций и корпораций в России и за рубежом; о направлениях совершенствования финансов корпорации посредством использования современных методов и технологий увеличения капитала субъекта своих профессиональных и материальных интересов; экономическое содержание, состав, формирование и распределение прибыли в корпорациях различных сфер деятельности. <i>Уметь:</i> применять формы и методы формирования финансовых ресурсов, доходов, расходов, денежных фондов и рациональное их использование при решении актуальных задач корпорации. <i>Владеть:</i> методами определения цены и структуры капитала корпорации.

1	2
<p><b>ПК – 3.</b> Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач.</p>	<p><i>Знать:</i> содержание методики анализа и планирования инвестиционного проекта, инвестиционного риска; систему методов и показателей оптимизации инвестиционных решений, характерные особенности использования каждого показателя в различных экономических ситуациях.</p> <p><i>Уметь:</i> использовать принципы планирования и анализа инвестиций как элемента системы управления современной организацией; обосновывать оптимальные инвестиционные решения в рамках финансово-инвестиционной деятельности коммерческих организаций.</p> <p><i>Владеть:</i> методами оценки инвестиций для принятия решений в условиях риска и неопределенности рыночной экономики.</p>
<p><b>ПК – 6.</b> Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p><i>Знать:</i> основные понятия, признаки, параметры, свойства производственно-экономических и организационных отношений фирмы.</p> <p><i>Уметь:</i> анализировать и моделировать основные экономические показатели фирмы.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками сбора и обработки необходимых данных, необходимых для разработки планов и обоснования управленческих решений.</p>

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Тема 1. Экономическое содержание корпоративных финансов.

Целью данной темы является освоение студентами экономической природы, функций и роли финансов корпораций в общественном воспроизводстве.

Этапы развития корпоративных финансов; современные организационно-правовые формы участников корпораций и формы их финансовых отношений; финансовая политика корпорации; объекты, предметы и субъекты корпоративных финансов; принципы организации корпоративных финансов; посреднические (агентские) отношения в корпорации; финансовые ресурсы корпорации; информационное обеспечения реализации контрольной функции корпоративных финансов.

### Тема 2. Роль корпорации на финансовом рынке.

Целью данной темы является изучение основных моделей классического финансового инвестирования, роли корпораций на финансовом рынке; влияния дивидендных политик на курсы акций корпораций, взаимосвязи между участниками финансового рынка; факторов, определяющих курсовую стоимость корпоративных ценных бумаг; ёмкость финансового рынка; финансового регулирования первичного и вторичного фондового рынка; формы участия иностранного капитала в инвестировании финансовых ресурсов; участия в международных фондах.

### **Тема 3. Финансовые результаты: расчет, анализ и оценка.**

Целью данной темы является изучение основных документов, регулирующих формирование издержек, выручки (доходов) и прибыли корпораций, ее функций, видов прибыли и ее налогообложения. Анализ финансовых результатов и рентабельности корпорации.

Студент должен знать характеристику и классификацию затрат, расходов, издержек корпораций; правильно излагать сущность издержек, дохода, прибыли; основные методы планирования и прогнозирования издержек, выручки и прибыли корпораций.

Студенту следует усвоить способы амортизационных отчислений: линейный, способ уменьшения остатка, списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования, способ списания стоимости пропорционально объёму продукции (работ); знать ценовую политику корпорации, типовые стратегии ценообразования; факторы, влияющие на величину прибыли; методы планирования прибыли: прямого счета, аналитический метод, нормативный, комплексный, экономико-математический и др.

### **Тема 4. Оценка потока денежных средств корпорации.**

В данной теме раскрываются особенности использования концепции денежных потоков в финансовой оценке и прогнозировании будущей деятельности корпорации.

В ходе познания данной темы студент должен понимать цели и задачи оценки деятельности корпорации; понятие и структуру потока денежных средств корпорации; алгоритм расчета потока денежных средств различными методами: прямым и косвенным. Студенту следует знать факторы, влияющие на величину денежного потока корпорации, уметь их планировать и прогнозировать.

### **Тема 5. Цена капитала и управление его структурой.**

Целью данной темы является изучение категории «цена капитала» и механизм управления его структурой.

Студент должен овладеть методическими подходами к формированию капитала; методами оценки затрат на заемный и собственный капитал корпорации; понятием и алгоритмом расчета средневзвешенных затрат на капитал; знать «предельные затраты на капитал».

Студент должен понимать значение структуры капитала в финансовом управлении корпорацией; факторы, влияющие на величину капитала; взаимосвязь между структурой капитала и дивидендной политикой корпорации; владеть методами оптимизации структуры капитала.

### **Тема 6. Оценка финансовых активов корпорации.**

Целью данной темы является изучение основных форм эффективности рынка капитала, типов портфелей ценных бумаг и инвестиционных стратегий корпораций. Студент должен знать характеристику финансовых инвестиций, методические подходы к управлению портфельными инвестициями, уметь рассчитывать показатели эффективности сформированного портфеля корпорации.

Студент должен владеть методами измерения и оценки степени риска отдельного актива и в рамках портфеля, знать модель оценки долгосрочных активов и арбитражного ценообразования; правильно оценивать риски, сопутствующие финансовым инвестициям корпорации.

### Тема 7. Дивидендная политика корпорации.

Целью данной темы является изучение основных моделей формирования дивидендной политики и способов выплаты дивидендов, используемых корпорациями на практике.

Студент должен знать содержание и значение дивидендной политики в современном финансовом управлении, основные модели формирования дивидендной политики корпорации.

Студент должен уметь определять оптимальный темп роста выплаты дивиденда, понимать и уметь пользоваться основными идеями концепции Миллера – Модильяни, предвидеть факторы, влияющие на дивидендную политику корпорации.

### Тема 8. Корпоративное финансовое планирование.

Целью данной темы является изучение различных методов финансового планирования и получение навыков формирования сквозной системы функциональных бюджетов.

Студент должен знать базовые подходы к финансовому планированию и бюджетированию, возможность использования основных финансовых документов в системе планирования.

Студент должен уметь формулировать важнейшие принципы финансового планирования, различать опыт финансового планирования в России и за рубежом, знать последовательность подготовки финансовых бюджетов, их классификацию и содержание, владеть информационными источниками, используемыми для составления бюджета.

Таблица 2

#### Содержание работ по дисциплине (очная форма обучения, срок обучения – 2 года)

Содержание работы	Виды и формы работы, ч				Всего, ч
	контактная работа			самостоятельная работа	
	лекции	лабораторные	практические		
Тема 1. Экономическое содержание корпоративных финансов	2		2	14	16
Тема 2. Роль корпорации на финансовом рынке			2	14	16
Тема 3. Финансовые результаты: расчет, анализ и оценка	2		2	24	28
Тема 4. Оценка потока денежных средств корпорации			2	24	28
Тема 5. Цена капитала и управление его структурой	2		2	24	28
Тема 6. Оценка финансовых активов корпорации			2	24	28
Тема 7. Дивидендная политика корпорации	2		2	16	18
Тема 8. Корпоративное финансовое планирование			2	16	18
Выполнение курсовой работы /проекта					
Контроль: зачет с оценкой					
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>8</b>		<b>16</b>	<b>156</b>	<b>180</b>
В том числе с применением дистанционных образовательных технологий					

### **3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием тем по дисциплине (п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

### **4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

#### **4.1. Основная учебная литература**

*Кириченко, Т. В.* Финансовый менеджмент : учебник / Т. В. Кириченко. – М.: Дашков и К, 2014. – 484 с.

#### **4.2. Дополнительная учебная литература, в том числе из фондов библиотеки НГПУ**

*Бочаров, В. В.* Корпоративные финансы / В. В. Бочаров, В. Е. Леонтьев. – СПб. : Питер, 2004. – 592 с.

*Герасименко, А.* Финансовый менеджмент – это просто : базовый курс для руководителей и начинающих специалистов / А. Герасименко. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 481 с.

*Кабанцева, Н. Г.* Финансы : учебное пособие / Н. Г. Кабанцева. – Ростов н/Д : Феникс, 2012.

*Кабанцева, Н. Г.* Финансы : учебное пособие / Н. Г. Кабанцева. – Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2010. – 296 с.

*Николаева, Т. П.* Финансы предприятий : учебное пособие / Т. П. Николаева. – М. : Евразийский открытый институт, 2010. – 207 с.

*Когденко, В. Г.* Корпоративная финансовая политика : монография / В. Г. Когденко. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 615 с.

*Никитина, Н. В.* Корпоративные финансы : учебное пособие для вузов по специальности «Финансы и кредит» / Н. В. Никитина, В. В. Янов. – 2-е изд., стер. – М. : КНОРУС, 2013. – 512 с.

*Орехов, С. А.* Теория корпоративного управления : учебное пособие / С. А. Орехов, В. А. Селезнев. – М. : Евразийский открытый институт, 2011. – 200 с.

Проблемы теории и практики управления : международный журнал : официальное издание / Междунар. науч.-исслед. ин-т проблем управления. – М. : Известия, 2006.

Российский экономический журнал : научно-практическое издание / ЗАО «ЭЖ МЕДИА», Ун-т менеджмента и бизнес администрирования. – М. : ИД «Экономическая газета», 2006.

*Баффетт, У.* Эссе об инвестициях, корпоративных финансах и управлении компаниями / Уоррен Баффетт. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 270 с.

*Фадеева, О. Ю.* Финансы : учебное пособие / О. Ю. Фадеева. – Омск : Омский государственный институт сервиса, 2012. – 146 с.

*Цику, Б. Х.* Финансы организаций : учебное пособие / Б. Х. Цику, С. О. Кушу. – Краснодар : Южный институт менеджмента, 2011. – 168 с.

*Черская, Р. В.* Финансы : учебное пособие / Р. В. Черская. – Томск : Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, Эль Контент, 2013. – 140 с.

*Шевченко, О. Ю.* Корпоративные финансы : учебное пособие / О. Ю. Шевченко. – Омск : Омский гос. ин-т сервиса, 2013. – 120 с.

ЭКО : всероссийский экономический журнал / Ин-т экономики и орг. пром. производства СО РАН. – Новосибирск : Наука, 2011.

*Юшко, Ю. И.* Корпоративные финансы : теория, методы и модели управления : учебно-методическое пособие / Ю. И. Юшко. – Минск : ФУАинформ, 2006. – 576 с.

### **4.3. Интернет-ресурсы**

#### **4.3.1. Ресурсы НГПУ**

*Орехов, С. А.* Корпоративный менеджмент : учебное пособие / С. А. Орехов, Н. В. Тихомирова. – М. : Дашков и К, 2015. – 440 с.

*Шевченко, О. Ю.* Корпоративные финансы : учебное пособие / О. Ю. Шевченко. – Омск : Омский государственный институт сервиса, 2013. – 120 с.

*Юшко, Ю. И.* Корпоративные финансы : теория, методы и модели управления : учебно-методическое пособие / Ю. И. Юшко. – Минск : ФУАинформ, 2006. – 576 с.

#### **4.3.2. Ресурсы открытого доступа**

Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.aup.ru>.

Библиотека материалов по экономической тематике [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.libertarium.ru/library>.

Инвестпрофит. Деловой вестник инвестора [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.invest-profit.ru/malyi-biznes/zakonodatelstvo/2478-kak-vlasti-pomogayut-biznesu-perezhit-krizisnye-vremena.html>.

Информационно-справочный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.library.ru>.

Коммерсант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru>.

Министерство промышленности и торговли Российской Федерации (Минпромторг) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://government.ru/department/54/events/>.

Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.minfin.ru>.

Официальный сайт ГПНТБ СО РАН [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.spsl.nsc.ru>.

Официальный сайт города Новосибирска [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://novo-sibirsk.ru/>.

Региональная компания «ФИС» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.fis.ru>.

Российское информационное агентство ФедералПресс [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://fedpress.ru/>.

Сайт «Инвестиции» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://investorov/invest/>  
 Сайт «Корпоративный менеджмент» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/finanalysis/invest/>.

Финансы и экономика [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://fmans.rusba.ru>.

Эксперт [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.expert.ru>.

Электронная библиотека ФГБОУ ВО «НГПУ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lib.nspu.ru/>

#### 4.3.3. Методическое обеспечение

Персональные сайты преподавателей университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://prepod.nspu.ru/course/>.

#### 4.4. Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

##### Очная форма обучения, срок обучения – 4 года

№ п/п	Тема дисциплины	Задание для самостоятельной работы	Трудоемкость задания, ч	Перечень учебно-методического обеспечения (номера источников из п.п. 4.1–4.3)
1	2	3	4	5
1	Тема 1. Экономическое содержание корпоративных финансов	Подготовка вопросов к занятию Подготовка к тестированию Подготовка реферата	14	2, 4–8, 10–12, 14, 15, 17, 18, 21–26, 29, 30–39
2	Тема 2. Роль корпорации на финансовом рынке	Подготовка вопросов к занятию Подготовка к тестированию Подготовка реферата	14	2, 4–8, 10–12, 14, 15, 17, 18, 21–26, 29, 30–39
3	Тема 3. Финансовые результаты: расчет, анализ и оценка	Подготовка вопросов к занятию Подготовка к тестированию Подготовка реферата	24	4, 7, 8, 10–12, 17–19, 22, 24, 27, 29, 30–39
4	Тема 4. Оценка потока денежных средств корпорации	Подготовка вопросов к занятию Подготовка к тестированию Подготовка реферата	24	2, 4, 7, 8, 10–12, 16–18, 22, 29, 30–39
5	Тема 5. Цена капитала и управление его структурой	Подготовка вопросов к занятию Подготовка к тестированию Подготовка реферата	24	2, 4, 6–8, 10–12, 16–18, 22, 29, 30–39

Окончание табл. 3

1	2	3	4	5
6	Тема 6. Оценка финансовых активов корпорации	Подготовка вопросов к занятию Подготовка к тестированию Подготовка реферата Выполнение практического задания	24	1–6,7–15, 19, 21, 25, 29, 31, 33, 35, 38
7	Тема 7. Дивидендная политика корпорации	Подготовка вопросов к занятию Подготовка к тестированию Подготовка реферата Выполнение практического задания	16	2–8, 11, 14, 18, 20–31, 34
8	Тема 8. Корпоративное финансовое планирование	Подготовка вопросов к занятию. Подготовка к тестированию Подготовка реферата Выполнение практического задания	16	6, 8, 14, 18, 22–26, 37
<b>Итого</b>			<b>156</b>	

#### 4.5. Выполнение курсовой работы (проекта)

Курсовая работа по данной дисциплине не предусмотрена.

### 5. РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 5.1. Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (табл. 4, 5).

Таблица 4

#### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Графические редакторы	Paint
Операционные системы	MicrosoftWindows
Офисные программы	MicrosoftOffice
Правовые информационные системы	Консультант Плюс
	Гарант

Таблица 5

#### Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
1	2
Система видеоконференцсвязи	Lifesize
Платформа для проведения вебинаров	Adobeconnect
Системы тестирования	Moodle-тестирование



1	2
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте Видеолетопись НГПУ <a href="http://tv-news.nspu.ru">http://tv-news.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте НГПУ-онлайн <a href="http://live.nspu.ru">http://live.nspu.ru</a>

## 5.2. Материально-техническая база

Таблица 6

### Материально-техническая база

Помещения для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
Аудитории для проведения лекционных занятий		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллойская, 28
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Итоговый контроль по дисциплине (промежуточная аттестация) осуществляется в форме *зачета с оценкой*.

Фонд оценочных средств согласуется с дескрипторами, представленными в табл. 1.

Оценка *«отлично»* ставится, если магистрант логично и доказательно раскрывает вопросы, заданные на зачете, ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью магистранта; своевременно выполнен реферат; промежуточное тестирование выполнено на «хорошо» или «отлично».

Оценка *«хорошо»* ставится, если знания имеют достаточный уровень, однако отличаются слабой структурированностью; раскрыто содержание вопросов, но в ответе имеют место несущественные ошибки, которые магистрант способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; своевременно выполнен реферат; промежуточное тестирование выполнено на «хорошо» или «удовлетворительно».

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью, содержание заданных вопросов раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на вопросы; реферат выполнен; промежуточное тестирование выполнено минимум на «удовлетворительно».

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обнаружено незнание или непонимание магистрантом сущностной части управления корпоративными финансами; допускаются существенные ошибки, которые магистрант не может исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов магистрант затрудняется дать ответ, или не дает верных ответов; реферат выполнен; промежуточное тестирование выполнено на «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

### 6.1. Реферат

Этапы контроля: темы 1–8.

Форма проведения контроля: публичная защита с презентацией.

Метод оценивания: экспертный.

#### Примерная тематика рефератов

1. Внешнеэкономическая деятельность как объект финансового управления корпораций.
2. Дивидендная политика фирмы.
3. Издержки корпорации, финансовые методы управления ими.
4. Международные аспекты управления корпоративными финансами. Источники средств и методы финансирования организации.
5. Методы оценки финансовых активов и угрозы банкротства.
6. Налоговое планирование в корпорациях.
7. Основные концепции управления корпоративными финансами.
8. Планирование денежных потоков.
9. Роль управления корпоративными финансами в системе управления организации.
10. Роль финансов в деятельности корпорации.

11. Сущность и принципы управления корпоративными финансами.
12. Сущность и принципы управления корпоративными финансами. Методологические основы управления корпоративными финансами.
13. Сущность и роль системы управления корпоративными финансами.
14. Управление денежными потоками и финансовыми рисками.
15. Управление издержками корпорации.
16. Управление капиталом фирмы.
17. Управление оборотным капиталом корпорации.
18. Финансовое планирование и оценка финансового состояния корпораций.
19. Финансовое планирование и прогнозирование.
20. Финансовые инвестиции корпораций.
21. Финансовые методы управления выручкой корпорации.
22. Финансовые решения по инвестиционным проектам.
23. Финансовый менеджмент корпораций.
24. Формирование прибыли корпорации, ее планирование и использование.
25. Экономическое содержание и источники финансирования основного и оборотного капитала корпорации.
26. Корпоративные облигации как источник финансирования в России.
27. Анализ барьерной ставки доходности корпорации.
28. Инвестиции в ценные бумаги с фиксированным доходом на растущих рынках капитала / в России.
29. Венчурный (рисковый) капитал и венчурное (рисковое) финансирование на растущих рынках капитала / в России.
30. Модели ценообразования на базовые финансовые активы: условия применения на российском рынке капитала.
31. Роль финансово-аналитических агентств в анализе систематического риска корпорации.
32. Корпоративное управление, инвестиционные риски и стоимость компании: исследования и практический опыт.
33. Планирование структуры капитала корпорации.
34. Построение финансово-аналитической модели для планирования структуры капитала в российской корпорации.
35. Оценка эффективности инвестиционных проектов в российской промышленной корпорации.
36. Использование метода реальных опционов в разработке корпоративной инвестиционной политики: возможности применения в российской компании.
37. Использование опционов в оценке рискованного корпоративного долга.
38. Анализ затрат на капитал корпорации со сложной структурой капитала.
39. Политика финансирования в российских промышленных корпорациях.
40. Инвестиционная политика в промышленных российских корпорациях.
41. Модели дивидендной политики: международные исследования и возможности применения на российском рынке капитала.

42. Построение модели анализа эффективности слияний/поглощений в промышленной или банковской компании.
43. Мотивы корпоративных слияний и поглощений: международные исследования.
44. Выкуп корпорации управленческой командой: международные исследования и российская практика.
45. Рынок корпоративного контроля в России.
46. Банкротство как способ реструктуризации корпорации.
47. Финансовые решения в корпоративных стратегиях реструктуризации.
48. Финансирование слияний и поглощений.
49. Модели прогнозирования финансовой неустойчивости и банкротства компании: возможности применения на российском рынке капитала.
50. Использование метода экономической прибыли в проектном анализе.
51. Использование экономической прибыли в вознаграждении персонала.
52. Агентские теории структуры капитала и их эмпирические исследования.

### **Требования к выполнению и оформлению реферата**

При выборе темы студент должен исходить из собственных научных интересов, а также учитывать актуальность и практическую значимость рассматриваемой проблемы. Объем – 10–12 страниц печатного текста, шрифт – TimesNewRoman, размер – 14, межстрочный интервал – полуторный. Готовясь к реферативному сообщению необходимо составить план-конспект своего выступления, продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной практикой.

Защита проводится на занятии с публичным обсуждением излагаемых студентом проблем. Обсуждение реферата осуществляется на основе его презентации, выполненной в программе OfficePowerPoint. Преподаватель может по своему усмотрению оценивать реферат без публичной защиты при условии индивидуального консультирования студента по данной теме.

### **Примерная структура реферата**

1. *Введение* – 1стр. Приводятся аргументы в пользу актуальности выбранной темы и ее ценности в изучении данной дисциплины, формируются цели и задачи рефератного исследования.

2. *Основная часть*. Может делиться на разделы. В ней содержится анализ основных отечественных и зарубежных источников, использованных при работе над рефератом; раскрывается и уточняется содержание основных понятий и положений исследуемой проблемы; производится оценка степени теоретической разработанности отдельных аспектов рассматриваемой проблемы.

3. *Заключение* – 1 стр. В нём содержатся основные выводы по теме.

4. *Список литературы*. Включает учебную и научную литературу, использованную при написании реферата. Список должен быть оформлен в соответствии со стандартами. Необходимо использовать: законы РФ, статьи из научных журналов за период последних 3-х лет.

*Критерии оценки результатов выполнения:* оценка «зачтено» ставится при соответствии содержания реферата заявленной теме, грамотном изложении мыслей, оформлении в соответствии с требованиями.

## **6.2. Решение ситуаций**

Этапы контроля: тема 6–8.

Форма проведения контроля: письменная.

Метод оценивания: экспертный, зачтено – не зачтено.

### **Содержание ситуаций**

#### *Ситуация 1.*

Имеется три альтернативных проекта. Доход первого проекта составляет 50 тыс. долл., причём первая половина поступает сразу, а вторая – через год. Доход второго проекта равен 45 тыс. долл., из которых 30 тыс. долл. выплачивается сейчас, 10 тыс. долл. – через год, а оставшиеся 5 тыс. долл. через два года. Доход третьего проекта равен 60 тыс. долл., и вся эта сумма будет получена через три года.

Необходимо определить, какой из проектов предпочтительнее при ставке дисконтирования 6 %. Изменится ли ситуация, если ставка дисконтирования увеличится до 10 %?

#### *Ситуация 2.*

Определите средневзвешенные затраты на капитал для следующих условий:

–общий объём финансирования составляет 6750 тыс. руб.;

–из них на долю банковского кредита приходится 40 %, остальная часть финансовых ресурсов получена от выпуска обыкновенных акций;

–банковский кредит в течение пяти лет должен быть погашен равными долями в размере 900 тыс. руб.;

–рыночная стоимость обыкновенных акций составляет 30 руб., в конце прошлого года выплачен дивиденд в размере 4,5 руб.

В будущем специалисты ожидают увеличение темпа роста дивидендов до 6 % в год. Корпоративный налог на прибыль составляет 20 %.

#### *Ситуация 3.*

Корпорация нуждается в привлечении 25 млн. руб. для финансирования выхода на новые рынки. Для этого она собирается продавать обычные акции за наличные средства. Если цена предложения равна 40 руб. за акцию, а андеррайтеры получают сразу в размере 6%, то, сколько необходимо продать акций?

#### *Ситуация 4.*

Компания собирается провести размещение акций по подписке. Она определила, что стоимость акций после даты «экс райтс» будет равна 35 руб. Текущая цена акции равна 50 руб., и в обращении находится 8 млн. акций. Публичная подписка должна привлечь капитал в сумме 80 млн. руб. Чему равна стоимость подписки?

*Ситуация 5.*

Произвести расчет потери стоимости здания, связанное с внешним износом. Повышение уровня шума и запыленности обусловили снижение чистой арендной платы за имущественный комплекс (здание, земля) прилегающий к транспортной магистрали на 500 рублей в месяц за 1 м<sup>2</sup>. Площадь здания – 600 м<sup>2</sup>. Доход от здания составляет 80 % доходов всего имущественного комплекса. Коэффициент капитализации для здания составляет – 12 %.

*Ситуация 6.*

Вычислите средневзвешенные затраты на капитал для компании, используя следующую информацию:

- Долг: количество облигаций в обращении – 75000000 шт. Облигации продаются по цене 90 коп. за штуку. Доходность облигации к погашению составляет 16 %.
- Акции: 2500000 акций продаются по 42 руб. за акцию. Предположим, ожидаемая норма доходности акций составляет 25 %.
- Налоги: ставка налога на прибыль равна 0,20.

*Ситуация 7.*

Есть 10-летние облигации с купонной ставкой 10 %, номиналом 1000 руб. и рыночной ценой 581 руб. Определите их доходность при погашении.

*Ситуация 8.*

Компания выбрала инвестиционный проект со следующими денежными потоками:

Число, лет	Денежный поток, руб.
1	900
2	800
3	700
4	600

Определите

а) если учётная ставка равна 6 %, то какова будущая стоимость этих денежных потоков в 4-м году?

б) какова будущая стоимость при учётной ставке 16 %?

*Ситуация 9.*

Вы берёте в долг 10000 руб. на 4 года под 14 % годовых. Ссуда должна быть погашена четырьмя равными взносами в конце каждого года. Определите:

а) сумму ежегодного взноса (округлить до рубля);

б) для каждого взноса укажите: сумму выплачиваемого процента; основную сумму долга.

*Ситуация 10.*

Вычислить цену заемного капитала при следующих условиях налогообложения прибыли:

а) ставка процента за заемный капитал – 12 %, ставка налога – 0;

б) ставка процента – 12 %, ставка налога на прибыль – 20 %;

в) ставка процента – 12 %, ставка налога на прибыль – 24 %.

### 6.3. Тестирование

Этапы контроля: тема 1–8.

Время на выполнение задания: количество тестовых вопросов \* 50 сек.

Форма проведения контроля: тестирование.

*Шкала оценивания:*

1 балл – за правильный ответ на одно тестовое задание;

0 баллов – за неправильный ответ на одно тестовое задание

С учетом количества тестовых заданий (двадцать), максимально возможное количество баллов за данный этап зачета составляет 20 баллов.

Критерии оценки результатов выполнения: верно выполнено более 65 % заданий – *зачтено*; менее 65 % – *не зачтено*.

#### Примерные варианты

1. Основной целью разработки дивидендной политики является установление необходимой пропорциональности между текущим потреблением прибыли \_\_\_\_\_ и будущим ее ростом, максимизирующим рыночную стоимость предприятия и обеспечивающим его стратегического развития.

2. Дивидендная политика представляет собой составную часть общей политики управления \_\_, заключающуюся в оптимизации пропорций между потребляемой и капитализируемой ее частями с целью максимизации рыночной стоимости предприятия.

3. В соответствии с чьей теорией, инвесторы предпочитают текущие дивиденды возможным будущим:

- а) теория Гордона М;
- б) теория Ф. Модильяни и М. Миллер;
- в) теория минимизации дивидендов;
- г) сигнальная теория дивидендов.

4. Какая теория делает вывод о «ненужности» дивидендной политики

- а) теория Гордона М;
- б) теория Ф. Модильяни и М. Миллер;
- в) теория минимизации дивидендов;
- г) сигнальная теория дивидендов.

5. Источником выплаты дивидендов является

- а) чистая прибыль текущего года; \*
- б) валовая прибыль организации;
- в) доходы от прочих операций;
- г) нераспределенная прибыль.

6. Наиболее распространенная форма выплаты дивидендов – ... Дивиденды, выплачиваемые акциями – это мера:

- а) увеличения числа акций в обращении;
- б) снижения цены акции;
- в) снижения дивиденда на акцию;
- г) повышения величины чистой прибыли. \*

7. Остаточная стоимость имущества, приходящаяся на одну обыкновенную акцию, называется

- а) рыночной;
- б) выкупной;
- в) ликвидационной ;
- г) эмиссионной.

8. Отношение чистой прибыли к общему числу обыкновенных акций, показывает

- а) доход на акцию;
- б) стоимость акции;
- в) ценность акции;
- г) дивидендный выход.

9. Портфель рискованного капитала состоит из ценных бумаг:

- а) с различными сроками обращения;
- б) молодых компаний «агрессивного» типа;
- в) высоколиквидных;
- г) иностранных компаний.

#### **6.4. Зачет с оценкой**

Форма проведения контроля: устный ответ на вопросы к зачету.

Метод оценивания: экспертный.

#### **Перечень примерных вопросов для подготовки к зачету**

1. Корпоративное управление и эффективность бизнеса.
2. Состав и структуры базовых компонентов корпорации.
3. Сущность и формы проявления корпоративных финансов.
4. Организация финансовой работы хозяйствующего субъекта.
5. Основные принципы эффективного управления корпоративными финансами.
6. Характеристика информационного обеспечения финансового менеджмента.
7. Ответственность как основа для разработки управленческих финансовых решений.
8. Стандарты раскрытия корпоративной финансовой информации.
9. Сводная и консолидированная отчетность.
10. Основы анализа финансового состояния.
11. Экспресс-диагностика корпоративной отчетности.
12. Коэффициенты финансовой устойчивости организации.
13. Коэффициенты ликвидности и платежеспособности.
14. Коэффициенты оборачиваемости активов и капитала.
15. Источники финансирования предпринимательской деятельности.
16. Сущность, функции и значение капитала хозяйствующего субъекта.
17. Структура капитала и его цена.
18. Теории структуры капитала.
19. Заемный капитал и финансовый леверидж.
20. Определение силы воздействия финансового рычага.



21. Основной капитал и основные фонды организации.
22. Оборотный капитал, оборотные средства, оборотные активы.
23. Принципы организации оборотных средств.
24. Определение потребности в оборотных средствах корпорации.
25. Показатели эффективности использования оборотных средств.
26. Критерии эффективности использования капитала.
27. Рентабельность активов и капитала.
28. Финансовая политика корпорации и её значение.
29. Задачи финансовой политики корпорации.
30. Финансовая стратегия и финансовая тактика.
31. Рациональное сочетание доходности и риска как основа эффективного бизнеса.
32. Амортизационная политика корпорации.
33. Основные этапы формирования финансовой политики корпорации.
34. Критерии оценки эффективности финансовой политики корпорации.
35. Понятие финансовой среды предпринимательства.
36. Характеристика макро- и микросреды предпринимательства.
37. Конкурентная экономика и предпринимательский риск.
38. Сущность и функции предпринимательских рисков.
39. Классификация предпринимательских рисков.
40. Методы управления предпринимательскими рисками.
41. Финансовое состояние предприятия и риск банкротства.
42. Признаки банкротства хозяйствующего субъекта.
43. Минимизация рисков с использованием различных финансовых инструментов.
44. Понятие и классификация активов хозяйствующего субъектов.
45. Собственность и имущество предприятия.
46. Капитал и активы корпорации.
47. Внеоборотные, текущие и прочие активы корпорации.
48. Нематериальные активы корпорации.
49. Внеоборотные активы корпорации их состав и структура.
50. Фондоотдача и факторы её роста.
51. Оборотные активы их состав и структура.
52. Дебиторская задолженность её состав и структура.
53. Основные принципы управления дебиторской задолженностью.
54. Переуступка прав требований (факторинг) как инструмент управления дебиторской задолженностью.
55. Управление денежной наличностью.
56. Денежные потоки корпорации и управление ими.
57. Затраты, расходы, издержки – сущность и экономическое содержание.
58. Классификация затрат хозяйствующего субъекта.
59. Операционный анализ и управление затратами.
60. Порог рентабельности.
61. Операционный рычаг и определение силы его воздействия.
62. Запас финансовой прочности.

63. Методы планирования затрат на производство и реализацию продукции.
64. Выручка от реализации продукции и предпринимательский доход.
65. Планирование выручки от реализации продукции.
66. Управление выручкой от реализации корпорации.
67. Чистый доход и денежные накопления.
68. Экономическое содержание, функции и виды прибыли.
69. 78. Бухгалтерская и экономическая прибыль.
70. Планирование и распределение прибыли корпорации.
71. Методы планирования прибыли.
72. Сущность, цели и задачи финансового прогнозирования.
73. Принципы построения финансовых прогнозов.
74. Сущность, цели и задачи финансового планирования.
75. Виды и содержание финансовых планов.
76. Состав и структура финансового плана.
77. Финансовый план как важнейший элемент бизнес-плана.
78. Бюджетирование как инструмент финансового планирования.
79. Принципы построения системы бюджетирования.
80. Оперативное финансовое планирование его цели и задачи.
81. Формирование прогнозного отчета о движении денежных средств.
82. Основные принципы организации расчетно-кассового обслуживания корпораций.
83. Основные направления оперативной финансовой работы корпорации.
84. Оперативная текущая деятельность по управлению денежным оборотом.
85. Контрольно-аналитическая работа в корпорации.
86. Финансовый контроль в системе управления корпоративными финансами.
87. Порядок оформления платежно-расчетных документов.
88. Денежные средства корпорации и способы их оптимизации.
89. Инновационная деятельность корпорации.
90. Инновационные цели проекты и программы.
91. Принципы организации инновационной деятельности.
92. Финансовый механизм инновационного развития.
93. Инновации как условие конкурентоспособности корпорации.

*Федосова Т. С., канд. экон. наук, доц.,  
доц. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»;  
Сотников В. Д.,  
ст. преп. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ».*

# ОЦЕНКА СТОИМОСТИ КОМПАНИЙ

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки магистратуры по направлению 38.04.02 *Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322.

Дисциплина является *дисциплиной по выбору вариативной части* блока Б.1.В «*Вариативная часть*» учебного плана образовательной программы, изучается в 3 семестре. Трудоемкость дисциплины: 5 ЗЕ / 180 часов, в том числе 24 часов – контактная работа с преподавателем, 156 часов – самостоятельная работа (табл. 2).

**Цели освоения дисциплины:** освоение системы теоретических знаний и практических навыков по теории оценки для практического использования ее методов и способов в управлении предприятием (бизнесом) в сфере услуг.

### Планируемые результаты обучения

Дисциплина направлена на формирование компетенции ПК-4 и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

### Перечень планируемых результатов обучения

Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине (дескрипторы)
<b>ПК – 1.</b> Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.	<i>Знать:</i> основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа процессов управления; бизнес-проектирование: понятие, цели, классификацию бизнес-проектов, методы оценки их эффективности. <i>Уметь:</i> обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные; проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес-процессами. <i>Владеть:</i> навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений; навыками разработки организационно-управленческих моделей процессов, явлений и объектов.

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**Тема 1. Современное понимание оценки стоимости бизнеса, ее принципов, целей, задач и области применения.**

Понятие предприятия, бизнеса, форм и видов организации.

Современное понимание оценки стоимости предприятия (бизнеса). Принципы оценки бизнеса и управления его стоимостью. Предмет оценки стоимости бизнеса. Цели и задачи оценки стоимости бизнеса. Стратегический потенциал бизнеса – основа оценки его стоимости.

Область применения оценки стоимости бизнеса.

## **Тема 2. Обоснование стоимости бизнеса на основе методов доходного подхода.**

Определение стоимости предприятия доходным методом. Определение и выбор модели DCF.

Модель денежного потока для собственного капитала. Обоснование ставки дисконта с учетом рисков предприятия (бизнеса) – на основе методов кумулятивного построения ставки дисконта и оценки капитальных активов.

Модель бездолгового денежного потока – денежного потока для всего инвестированного капитала. Обоснование ставки дисконта на основе модели средневзвешенной стоимости капитала.

Метод прямой капитализации. Прогнозирование капитализируемого дохода. Коэффициент капитализации. Расчет ставки капитализации. Экспресс-оценка текущей стоимости бизнеса на основе метода капитализации.

Метод капитализации для неопределенно длительного постоянного дохода. Модель Гордона. Применение модели к финансово-кризисным предприятиям. Применение модели для оценки стоимости в остаточный период.

Капитализация постоянного дохода, получаемого в течение ограниченного срока (модели Инвуда, Хоскальда, Ринга).

Рыночная стоимость предприятия (бизнеса) и структура капитала. Теорема Модильяни-Миллера в доходном подходе к оценке бизнеса.

## **Тема 3. Обоснование стоимости бизнеса на основе сравнительного и имущественного подходов к оценке.**

Методы сравнительного (рыночного) подхода к оценке стоимости предприятия (бизнеса). Данные по сопоставимым единицам. Метод рынка капитала (компаний-аналогов). Метод сделок или сравнимых продаж. Метод отраслевых коэффициентов (мультипликаторов). Использование зарубежных аналогов.

Методы имущественного (затратного) подхода к оценке стоимости предприятия (бизнеса). Метод оценки стоимости чистых активов. Корректировка кредиторской и дебиторской задолженностей. Оценка нематериальных активов предприятия. Метод избыточных прибылей.

Методы оценки восстановительной стоимости и стоимости замещения. Метод количественного анализа. Поэлементный способ расчета. Метод сравнительной единицы. Индексный способ. Расчет полной и остаточной стоимости воспроизводства.

Метод оценки ликвидационной стоимости. Особенности оценки ликвидационной стоимости предприятия. Виды ликвидационной стоимости. Способы оценки ликвидационной стоимости.

## **Тема 4. Оценка стоимости предприятия как действующего, бизнес-линии, многономенклатурной фирмы.**

Предприятие как действующее, понятие и основные цели оценки. Понятие стоимости предприятия как действующего. Факторы, влияющие на изменение рыночной стоимости предприятия как действующего.

Обоснование стоимости предприятия как действующего методами доходного, имущественного и сравнительного подходов. Определение предварительной величины стоимости. Поправки на наличие нефункционирующих активов.

Понятие, цели оценки, обоснование стоимости бизнес-линии. Оценка бизнес-линий в многономенклатурной фирме. Обоснование рыночной стоимости финансово автономных бизнес-линий.

Понятие и обоснование стоимости многономенклатурной фирмы. Понятие синергии.

### **Тема 5. Оценка стоимости акционерного капитала и долевых участия в предприятии.**

Определение стоимости акционерного капитала. Основополагающий принцип и алгоритм оценки стоимости пакетов акций. Методы оценки полного пакета обыкновенных акций. Оценка контрольного пакета акций. Учет воздействия на стоимость пакета акций приобретаемого контроля. Оценка миноритарного пакета акций. Учет влияния на стоимость пакета акций ликвидности акций и размещенности их на рынке.

Оценка пакетов акций при слияниях и поглощениях бизнесов.

Оценка инвестиционной привлекательности предприятия.

Фондовый рынок, его роль в оценке стоимости предприятия (бизнеса) в России и за рубежом. Требования к компаниям, участникам фондового рынка.

### **Тема 6. Взаимосвязь оценки стоимости бизнеса и современной системы управления предприятием.**

Оценка стоимости предприятия (бизнеса) в текущем и стратегическом управлении фирмой.

Обоснование рыночной стоимости низкорентабельных и убыточных предприятий.

Особенности оценки стоимости предприятия (бизнеса) в процессе антикризисного управления.

Обоснование ликвидационной стоимости предприятия в условиях финансовой несостоятельности (банкротства).

Оценка стоимости предприятия в процессе реструктуризации.

Оценка стоимости предприятий в процессе реорганизации.

Стоимость компаний в традиционных и новых отраслях.

Оценка бизнеса в менеджменте предприятий различных стран.

### **Тема 7. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) в концепции управления стоимостью предприятия.**

Концепция управления стоимостью предприятия (бизнеса). Определяющая цель – увеличение рыночной стоимости предприятия (бизнеса) или стоимости имущественного комплекса.

Факторы, влияющие на рыночную стоимость предприятия (бизнеса) и долей в нем. Обоснование границ увеличения рыночной стоимости бизнеса (границы оценки дисконтированных денежных потоков).

Управление стоимостью предприятия (бизнеса). Цели и задачи управления стоимостью предприятия (бизнеса). Типы инвесторов. Типичные финансовые мотивации инвесторов.

Управление стоимостью предприятия в антикризисном управлении. Изменение стоимости предприятия (бизнеса) в процессе реструктуризации и реорганизации. Увеличение рыночной стоимости предприятия при реорганизации предприятия.

Постоянный мониторинг влияния факторов на оценочную текущую или прогнозируемую стоимость предприятия (бизнеса). Регулярная комплексная оценка контролируемых стоимостей предприятия (бизнеса).

Таблица 2

**Содержание работ по дисциплине (очная форма обучения, срок обучения – 2 года)**

Содержание работы	Виды и формы работы, ч				Всего, ч
	контактная работа			самостоятельная работа	
	лекции	лабораторные	практические		
Тема 1. Современное понимание оценки стоимости бизнеса, ее принципов, целей, задач и области применения			2	22	24
Тема 2. Обоснование стоимости бизнеса на основе методов доходного подхода	2		2	22	26
Тема 3. Обоснование стоимости бизнеса на основе сравнительного и имущественного подходов к оценке	2		4	22	28
Тема 4. Оценка стоимости предприятия как действующего, бизнес-линии, многоименной фирмы	2		2	22	26
Тема 5. Оценка стоимости акционерного капитала и долевых частей в предприятии	2		2	22	26
Тема 6. Взаимосвязь оценки стоимости предприятия (бизнеса) и современной системы управления предприятием			2	22	24
Тема 7. Оценка стоимости бизнеса в концепции управления стоимостью предприятия			2	24	26
Выполнение курсовой работы /проекта					
Контроль: <i>зачет</i>					
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>8</b>		<b>16</b>	<b>156</b>	<b>180</b>
В том числе с применением дистанционных образовательных технологий					

### **3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием тем по дисциплине (п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

### **4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

#### **4.1. Основная учебная литература**

*Асаул, А. Н.* Оценка организации (предприятия, бизнеса) : учебник / А. Н. Асаул. – СПб. : Институт проблем экономического возрождения, 2014. – 480 с.

#### **4.2. Дополнительная учебная литература, в том числе из фондов библиотеки НГПУ**

Бренд-менеджмент : первое в России специализированное издание на русском языке, посвященное практическим вопросам управления брендами и торговыми марками предприятий : журнал. – М. : ИД «Гребенников», 2015.

*Есипов, В. Е.* Оценка бизнеса / В. Е. Есипов, Г. А. Маховикова, В. В. Терехова. – СПб. : Питер, 2001. – 416 с.

*Кузнецов, Б. Т.* Финансовый менеджмент : учебное пособие для вузов по специальностям «Бухгалтерский учет», «Финансы и кредит» / Б. Т. Кузнецов. – М. : Юнити, 2005. – 415 с.

Менеджмент в России и за рубежом : все о теории и практике управления бизнесом, финансами, кадрами... : научный журнал. – М. : Финпресс, 2006.

Менеджмент сегодня : журнал. – М. : ИД «Гребенников», 2015.

Оценка бизнеса : учебник для вузов по экон. специальностям / А. Г. Грязнова, М. А. Федотова, С. А. Ленская [и др.] ; под ред. А. Г. Грязновой, М. А. Федотовой ; Финанс. акад. при Правительстве РФ. – М. : Финансы и статистика, 1998. – 512 с.

*Филиппов, Л. А.* Оценка бизнеса : электронный учебник для вузов по экон. специальностям : презентации (анимация, звук) : подробные тренировочные тесты : контрольные тесты : словарь терминов : персоналии / Л. А. Филиппов. – CD с автозапуском : электрон. текстовые, граф., зв. данные, видеоданные. – М. : КНОРУС, 2010.

*Чеботарев, Н. Ф.* Оценка стоимости предприятия (бизнеса) : учебник для экон. вузов по направлению «Экономика» и экон. специальностям / Н. Ф. Чеботарев. – М. : Дашков и К, 2010. – 256 с.

Экономика : реферативный журнал / ИНИОН РАН, Центр соц. науч.-информ. исслед., отд. экономики. – Москва, 2009–2014.

Экономист : ежемесячный научно-практический журнал / М-во экон. развития РФ, ред. журн. «Экономист». – М., 2006–2015.

### **4.3. Интернет-ресурсы**

#### **4.3.1. Ресурсы НГПУ**

*Асаул, А. Н.* Оценка организации (предприятия, бизнеса) : учебник / А. Н. Асаул. – СПб. : Институт проблем экономического возрождения, 2014. – 480 с.

*Афонасова, М. А.* Бизнес-планирование : учебное пособие / М. А. Афонасова. – Томск : Эль Контент, Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2012. – 108 с.

*Масленкова, О. Ф.* Оценка стоимости предприятия (бизнеса) : учебное пособие (текстовое электронное издание) / О. Ф. Масленкова ; Кемеровский гос. ун-т, Новокузнецкий ин-т (фил.). – Новокузнецк : НФИ КемГУ, 2015. – 319 с.

#### **4.3.2. Ресурсы открытого доступа**

Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.aup.ru>.

Библиотека материалов по экономической тематике [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.libertarium.ru/library>.

Инвестпрофит. Деловой вестник инвестора [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.invest-profit.ru/malyi-biznes/zakonodatelstvo/2478-kak-vlasti-pomogayut-biznesu-perezhit-krizisnye-vremena.html>.

Информационно-справочный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.library.ru>.

Коммерсант [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.komrnersant.ru>.

Министерство промышленности и торговли Российской Федерации (Минпромторг) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://government.ru/department/54/events/>.

Официальный сайт ГПНТБ СО РАН [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.spsl.nsc.ru>.

Официальный сайт города Новосибирска [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://novo-sibirsk.ru/>.

Российский экономический журнал (РЭЖ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rej.guu.ru>.

Российское информационное агентство ФедералПресс [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://fedpress.ru/>.

Финансы и экономика [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://fmans.rusba.ru>.

Эксперт [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.expert.ru>.

Электронная библиотека ФГБОУ ВО «НГПУ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://lib.nspu.ru/>

#### **4.3.3. Методическое обеспечение**

Персональные сайты преподавателей университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://prepod.nspu.ru/course/>



#### 4.4. Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

Очная форма обучения, срок обучения – 2 года

№ п/п	Тема дисциплины	Задание для самостоятельной работы	Трудоемкость задания, ч	Перечень учебно-методического обеспечения (номера источников из п.п. 4.1–4.3)
1	2	3	4	5
1	Тема 1. Современное понимание оценки стоимости бизнеса, ее принципов, целей, задач и области применения	Подготовка вопросов к занятию. Подготовка к тестированию Подготовка реферата	22	1, 2, 3, 7, 8, 14, 16, 18, 20, 22, 25–28
2	Тема 2. Обоснование стоимости бизнеса на основе методов доходного подхода	Подготовка вопросов к занятию. Подготовка к тестированию Подготовка реферата Выполнение практического задания	22	1, 2, 3, 8, 10, 12, 14, 17, 18, 23, 24, 25, 26, 28
3	Тема 3. Обоснование стоимости бизнеса на основе сравнительного и имущественного подходов к оценке	Подготовка вопросов к занятию. Подготовка к тестированию Подготовка реферата Выполнение практического задания	22	1, 2, 3, 9, 10, 13, 14, 17, 19, 20, 24, 25, 26, 27
4	Тема 4. Оценка стоимости предприятия как действующего, бизнес-линии, многономенклатурной фирмы	Подготовка вопросов к занятию. Подготовка к тестированию. Подготовка реферата. Выполнение практического задания.	22	1, 2, 3, 9, 10, 12, 14, 15, 18, 19, 21, 23, 25
5	Тема 5. Оценка стоимости акционерного капитала и долевых участия в предприятии	Подготовка вопросов к занятию. Подготовка к тестированию. Подготовка реферата. Выполнение практического задания.	22	1, 2, 3, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 17, 20, 21, 23, 25, 26
6	Тема 6. Взаимосвязь оценки стоимости предприятия (бизнеса) и современной системы управления предприятием	Подготовка вопросов к занятию. Подготовка к тестированию. Подготовка реферата.	22	1, 2, 3, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 17, 20, 21, 23, 25–28

Окончание табл. 3

1	2	3	4	5
7	Тема 7. Оценка стоимости бизнеса в концепции управления стоимостью предприятия	Подготовка вопросов к занятию. Подготовка к тестированию. Подготовка реферата. Выполнение практического задания.	24	1, 2, 3, 9, 11, 12, 14, 15, 17, 20, 21, 23, 25, 26
<b>Итого</b>			<b>156</b>	

#### 4.5. Выполнение курсовой работы (проекта)

Курсовая работа по данной дисциплине не предусмотрена.

### 5. РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 5.1. Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (табл. 4, 5).

Таблица 4

#### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Графические редакторы	Paint
Операционные системы	MicrosoftWindows
Офисные программы	MicrosoftOffice
Правовые информационные системы	Консультант Плюс
	Гарант

Таблица 5

#### Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
Система видеоконференцсвязи	Lifesize
Платформа для проведения вебинаров	Adobeconnect
Системы тестирования	Moodle-тестирование
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте Видеолетопись НГПУ <a href="http://tv-news.nspu.ru">http://tv-news.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте НГПУ-онлайн <a href="http://live.nspu.ru">http://live.nspu.ru</a>

## 5.2. Материально-техническая база

Таблица 6

### Материально-техническая база

Помещения для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
1	2	3
Аудитории для проведения лекционных занятий		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллюйская, 28
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Итоговый контроль по дисциплине (промежуточная аттестация) осуществляется в форме *зачета с оценкой*.

Фонд оценочных средств согласуется с дескрипторами, представленными в табл. 1.

Оценка *«отлично»* ставится, если магистрант логично и доказательно раскрывает вопросы, заданные на зачете, ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубокой, полнотой, уверенностью магистранта; своевременно выполнен реферат; промежуточное тестирование выполнено на «хорошо» или «отлично».

Оценка *«хорошо»* ставится, если знания имеют достаточный уровень, однако отличаются слабой структурированностью; раскрыто содержание вопросов, но в ответе имеют место несущественные ошибки, которые магистрант способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; своевременно выполнен реферат; промежуточное тестирование выполнено на «хорошо» или «удовлетворительно».

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью, содержание заданных вопросов раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на вопросы; реферат выполнен; промежуточное тестирование выполнено минимум на «удовлетворительно».

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обнаружено незнание или непонимание магистрантом сущностной части управления корпоративными финансами; допускаются существенные ошибки, которые магистрант не может исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов магистрант затрудняется дать ответ, или не дает верных ответов; реферат выполнен; промежуточное тестирование выполнено на «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

## 6.1. Реферат

*Этапы контроля:* темы 1–7.

*Форма проведения контроля:* публичная защита с презентацией.

*Метод оценивания:* экспертный.

### Примерная тематика рефератов

1. Понятие недвижимости в зарубежном законодательстве.
2. Основные черты и особенности отдельных видов объектов недвижимости.
3. Правовое регулирование недвижимости.
4. Предприятие как имущественный комплекс.
5. Рента как способ передачи жилой недвижимости.
6. Особенности договора аренды недвижимого имущества.
7. Основные этапы процедуры государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним.
8. Зарождение и развитие российского рынка недвижимости.
9. Рынок недвижимости и его особенности.
10. Рынок коммерческой недвижимости: состояние и тенденции развития.
11. Аналитический обзор рынка жилой недвижимости.
12. Современное состояние рынка недвижимости г. Новосибирска.
13. Российская и региональная гильдии риэлторов.
14. Риэлторская фирма: роль, функции, оценка деятельности.
15. Управление портфелем вложений в недвижимое имущество.
16. Управление недвижимостью: состояние и перспективы.

17. Проблемы повышения эффективности управления муниципальной недвижимостью.
18. Сервейинг на рынке недвижимости: состояние и перспективы развития.
19. Оценка недвижимости в России.
20. Ценообразование на рынке недвижимости в условиях конкуренции.
21. Приобретение жилой недвижимости за рубежом.
22. Мировые стандарты оценки недвижимости и российский опыт их применения.
23. Современное состояние рынка земельных участков в России.
24. Ипотечное кредитование в РФ: современный опыт и проблемы.
25. Система налогообложения недвижимого имущества в РФ.

### **Требования к выполнению и оформлению реферата**

При выборе темы студент должен исходить из собственных научных интересов, а также учитывать актуальность и практическую значимость рассматриваемой проблемы. Объём – 10–12 страниц печатного текста, шрифт – TimesNewRoman, размер – 14, межстрочный интервал – полуторный. Готовясь к реферативному сообщению необходимо составить план-конспект своего выступления, продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной практикой.

Защита проводится на занятии с публичным обсуждением излагаемых студентом проблем. Обсуждение реферата осуществляется на основе его презентации, выполненной в программе Office Power Point. Преподаватель может по своему усмотрению оценивать реферат без публичной защиты при условии индивидуального консультирования студента по данной теме.

### **Примерная структура реферата**

1. *Введение* – 1стр. Приводятся аргументы в пользу актуальности выбранной темы и ее ценности в изучении данной дисциплины, формируются цели и задачи рефератного исследования.

2. *Основная часть*. Может делиться на разделы. В ней содержится анализ основных отечественных и зарубежных источников, использованных при работе над рефератом; раскрывается и уточняется содержание основных понятий и положений исследуемой проблемы; производится оценка степени теоретической разработанности отдельных аспектов рассматриваемой проблемы.

3. *Заключение* – 1 стр. В нём содержатся основные выводы по теме.

4. *Список литературы*. Включает учебную и научную литературу, использованную при написании реферата. Список должен быть оформлен в соответствии со стандартами. Необходимо использовать: законы РФ, статьи из научных журналов за период последних 3-х лет.

*Критерии оценки результатов выполнения*: оценка «зачтено» ставится при соответствии содержания реферата заявленной теме, грамотном изложении мыслей, оформлении в соответствии с требованиями.

## 6.2. Решение ситуаций

Этапы контроля: тема 2–7.

Форма проведения контроля: письменная.

Метод оценивания: экспертный, зачтено – не зачтено.

### Содержание ситуаций

#### *Ситуация 1.*

Определить с помощью затратного подхода стоимость дачи.

Площадь дома – 115 м<sup>2</sup>.

Стоимость 1 м<sup>2</sup> здания – 12000 рублей.

Площадь гаража – 60 м<sup>2</sup>.

Стоимость 1 м<sup>2</sup> гаража – 7800 рублей.

Стоимость всех других сооружений на даче – 28000 рублей.

Неустраняемый физический износ дачи – 9500 рублей.

Устранимый физический износ – 12000 рублей.

Устранимое функциональное устаревание – 8500 рублей.

Рыночная стоимость земельного участка – 35000 рублей

#### *Ситуация 2.*

Какова общая стоимость офиса, определяемая с помощью затратного подхода, если стоимость участка земли составляет 125000 рублей, полная стоимость воспроизводства здания офиса – 1500000 рублей, общий износ здания – 20 % от восстановительной стоимости.

#### *Ситуация 3.*

Оценить эффективный возраст здания по результатам продаж, если стоимость продажи 750000 рублей, стоимость участка 170000 рублей, а стоимость воспроизводства 740000 рублей. Срок экономической жизни здания 120 лет.

#### *Ситуация 4.*

Определить неустраняемый функциональный износ.

Анализ местного рынка недвижимости показал, что наличие электрообогрева полов дает возможность увеличить годовую арендную плату на 20000 рублей за 1 м<sup>2</sup>. Площадь здания – 700 м<sup>2</sup>, Стоимость системы электрообогрева полов при строительстве здания – 100 млн. руб. Коэффициент капитализации для здания – 12 %.

#### *Ситуация 5.*

Произвести расчет потери стоимости здания, связанное с внешним износом. Повышение уровня шума и запыленности обусловили снижение чистой арендной платы за имущественный комплекс (здание, земля) прилегающий к транспортной магистрали на 500 рублей в месяц за 1 м<sup>2</sup>. Площадь здания – 600 м<sup>2</sup>. Доход от здания составляет 80 % доходов всего имущественного комплекса. Коэффициент капитализации для здания составляет – 12 %.

#### *Ситуация 6.*

Определить стоимость функционального износа за счет недостатков, требующих дообавления, на основе имеющейся информации.

Современные стандарты требуют установки в здании дополнительного оборудования – кондиционера. Стоимость установка кондиционера в существующем здании 150 тыс. руб. Стоимость установки кондиционера в этом здании при его строительстве 110 тыс. руб.

*Ситуация 7.*

Оценщик получил следующую информацию по объекту-аналогу: коэффициент кредитной составляющей равен 0,6; доход на собственный капитал – 15000 руб. в год; стоимость собственных средств – 60000 руб. в год; ставка капитализации для заемных средств составляет 15 %. Определить общий коэффициент капитализации.

*Ситуация 8.*

На момент оценки офиса ставка рефинансирования Банка России составляла 13 %. По мнению эксперта-оценщика, риск капиталовложений в офис равен 5 %. Затраты на управление инвестициями (поиск сфер вложения капитала и пр.) составляет 2 %. Премия за недостаточную ликвидность установлена в размере 3 %. Время, которое потребуется для возврата вложенного капитала, по расчетам типичного инвестора составляет 20 лет. Найти общий коэффициент капитализации.

*Ситуация 9.*

Определить общий коэффициент капитализации, если в процессе финансирования инвестиционного проекта по развитию недвижимости 73 % вложений составляют заемные средства, полученные у заемщика под 18 % годовых. При этом инвестор рассчитывает на 25 % прибыли на вложенный капитал.

*Ситуация 10.*

Определить стоимость земельного участка, для которого наилучшим и наиболее эффективным использованием является строительство бизнес-центра.

Стоимость строительства равна 50000 тыс. руб., чистый операционный доход по прогнозу оценивается в 8200 тыс. руб., коэффициент капитализации для земли и для здания 8 и 10 % соответственно.

*Ситуация 11.*

Определить стоимость объекта недвижимости, приносящего доход, методом капитализации дохода (с использованием коэффициента капитализации).

Через год после покупки недвижимости ожидается доход при вложении капитала в землю 180 тыс. р. и при вложении в здание – 510 тыс. р. Норма доходности при вложении капитала в землю – 17 % и при вложении капитала в здание – 56 %.

*Ситуация 12.*

В здании общей площадью 10000 м<sup>2</sup>, подлежащих аренде, из которых 400 м<sup>2</sup> свободны, а остальные сдаются в аренду за 3200 руб/м<sup>2</sup>, операционные расходы составляют 45 % потенциального валового дохода.

Определить:

- а) потенциальный валовой доход;
- б) действительный валовой доход;
- в) чистый операционный доход.

*Ситуация 13.*

Земельный участок площадью 1265 м<sup>2</sup> куплен сегодня по цене 5000 руб./м<sup>2</sup>. Инвестор ожидает прирост ее стоимости на 4% в год. Предполагаемый период владения равен 10 годам. Какова ожидаемая цена через 10 лет?

*Ситуация 14.*

Требуется оценить однокомнатную квартиру, используя данные о парных продажах (табл. 1).

*Таблица 1*

**Характеристики объектов недвижимости**

Параметр	Оцениваемая квартира	Недавно проданные квартиры		
		№ 1	№ 2	№ 3
Лоджия	+	–	+	–
Этаж/этажность	3/5	1/5	1/5	3/5
Цена продажи, тыс. руб.	–	750	810	900

Расчеты оформите в табл. 2.

*Таблица 2*

**Расчет корректировок на имеющиеся отличия между сравниваемыми квартирами**

Пары продаж	Разница в ценах продаж, тыс. руб.	Причина разницы в ценах продаж

*Ситуация 15.*

Определить стоимость складского помещения, расположенного в Ленинском районе, если известны следующие данные о недавних продажах объектов-аналогов (табл. 3).

*Таблица 3*

**Характеристики объектов-аналогов**

№ продажи	Цена продажи, тыс. руб.	Характеристики относительно объекта оценки		Район
		подъездные пути	пожарно-охранная сигнализация	
1	8500	Хуже на 15 %	Аналогичная	Ленинский
2	10500	Аналогичные	Хуже на 5 %	Центральный
3	9350	Лучше на 10 %	Аналогичная	Советский

Известно также, что складские помещения в Ленинском районе дешевле, чем в Центральном районе, на 10 % и дороже, чем в Советском районе, на 15 %.

Расчет оформить в табл. 4.



## Расчет величины корректировки

№ прода- жи	Цена продажи, тыс. руб.	Корректировки в долях			Скорректированная цена продажи, тыс. руб.
		подъездные пути	пожарно-охранная сигнализация	район	

**6.3. Тестирование**

Этапы контроля: тема 1–7.

Время на выполнение задания: количество тестовых вопросов \* 50 сек.

Форма проведения контроля: тестирование.

*Шкала оценивания:*

1 балл – за правильный ответ на одно тестовое задание;

0 баллов – за неправильный ответ на одно тестовое задание.

С учетом количества тестовых заданий (двадцать), максимально возможное количество баллов за данный этап зачета составляет 20 баллов.

Критерии оценки результатов выполнения: верно выполнено более 65 % заданий – *зачтено*; менее 65 % – *не зачтено*.

**Примерные варианты**

1. По своему составу являются сложными объекты недвижимости:
  - а) леса;
  - б) участки недр;
  - в) космические объекты;
  - г) предприятие;
  - д) многолетние насаждения.
  
2. В основу разграничения имущества на движимое и недвижимое положены следующие критерии:
  - а) прочная связь с землей;
  - б) невозможность регистрации в установленном порядке;
  - в) наличие дохода от использования;
  - г) отнесение имущества к разряду недвижимого в силу закона.
  
3. В соответствии со ст.130,132 ГК РФ к недвижимости относятся следующие объекты:
  - а) земельные участки;
  - б) здания и сооружения;
  - в) денежные средства на расчетном счете в банке;
  - г) сырье и материалы;
  - д) участки недр;
  - е) космические объекты;
  - ж) инвентарь.
  
4. Деление имущества на движимое и недвижимое было восстановлено:

- а) Гражданским кодексом РФ;
  - б) Основами гражданского законодательства Союза ССР и республик;
  - в) ФЗ «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним»;
  - г) ФЗ «О собственности в РСФСР».
5. Не являются сооружениями:
- а) шахты;
  - б) дороги;
  - в) стадионы;
  - г) бассейны;
  - д) линии электропередач;
  - е) щитовые домики.
6. К категории зданий относятся:
- а) теплоэлектростанции;
  - б) заводы по утилизации отходов;
  - в) плавучие дома;
  - г) коммерческая недвижимость;
  - д) жилье.
7. Объекты, отнесенные к недвижимости в силу закона – это:
- а) земельные участки;
  - б) нефте- и газопроводы;
  - в) сооружения городского благоустройства;
  - г) космические объекты;
  - д) элитное жилье;
  - е) воздушные и морские суда.
8. К существенным признакам недвижимости относятся:
- а) неидентичность;
  - б) материальность;
  - в) стационарность;
  - г) общественное значение;
  - д) кратковременность кругооборота.
9. Нотариальное удостоверение обязательно для договора:
- а) купли-продажи жилого помещения;
  - б) ипотеки;
  - в) аренды помещения, заключенный на срок более 1 года;
  - г) ренты.
10. В соответствии с законодательной базой предусмотрены два объекта государственной регистрации:
- а) сделки с недвижимым имуществом;
  - б) объекты недвижимости;
  - в) участники сделки;
  - г) вещные права на недвижимое имущество;
  - д) договор купли-продажи недвижимости.

11. В структуру кадастрового номера входят:
  - а) номер субъекта Российской Федерации;
  - б) индивидуальный номер налогоплательщика;
  - в) номер административно-территориального образования;
  - г) возраст собственника;
  - д) паспортные данные собственника;
  - е) номер микрорайона;
  - ж) номер земельного участка.
12. К вещным правам относятся:
  - а) право на труд;
  - б) сервитуты;
  - в) право собственности;
  - г) право на отдых;
  - д) право хозяйственного ведения;
  - е) право оперативного управления;
  - ж) право постоянного (бессрочного) пользования земельным участком.
13. Право собственности включает в себя следующие правомочия:
  - а) пользования;
  - б) оперативного управления;
  - в) хозяйственного ведения;
  - г) владения;
  - д) пожизненного наследуемого владения;
  - е) распоряжения.
14. Право пользования чужой вещью в интересах отдельного лица – это:
  - а) рента;
  - б) аренда;
  - в) сервитут;
  - г) дарение;
  - д) завещание.
15. Виды ренты:
  - а) краткосрочная;
  - б) постоянная;
  - в) долгосрочная;
  - д) пожизненная;
  - е) пожизненное содержание с иждивением.

#### **6.4. Зачет**

Форма проведения контроля: письменный ответ на вопросы к зачету.

Метод оценивания: экспертный.

#### **Перечень примерных вопросов для подготовки к зачету**

1. Понятие недвижимости в российском законодательстве.
2. Виды объектов недвижимости.

3. Простые и сложные объекты недвижимости.
4. Основные признаки недвижимости.
5. Свойства недвижимости.
6. Понятие рынка недвижимости.
7. Взаимосвязь рынка недвижимости с другими видами рынков.
8. Виды рынков недвижимости.
9. Специфика формирования цены на объекты недвижимости на первичном и вторичном рынках.
10. Особенности рынка недвижимости.
11. Система рынка недвижимости.
12. Основные задачи системы государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним.
13. Этапы государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним.
14. Вещные права как объекты государственной регистрации
15. Виды сделок с объектами недвижимости.
16. Система управления объектами недвижимости.
17. Функции доверительного управляющего.
18. Оценка стоимости объекта недвижимости как важнейшая функция системы управления.
19. Факторы, влияющие на стоимость объекта недвижимости.
20. Классификация видов стоимости недвижимости.
21. Технология оценки недвижимости.
22. Основные этапы процедуры оценки.
23. Принципы оценки недвижимости, основанные на представлениях пользователя.
24. Принципы оценки недвижимости, связанные с требованиями к земельному участку и находящимися на нем зданиями и сооружениями.
25. Принципы оценки недвижимости, связанные с рыночной средой.
26. Сущность затратного подхода, используемого для оценки стоимости объекта недвижимости.
27. Основные преимущества и недостатки затратного подхода.
28. Сущность доходного подхода к оценке недвижимости.
29. Метод прямой капитализации как один из способов оценки доходной недвижимости.
30. Алгоритм расчёта чистого операционного дохода.
31. Методы расчета коэффициента капитализации.
32. Сущность метода дисконтирования денежного потока.
33. Достоинства и недостатки доходного подхода к оценке недвижимости.
34. Сущность и этапы реализации сравнительного подхода к оценке недвижимости.
35. Основные элементы сравнения, используемые в рамках сравнительного подхода к оценке недвижимости.
36. Методы выполнения корректировок при использовании сравнительного подхода к оценке недвижимости.

*Федосова Т. С., канд. экон. наук, доц.,  
доц. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»;  
Владимиров В. А., ст. препод. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ».*

# ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### 1.1. Цель практики

Закрепление и расширение знаний, полученных обучающимися за время теоретического обучения, а также формирование умения применять их в профессиональной деятельности, совершенствование навыков научно-исследовательской работы, получение необходимых общекультурных и профессиональных компетенций.

### 1.2. Место практики в структуре образовательной программы

Вид практики: учебная

Способ проведения: стационарный

Форма проведения: практика проводится дискретно путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для её проведения.

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц, 216 часов, 4 недели.

### 1.3. Планируемые результаты обучения

Практика направлена на формирование компетенций и результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения

Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине (дескрипторы)	Код результата обучения
1	2	3
<b>ОК-1.</b> Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	<i>Знать:</i> методы анализа, применяемые в сфере услуг; сущность метода научной абстракции применительно к процессу управления; знать процедуры системного анализа и синтеза.	ОК – 1 - з
	<i>Уметь:</i> анализировать и объединять разнообразную информацию, необходимую для принятия решений в сфере управления маркетингом в области услуг, синтезировать знания и информацию, обобщать информацию об опыте конкретных участников сферы услуг.	ОК – 1 - у
	<i>Владеть:</i> навыками абстрактного мышления для реализации маркетинговой политики в сфере услуг; системным видением процессов происходящих в сфере услуг, методами анализа внешних и внутренних связей субъектов сферы услуг.	ОК – 1 - в

1	2	3
<b>ОПК-3.</b> Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	<i>Знать:</i> теоретические основы организации и проведения исследования в профессиональной сфере.	<i>ОПК – 3 - з</i>
	<i>Уметь:</i> обосновать актуальность темы научного исследования;- составить программу научного исследования.	<i>ОПК – 3 - у</i>
	<i>Владеть:</i> навыками разработки программы исследования, методами сбора и анализа информации, обоснования актуальности темы исследования и его практической значимости.	<i>ОПК – 3 - в</i>
<b>ПК-4.</b> Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	<i>Знать:</i> методы обработки информации в исследовании проблем управления.	<i>ПК – 4 - з</i>
	<i>Уметь:</i> организовать и провести наблюдение, собрать необходимую информацию, применить собранную информацию для принятия управленческих решений, выбрать методы анализа, на основе собранной информации провести количественный и качественный анализ при принятии управленческих решений.	<i>ПК – 4 - у</i>
	<i>Владеть:</i> методами сбора и анализа информации для проведения научного исследования, интерпретации результатов исследования, обоснования его практической значимости.	<i>ПК – 4 - в</i>
<b>ПК-7.</b> Способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	<i>Знать:</i> методы, применяемые в исследовании актуальных проблем управления.	<i>ПК – 7 - з</i>
	<i>Уметь:</i> отбирать необходимые источники информации для исследования актуальных проблем управления.	<i>ПК – 7 - у</i>
	<i>Владеть:</i> навыками интерпретации данных отечественных и зарубежных исследователей актуальных проблем управления.	<i>ПК – 7 - в</i>

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Таблица 2

### Содержание практики

Результаты (освоенные дескрипторы) (указать код)	Содержание заданий на практике
Вид (профессиональной) деятельности: научно-исследовательская	
1	2
<i>ОК – 1-з; ОК – 1-у; ОК – 1-в; ОПК – 3-з; ОПК – 3-у; ОПК – 3-в; ПК – 4-з; ПК – 4-у; ПК – 4-в; ПК – 7-з; ПК – 7-у; ПК – 7-в</i>	Обработка и обобщение полученных в ходе практической деятельности результатов, сбор итоговой документации по практике, подготовка и составление отчета

1	2
Вид (профессиональной) деятельности: педагогическая	
	Выполнение практических заданий по месту прохождения практики
Вид (профессиональной) деятельности: организационно-управленческая	
ОК – 1-з; ОК – 1-у; ОК – 1-в; ; ПК – 4-з; ПК – 4-у; ПК – 4-в;	Подбор организации для прохождения практики, ознакомление со сроками практики, обязанностями сторон, определение направлений деятельности студента, ознакомление с обязательным пакетом документов и формами отчетности по практике
Вид (профессиональной) деятельности: аналитическая	
ОК – 1-з; ОК – 1-у; ОК – 1-в; ПК – 7-з; ПК – 7-у; ПК – 7-в	Сбор и анализ данных для подготовки отчета по практике, составление аналитического отчета по практике

Таблица 3

## Технологическая карта практики

№ п/п	Этапы практики	Виды работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Форма отчетности
1	2	3	4
1	Организационно-подготовительный	1.1. Установочная лекция. Вводный инструктаж. Ознакомление с целями, задачами, содержанием практики и требованиями к структуре и оформлению портфолио (2 ч.)	–
		1.2. Подбор научной, учебной, методической литературы в аспекте содержания практики. Ознакомление с возможностями использования статистической информации Госкомстата, статистических органов Новосибирской области, г. Новосибирска, территориальных органов статистики регионов, выступающих объектами статистического исследования магистранта (20 ч.)	Составление библиографического списка
		1.3. Планирование видов работ, которые необходимо выполнить во время практики (4 ч.)	Составление индивидуального плана практики
2	Учебно-производственный	2.1. Ознакомление с основными экономико-статистическими методами анализа социально-экономической деятельности предприятий (организаций) (20 ч)	–
		2.2. Подготовка аналитического материала, выводы и рекомендации по избранному объекту исследования (70 ч.)	Написание раздела (параграфа) отчёта по анализу социально-экономических показателей предприятия (организации)
		2.3. Ознакомление с основными методами прогнозирования (20 ч.)	–

1	2	3	4
		2.4. Составление вариантов прогноза основных социально-экономических показателей деятельности предприятия (организации), выбранного в качестве объекта наблюдения. Обоснование выбора оптимального варианта (70 ч.)	Написание раздела (параграфа) прогноза, изменения основных показателей социально-экономической деятельности предприятия (организации)
3	Заключительный	3.1. Систематизация и анализ собранного материала согласно требований к структуре портфолио, оформление и представление портфолио руководителю практики (10 ч)	Портфолио
<b>ИТОГО</b>			<b>216</b>

### 3. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

#### 3.1. Основная учебная литература

*Басовский, Л. Е.* Современный стратегический анализ : учебник для вузов по направлению «Менеджмент» (магистратура) / Л. Е. Басовский. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 256 с.

*Родионова, Н. В.* Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности. Модуль 1 : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / Н. В. Родионова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 415 с.

Экономический анализ : учебник для вузов / Л. Т. Гиляровская [и др.]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 615 с.

#### 3.2. Дополнительная учебная литература

*Дмитриев, М. Н.* Методология и методика исследований в экономике : учебное пособие / М. Н. Дмитриев. – Нижний Новгород, 2014. – 93 с.

Методы научных исследований в экономике : учебное пособие / А. И. Хорев [и др.]. – Воронеж : Воронежский государственный университет инженерных технологий, 2013. – 127 с.

*Шкляр, М. Ф.* Основы научных исследований : учебное пособие / М. Ф. Шкляр. – 2-е изд. – М. : Дашков и К, 2009. – 244 с.

*Шутов, А. И.* Основы научных исследований : учебное пособие / А. И. Шутов. – Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2013. – 101 с.

*Восколович, Н. А.* Экономика платных услуг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, направлению «Экономика», специальности «Государственное и муниципальное управление» / Н. А. Восколович. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 398 с.

*Галай, А. Г., Чашина, Т. П.* Экономический анализ хозяйственной деятельности : курс лекций / А. Г. Галай, Т. П. Чашина. – М. : Московская государственная академия водного транспорта, 2014. – 81 с.



*Гиляровская, Л. Т., Ендовицкая, А. В.* Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческих организаций : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Финансы и кредит» / Л. Т. Гиляровская, А. В. Ендовицкая. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 159 с.

*Захаров, И.В.* Теория экономического анализа : учебное пособие / И. В. Захаров. – М. : Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, 2015. – 176 с.

*Илюхина, Г. И.* Управленческий анализ в отраслях : учебное пособие / Г. И. Илюхина. – М. : Палеотип, 2009. – 84 с.

*Казакова, Н. А.* Управленческий анализ: комплексный анализ и диагностика предпринимательской деятельности: учеб. – 2 изд., доп. и перераб. / Н. А. Казакова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 261 с.

*Басовский, Л. Е.* Стратегический менеджмент : учебник для вузов по направлению «Менеджмент» / Л. Е. Басовский. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 365 с.

*Федосова, Т. С.* Основы менеджмента : электронное учебно-методическое пособие / Т. С. Федосова ; Новосиб. гос. пед. ун-т, Ин-т открытого дистанционного образования. – Новосибирск : НГПУ, 2015.

Образование и наука : журнал теоретических и прикладных исследований Рос. гос. проф.-пед. ун-т. – Екатеринбург : ФГАОУ ВПО «Рос. гос. проф.-пед. ун-т», 2004.

### **3.3. Интернет-ресурсы**

#### **3.3.1. Ресурсы НГПУ**

*Захаров, И. В.* Теория экономического анализа : учебное пособие / И. В. Захаров. – М. : Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, 2015. – 176 с.

*Дмитриев, М. Н.* Методология и методика исследований в экономике : учебное пособие / М. Н. Дмитриев. – Нижний Новгород, 2014. – 93 с.

*Новиков, А. М., Новиков, Д. А.* Методология научного исследования / А. М. Новиков, Д. А. Новиков. – М. : Либроком, 2010. – 280 с.

*Воронин, А. Д.* Стратегический менеджмент : учебное пособие / А. Д. Воронин, А. В. Королев. – Минск : Вышэйшая школа, 2014. – 176 с.

*Шодоев, И. Н.* Стратегическое планирование : учебное пособие / И. Н. Шодоев, Л. М. Шодоева. – Горно-Алтайск : ГАГУ, 2015. – 168 с.

#### **3.3.2. Ресурсы открытого доступа**

Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.aup.ru>.

Библиотека материалов по экономической тематике [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.libertarium.ru/library>.

Информационно-справочный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.library.ru>.

Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.minfin.ru>.

Коммерсант [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.komrnersant.ru>.

Российский экономический журнал (РЭЖ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rej.guu.ru>.

Российское информационное агентство ФедералПресс [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://fedpress.ru/>.

Сайт «Инвестиции» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://investorov/invest/>

Сайт «Корпоративный менеджмент» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/finanalysis/invest/>.

Финансы и экономика [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://fmans.rusba.ru>.

Эксперт [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.expert.ru>.

Электронная библиотека ФГБОУ ВО «НГПУ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://lib.nspu.ru/>.

#### **4. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ**

*Таблица 4*

##### **Локальные информационные технологии**

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Графические редакторы	Paint
Операционные системы	MicrosoftWindows
Офисные программы	MicrosoftOffice
Правовые информационные системы	Консультант Плюс
	Гарант

*Таблица 5*

##### **Распределенные информационные технологии**

Группа	Наименование
Система видеоконференцсвязи	Lifesize
Платформа для проведения вебинаров	Adobeconnect
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте Видеолетопись НГПУ <a href="http://tv-news.nspu.ru">http://tv-news.nspu.ru</a>

## 5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Таблица 6

### Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

Помещение для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
<b>Аудитории для проведения лекционных занятий</b>		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
<b>Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости</b>		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
<b>Помещения для самостоятельной работы</b>		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31.	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллойская, 28
<b>Помещения для групповых и индивидуальных консультаций</b>		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 6.1. Портфолио-отчет

Контролируемые результаты обучения (коды результатов): ОК – 1-з; ОК – 1-у; ОК – 1-в; ОПК – 3-з; ОПК – 3-у; ОПК – 3-в; ПК – 4-з; ПК – 4-у; ПК – 4-в; ПК – 7-з; ПК – 7-у; ПК – 7-в

Этапы контроля: текущий и промежуточный.

Время на выполнение: 216 часов.

Форма проведения контроля: зачет с оценкой.

Метод оценивания: экспертный.

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков оценивается руководителем по практике на основе представленного портфолио-отчета и очного наблюдения за деятельностью магистранта. За два дня до окончания практики магистрант обязан завершить оформление портфолио и сдать его руководителю практики.

Зачет по практике носит дифференцированный характер и предполагает оценку:

*«удовлетворительно»* – пороговый уровень сформированности компетенций – задания самостоятельной работы (портфолио) выполнены по большей части правильно, неполно, при их выполнении отсутствовала инициатива и ответственность, оформление требует коррекции;

*«хорошо»* – средний уровень сформированности компетенций – задания самостоятельной работы (портфолио) выполнены добросовестно, преимущественно правильно, своевременно, выражена значимость профессиональной деятельности, магистрант адекватно оценивает свои интеллектуальные возможности, действует по известным алгоритмам, имеются незначительные замечания по оформлению;

*«отлично»* – высокий уровень сформированности компетенций – задания самостоятельной работы (портфолио) выполнены на творческом уровне, своевременно, ответственно; выражена значимость профессиональной деятельности, дан глубокий анализ всех компонентов выполненных заданий;

*«неудовлетворительно»* – компетенции не сформированы – задания самостоятельной работы (портфолио) выполнены фрагментарно, к их выполнению магистрант подошел неотчетливо, не справился с большей частью заданий, не проявил интерес к профессиональной деятельности, отсутствует адекватная оценка своих интеллектуальных возможностей. Студент, не выполнивший программу практики, получивший неудовлетворительную оценку при защите отчета, направляется повторно на практику.

*Структура портфолио* включает в себя обязательные (отчёт по практике, дневник практики) и необязательные (характеристика от руководителя организации, где проходил практику; приложения к отчёту).

#### Отчёт по практике

Отчёт по практике оформляется студентом самостоятельно с обязательным заполнением *титulyного листа* (приложение 1), *дневника* (приложение 2). Отчет об учебной прак-

тике должен содержать следующие разделы: введение, основная часть, заключение, список использованных источников и литературы, приложения.

Во *введении* указывается:

- цель, место и время прохождения практики;
- краткая характеристика учреждения или фирмы, на базе которых проходила практика;

*Основная часть* отчета по практике включает в себя такие элементы, как:

- последовательность прохождения практики, перечень работ, выполненных в ходе практики;
- описание организации работы в процессе практики;
- описание выполненной работы по разделам программы в обобщенном виде;
- описание выполнения заданий по практике;
- анализ наиболее сложных и характерных случаев, изученных студентом;

В *заключении* (выводах) содержится:

- выводы студента о степени успешности работы учреждения или фирмы.

*Список использованных источников и литературы*, используемой для написания отчета в ходе практической деятельности, может также включать внутренние документы предприятия.

# НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ СЕМИНАР. Часть 1

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### 1.1. Цель практики

Целью практики (научно-исследовательского семинара ч. 1) является овладение современными методами получения, анализа и обобщения информации и формирования навыков самостоятельной научной работы с материалом, являющимся предметом выпускной квалификационной работы магистра.

Исходя из цели, в процессе прохождения практики решаются следующие задачи:

- ведение библиографической работы, в том числе с привлечением информационных технологий;
- выбор и формулирование темы, обоснование ее актуальности;
- постановка цели и задач;
- определение предмета и объекта;
- разработка плана;
- выбор инструментария (методов и средств);
- представление промежуточных результатов и их апробация в ходе участия профильных научных мероприятиях.

### 1.2. Место практики в структуре образовательной программы:

Научно-исследовательский семинар относится к вариативной части блока Б2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)» профильной подготовки учебного плана основной профессиональной образовательной программы подготовки по программе магистратуры по направлению 38.04.02 *Менеджмент*, профиль «*Маркетинг в сфере услуг*». Индекс практики в учебном плане: Б2.Н.

Научно-исследовательский семинар опирается на следующие элементы ОП: Б1.Б.2 Философия образования и науки, Б1.Б.3 Методы исследования в менеджменте, Б1.Б.4 Стратегическое управление в сфере услуг, Б1.Б.5 Маркетинг услуг, Б1.В.ОД.1 Основы научных исследований в профессиональной среде, Б1.В.ДВ.1 Организационная психология, Б1.В.ДВ.2 Управленческая психология.

Научно-исследовательский семинар проходит в структурных подразделениях НГПУ (компьютерных классах, лабораториях и др.), где основной базой практики является кафедра экономики и менеджмента.

Прохождение практики возможно по месту работы обучающегося, если круг выполняемых им обязанностей совпадает с задачами конкретного вида практики.

Общее руководство научно-исследовательской практикой осуществляет заведующий кафедрой экономики и менеджмента (руководитель практики от организации), ответственным за проведение научно-исследовательской практики является научный руководитель обучающегося (руководитель практики от университета).

Форма проведения: научно-исследовательский семинар (ч. 1).

Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетных единиц, 108 часов, 2 недели.

### 1.3. Планируемые результаты обучения

Практика направлена на формирование компетенций ОПК-3, ПК-4, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10 и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

#### Перечень планируемых результатов обучения

Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине (дескрипторы)
1	2
<b>ОПК – 3.</b> Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	<p><i>Знать:</i> базовые понятия и инструменты управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности.</p> <p><i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки; принимать оптимальные управленческие решения.</p> <p><i>Владеть:</i> основными инструментами и методами управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности.</p>
<b>ПК – 4.</b> Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	<p><i>Знать:</i> базовые понятия и методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами.</p> <p><i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки; готовить аналитические материалы по результатам их применения.</p> <p><i>Владеть:</i> количественными и качественными методами проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами.</p>
<b>ПК – 7.</b> Способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученными отечественными и зарубежными исследователями	<p><i>Знать:</i> базовые методы обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления.</p> <p><i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки; готовить аналитические материалы по результатам их применения.</p> <p><i>Владеть:</i> количественными и качественными методами обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления.</p>
<b>ПК – 8.</b> Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	<p><i>Знать:</i> способы презентации результатов проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада.</p> <p><i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки; готовить научный отчет, статью или доклад.</p> <p><i>Владеть:</i> различными способами презентации результатов проведенного исследования.</p>
<b>ПК – 9.</b> Способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	<p><i>Знать:</i> основные способы обоснования актуальности, теоретической и практической значимости избранной темы научного исследования.</p> <p><i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки.</p> <p><i>Владеть:</i> Способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования.</p>

1	2
<p><b>ПК – 10.</b> Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой</p>	<p><i>Знать:</i> основные методы проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой.</p> <p><i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки.</p> <p><i>Владеть:</i> Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.</p>

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Научно-исследовательский семинар осуществляется в форме реального исследовательского проекта, выполняемого обучающимся в рамках утвержденной темы научного исследования по направлению обучения и темы выпускной квалификационной работы (ВКР) магистра с учетом интересов и возможностей учреждения (организации, предприятия), в котором она проводится.

Тема исследовательского проекта может быть определена как самостоятельная часть научно-исследовательской работы, выполняемой в рамках научного направления кафедры Экономики и менеджмента. Содержание практики определяется научным руководителем обучающегося и отражается в его программе.

Работа обучающегося в период практики не должна противоречить логике работы над ВКР:

- определение проблемы, объекта, предмета исследования и объекта наблюдения;
- формулирование цели и задач исследования;
- анализ литературы и исследований по проблеме, подбор необходимых источников по теме (в том числе патентные материалы, научные отчеты, техническая документация и др.);
- составление библиографии;
- формулирование рабочей гипотезы;
- выбор базы проведения исследования;
- определение комплекса методов исследования;
- проведение исследования и интерпретация полученных данных;
- разработка предложений, рекомендаций, направленных на совершенствование работы, практическое внедрение результатов исследовательского проектирования.



## Содержание практики

Результаты (освоенные дескрипторы) (указать код)	Содержание заданий на практике
Научно-исследовательская деятельность	
ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10	<p>Определение цели, места и порядка прохождения практики, формирование индивидуального задания на практику, определение перечня и последовательности работ для реализации индивидуального задания (формирование плана исследования)</p> <p>Индивидуальное задание по научно-исследовательской практике включает формулировку направления исследования, цели и задачи проведения исследования, общий обзор путей и методов решения подобных проблем, существующих в теории и практике управления, рекомендации по источникам информации в соответствии с заданным аспектом научно-исследовательской работы</p> <p>Формулирование частных исследовательских задач. Календарный план исследовательской работы. Разработка индивидуального плана магистранта</p>
ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10	<p>Объектная область, объект и предмет. Выбор темы диссертации. Принципы выбора темы исследования. Тема, проблема и актуальность исследования. Цель и задачи исследования.</p>
ОПК-3, ПК-4, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10	<p>Общее ознакомление с научными источниками в целом по его оглавлению; беглый просмотр содержания; чтение в порядке последовательности расположения материала; выборочное чтение какой-либо части произведения; выписка представляющих интерес материалов; критическая оценка записанного, его редактирование для возможного использования в своей работе. Составление карточки научных источников по теме. Источники:</p> <p>Информационные издания: библиографические, реферативные и обзорные</p> <p>Автоматизированные информационно-поисковым системам, базы и банки данных</p> <p>Тематические указатели и обзоры центральных научно-технических библиотек, библиотеки академий, научно-исследовательских институтов и высших учебных заведений, органов научно-технической информации.</p> <p>Компьютерная сеть Интернет</p>
Аналитическая деятельность	
ОПК-3, ПК-4, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10	<p>Разработка рабочего плана исследования. Обоснование актуальности темы исследования. Формулирование противоречия. Формулирование проблемы. Построение гипотезы</p> <p>Выбор, обоснование метода проведения исследования, сбор теоретического и фактического материалов для исследования, обработка полученных результатов, их анализ, систематизация и осмысление с учетом имеющихся в литературе данных</p>

## Технологическая карта практики 1 семестр

№ п/п	Этапы практики	Виды работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Форма отчетности
1	2	3	4
1	Организация научного исследования	<p>Определение цели, места и порядка прохождения практики, формирование индивидуального задания на практику, определение перечня и последовательности работ для реализации индивидуального задания (формирование плана исследования)</p> <p>Индивидуальное задание по научно-исследовательской практике включает формулировку направления исследования, цели и задачи проведения исследования, общий обзор путей и методов решения подобных проблем, существующих в теории и практике управления, рекомендации по источникам информации в соответствии с заданным аспектом научно-исследовательской работы</p> <p>Формулирование частных исследовательских задач. Календарный план исследовательской работы. Разработка индивидуального плана магистранта</p>	План-график
2	Подготовка к проведению научного исследования	<p>Объектная область, объект и предмет. Выбор темы диссертации. Принципы выбора темы исследования. Тема, проблема и актуальность исследования. Цель и задачи исследования.</p>	Развернутый план научного исследования
3	Изучение научных публикаций (работа с научной литературой)	<p>Общее ознакомление с научными источниками в целом по его оглавлению; беглый просмотр содержания; чтение в порядке последовательности расположения материала; выборочное чтение какой-либо части произведения; выписка представляющих интерес материалов; критическая оценка записанного, его редактирование для возможного использования в своей работе. Составление картотеки научных источников по теме. Источники:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Информационные издания: библиографические, реферативные и обзорные</li> <li>– Автоматизированные информационно-поисковым системам, базы и банки данных.</li> <li>– Тематические указатели и обзоры центральных научно-технических библиотек, библиотеки академий, научно-исследовательских институтов и высших учебных заведений, органов научно-технической информации</li> <li>– Компьютерная сеть Интернет</li> </ul>	Отчет по этапу

1	2	3	4
4	Формулирование научной гипотезы исследования.	Разработка рабочего плана исследования. Обоснование актуальности темы исследования. Формулирование противоречия. Формулирование проблемы. Построение гипотезы Выбор, обоснование метода проведения исследования, сбор теоретического и фактического материалов для исследования, обработка полученных результатов, их анализ, систематизация и осмысление с учетом имеющихся в литературе данных	Отчет по этапу

### 3. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

#### 3.1. Основная учебная литература

*Герчикова, И. Н.* Менеджмент : учебник / И. Н. Герчикова. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 511 с.

*Дмитриев, М. Н.* Методология и методика исследований в экономике : учебное пособие / М. Н. Дмитриев. – Нижний Новгород, 2014. – 93 с.

*Шутов, А. И.* Основы научных исследований : учебное пособие / А. И. Шутов. – Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2013. – 101 с.

#### 3.2. Дополнительная учебная литература

*Анкудинова, Т. В.* Организация научной работы : учебно-методическое пособие / Т. В. Анкудинова. – Горно-Алтайск : ГАГУ, 2013. – 38 с.

*Герасимов, И. Г.* Структура научного исследования: философский анализ познавательной деятельности в науке / И. Г. Герасимов ; Ин-т философии АН СССР. – М. : Мысль, 1985. – 215 с.

*Кара-Мурза, С. Г.* Проблемы организации научных исследований / С. Г. Кара-Мурза ; Ин-т истории естествознания и техники АН СССР. – М. : Наука, 1981. – 205 с.

*Ковалев, А. И.* Маркетинговый анализ / А. И. Ковалев, В. В. Войленко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Центр экономики и маркетинга, 2000. – 256 с.

*Новиков, А. М.* Методология научного исследования / А. М. Новиков, Д. А. Новиков. – М. : Либроком, 2010. – 280 с.

Образование и наука : журнал теоретических и прикладных исследований Рос. гос. проф.-пед. ун-т. – Екатеринбург : ФГАОУ ВПО «Рос. гос. проф.-пед. ун-т», 2004.

Основы научных исследований : учебное пособие по специальности «Менеджмент организации» / Б. И. Герасимов [и др.]. – М. : Форум, 2011. – 272 с.

Основы научных исследований: теория и практика : учебное пособие для вузов / В. А. Тихонов, Н. В. Корнев, В. А. Ворона, В. В. Остроухов. – М. : Гелиос АРВ, 2006. – 352 с.

*Шкляр, М. Ф.* Основы научных исследований : учебное пособие / М. Ф. Шкляр. – 2-е изд. – М. : Дашков и К, 2009. – 244 с.

### 3.3. Интернет-ресурсы

#### 3.3.1. Ресурсы НГПУ

*Федосова, Т. С.* Основы менеджмента : электронное учебно-методическое пособие / Т. С. Федосова ; Новосиб. гос. пед. ун-т, Ин-т открытого дистанционного образования. – Новосибирск : НГПУ, 2015.

*Анкудинова, Т. В.* Организация научной работы : учебно-методическое пособие / Т. В. Анкудинова. – Горно-Алтайск : ГАГУ, 2013. – 38 с.

*Дмитриев, М. Н.* Методология и методика исследований в экономике : учебное пособие / М. Н. Дмитриев. – Нижний Новгород, 2014. – 93 с.

*Новиков, А. М.* Методология научного исследования / А. М. Новиков, Д. А. Новиков. – М. : Либроком, 2010. – 280 с.

*Шутов, А. И.* Основы научных исследований : учебное пособие / А. И. Шутов. – Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2013. – 101 с.

## 4. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

Таблица 4

### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
3D Моделирование	Carrarapro
Научные расчеты	Mathcad
	Maple
Обучение языкам	НордМастер
Операционные системы	MicrosoftWindows
	LinuxUbuntu
	LinuxOpenSUSE
Офисные программы	MicrosoftOffice
	Microsoft PowerPoint
	LibreOffice
	ChemOffice
Графические редакторы	Paint.NET
	GIMP
	Paint

Таблица 5

### Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
Системы тестирования	Система компьютерного адаптивного тестирования
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ: <a href="http://prepod.nspu.ru/">http://prepod.nspu.ru/</a>

## 5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Таблица 6

**Материально-техническая база, необходимая для проведения практики**

Помещение для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
1	2	3
<b>Аудитории для проведения лекционных занятий</b>		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
<b>Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости</b>		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
<b>Помещения для самостоятельной работы</b>		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллойская, 28
<b>Помещения для групповых и индивидуальных консультаций</b>		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 6.1. Портфолио

Контролируемые результаты обучения (коды результатов): ОПК-3, ПК-4, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10.

Этапы контроля: 1 *семестр*

Время на выполнение: подготовка в рамках часов, отведенных на самостоятельную работу; ответ – в ходе зачета (с оценкой).

Форма проведения контроля: устный опрос (собеседование).

Метод оценивания: экспертный.

Структура, перечень работ, включаемых в портфолио:

- 1) план-график организации научного исследования;
- 2) развернутый план научного исследования;
- 3) доклад по результатам работы над выпускной квалификационной работой магистра.

Критерии оценки результатов выполнения самостоятельной работы зависят от её формы.

В целом, следует учитывать такие критерии, как: соответствие задания, в том числе его презентации теме и содержанию научного исследования; научная обоснованность избранной темы; логичность изложения; правильность используемой терминологии (точное употребление терминов и понятий, отсутствие бытовых выражений); уровень ответов на дополнительные вопросы.

*Гольман Т. И., канд. социол. наук,  
доц. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»*

# НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ СЕМИНАР. Часть 2

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### 1.2. Цель практики

Целью практики (научно-исследовательского семинара ч. 2) является овладение современными методами получения, анализа и обобщения информации и формирования навыков самостоятельной научной работы с материалом, являющимся предметом выпускной квалификационной работы магистра.

Исходя из цели, в процессе прохождения практики решаются следующие задачи:

- ведение библиографической работы, в том числе с привлечением информационных технологий;
- выбор и формулирование темы, обоснование ее актуальности;
- постановка цели и задач;
- определение предмета и объекта;
- разработка плана;
- выбор инструментария (методов и средств);
- представление промежуточных результатов и их апробация в ходе участия профильных научных мероприятиях.

### 1.2. Место практики в структуре образовательной программы

Научно-исследовательский семинар относится к вариативной части блока Б2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)» профильной подготовки учебного плана основной профессиональной образовательной программы подготовки по программе магистратуры по направлению 38.04.02 *Менеджмент*, профиль «*Маркетинг в сфере услуг*». Индекс практики в учебном плане: Б2.Н.

Научно-исследовательский семинар опирается на следующие элементы ОП: Б1.Б.2 Философия образования и науки, Б1.Б.3 Методы исследования в менеджменте, Б1.Б.4 Стратегическое управление в сфере услуг, Б1.Б.5 Маркетинг услуг, Б1.В.ОД.1 Основы научных исследований в профессиональной среде, Б1.В.ДВ.1 Организационная психология, Б1.В.ДВ.2 Управленческая психология.

Научно-исследовательский семинар проходит в структурных подразделениях НГПУ (компьютерных классах, лабораториях и др.), либо в научно-исследовательских институтах, где основной базой практики является кафедра экономики и менеджмента.

Прохождение практики возможно по месту работы обучающегося, если круг выполняемых им обязанностей совпадает с задачами конкретного вида практики.

Общее руководство научно-исследовательской практикой осуществляет заведующий кафедрой экономики и менеджмента (руководитель практики от организации), ответственным за проведение научно-исследовательской практики является научный руководитель обучающегося (руководитель практики от университета).

Форма проведения: научно-исследовательский семинар (ч. 2).

Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетных единиц, 108 часов, 2 недели

### 1.3. Планируемые результаты обучения

Практика направлена на формирование компетенций ОПК-3, ПК-4, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10 и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения

Планируемый результат освоения образовательной программы	Планируемый результат обучения по дисциплине (дескрипторы)
1	2
<b>ОПК – 3.</b> Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	<i>Знать:</i> базовые понятия и инструменты управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности.
	<i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки; принимать оптимальные управленческие решения.
	<i>Владеть:</i> основными инструментами и методами управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности.
<b>ПК – 4.</b> Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	<i>Знать:</i> базовые понятия и методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами.
	<i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки; готовить аналитические материалы по результатам их применения.
	<i>Владеть:</i> количественными и качественными методами проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами.
<b>ПК – 7.</b> Способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученными отечественными и зарубежными исследователями	<i>Знать:</i> базовые методы обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления.
	<i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки; готовить аналитические материалы по результатам их применения.
	<i>Владеть:</i> количественными и качественными методами обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления.
<b>ПК – 8.</b> Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	<i>Знать:</i> способы презентации результатов проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада.
	<i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки; готовить научный отчет, статью или доклад.
	<i>Владеть:</i> различными способами презентации результатов проведенного исследования.
<b>ПК – 9.</b> Способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	<i>Знать:</i> основные способы обоснования актуальности, теоретической и практической значимости избранной темы научного исследования.
	<i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки.
	<i>Владеть:</i> Способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования.



1	2
ПК – 10. Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	<i>Знать:</i> основные методы проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой.
	<i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки.
	<i>Владеть:</i> Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Научно-исследовательский семинар осуществляется в форме реального исследовательского проекта, выполняемого обучающимся в рамках утвержденной темы научного исследования по направлению обучения и темы ВКР магистра с учетом интересов и возможностей учреждения (организации, предприятия), в котором она проводится.

Тема исследовательского проекта может быть определена как самостоятельная часть научно-исследовательской работы, выполняемой в рамках научного направления кафедры Экономики и менеджмента. Содержание практики определяется научным руководителем обучающегося и отражается в его программе.

Работа обучающегося в период практики не должна противоречить логике работы над ВКР:

- определение проблемы, объекта, предмета исследования и объекта наблюдения;
- формулирование цели и задач исследования;
- анализ литературы и исследований по проблеме, подбор необходимых источников по теме (в том числе патентные материалы, научные отчеты, техническая документация и др.);
- составление библиографии;
- формулирование рабочей гипотезы;
- выбор базы проведения исследования;
- определение комплекса методов исследования;
- проведение исследования и интерпретация полученных данных;
- разработка предложений, рекомендаций, направленных на совершенствование работы, практическое внедрение результатов исследовательского проектирования.

Таблица 2

### Содержание практики

Результаты (освоенные дескрипторы)	Содержание заданий на практике
1	2
Научно - исследовательская деятельность	
ПК-4, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10	Изучение теоретического материала. Научная статья: понятие, признаки, виды. Принципы формирования названия статьи. Ключевые слова. Описание проблемы. Обзор литературы по теме исследования. Степень проработанности проблемы. Формулировка цели исследования. Методы. Теоретическая база. Результаты

1	2
ОПК-3, ПК-4, ПК-7, ПК-9, ПК-10	Описание объекта и предмета исследования, сбор и анализ информации о предмете исследования, изучение отдельных аспектов рассматриваемой проблемы, статистическая и математическая обработка информации, оформление результатов исследования и их согласование с научным руководителем
Аналитическая деятельность	
ОПК-3, ПК-4, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10	Формулирование выводов по результатам исследования. Подготовка отчета по научно-исследовательской практике (защита)

Таблица 3

### Технологическая карта практики 2 семестр

№ п/п	Этапы практики	Виды работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Форма отчетности
1	Организация текста научной статьи	Изучение теоретического материала. Научная статья: понятие, признаки, виды. Принципы формирования названия статьи. Ключевые слова. Описание проблемы. Обзор литературы по теме исследования. Степень проработанности проблемы. Формулировка цели исследования. Методы. Теоретическая база. Результаты	Тезисы статьи
2	Исследование деятельности учреждений, предприятий, в соответствии с темой научного исследования	Описание объекта и предмета исследования, сбор и анализ информации о предмете исследования, изучение отдельных аспектов рассматриваемой проблемы, статистическая и математическая обработка информации, оформление результатов исследования и их согласование с научным руководителем	Презентация результатов
3	Обработка полученных в ходе исследования данных, их анализ и интерпретация и др.	Формулирование выводов по результатам исследования. Подготовка отчета по научно-исследовательской практике (защита)	Отчет по практике

## 3. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

### 3.1. Основная учебная литература

*Герчикова, И. Н.* Менеджмент : учебник / И. Н. Герчикова. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 511 с.

*Дмитриев, М. Н.* Методология и методика исследований в экономике : учебное пособие / М. Н. Дмитриев. – Нижний Новгород, 2014. – 93 с.

*Шутов, А. И.* Основы научных исследований : учебное пособие / А. И. Шутов. – Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2013. – 101 с.

### **3.2. Дополнительная учебная литература**

*Анкудинова, Т. В.* Организация научной работы : учебно-методическое пособие / Т. В. Анкудинова. – Горно-Алтайск : ГАГУ, 2013. – 38 с.

*Герасимов, И. Г.* Структура научного исследования: философский анализ познавательной деятельности в науке / И. Г. Герасимов ; Ин-т философии АН СССР. – М. : Мысль, 1985. – 215 с.

*Кара-Мурза, С. Г.* Проблемы организации научных исследований / С. Г. Кара-Мурза ; Ин-т истории естествознания и техники АН СССР. – М. : Наука, 1981. – 205 с.

*Ковалев, А. И.* Маркетинговый анализ / А. И. Ковалев, В. В. Войленко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Центр экономики и маркетинга, 2000. – 256 с.

*Новиков, А. М.* Методология научного исследования / А. М. Новиков, Д. А. Новиков. – М. : Либроком, 2010. – 280 с.

Образование и наука : журнал теоретических и прикладных исследований Рос. гос. проф.-пед. ун-т. – Екатеринбург : ФГАОУ ВПО «Рос. гос. проф.-пед. ун-т», 2004.

Основы научных исследований : учебное пособие по специальности «Менеджмент организации» / Б. И. Герасимов [и др.]. – М. : Форум, 2011. – 272 с.

Основы научных исследований: теория и практика : учебное пособие для вузов / В. А. Тихонов, Н. В. Корнев, В. А. Ворона, В. В. Остроухов. – М. : Гелиос АРВ, 2006. – 352 с.

*Шкляр, М. Ф.* Основы научных исследований : учебное пособие / М. Ф. Шкляр. – 2-е изд. – М. : Дашков и К, 2009. – 244 с.

### **3.3. Интернет-ресурсы**

#### **3.3.1. Ресурсы НГПУ**

*Федосова, Т. С.* Основы менеджмента : электронное учебно-методическое пособие / Т. С. Федосова ; Новосиб. гос. пед. ун-т, Ин-т открытого дистанционного образования. – Новосибирск : НГПУ, 2015.

*Анкудинова, Т. В.* Организация научной работы : учебно-методическое пособие / Т. В. Анкудинова. – Горно-Алтайск : ГАГУ, 2013. – 38 с.

*Дмитриев, М. Н.* Методология и методика исследований в экономике : учебное пособие / М. Н. Дмитриев. – Нижний Новгород, 2014. – 93 с.

*Новиков, А. М.* Методология научного исследования / А. М. Новиков, Д. А. Новиков. – М. : Либроком, 2010. – 280 с.

*Шутов, А. И.* Основы научных исследований : учебное пособие / А. И. Шутов. – Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2013. – 101 с.

#### 4. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

Таблица 4

##### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
3D Моделирование	Carrarapro
Научные расчеты	Mathcad
	Maple
Обучение языкам	НордМастер
Операционные системы	MicrosoftWindows
	LinuxUbuntu
	LinuxOpenSUSE
Офисные программы	MicrosoftOffice
	Microsoft PowerPoint
	LibreOffice
	ChemOffice
Графические редакторы	Paint.NET
	GIMP
	Paint

Таблица 5

##### Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
Системы тестирования	Система компьютерного адаптивного тестирования
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ: <a href="http://prepod.nspu.ru/">http://prepod.nspu.ru/</a>

#### 5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Таблица 6

##### Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

Помещения для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
1	2	3
Аудитории для проведения лекционных занятий		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилуйская, 28

1	2	3
Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллюйская, 28
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 6.1. Портфолио

Контролируемые результаты обучения (коды результатов): ОПК-3, ПК-4, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10.

Этапы контроля: *2 семестр*

Время на выполнение: подготовка в рамках часов, отведенных на самостоятельную работу; ответ – в ходе зачета (с оценкой).

Форма проведения контроля: устный опрос (собеседование).

Метод оценивания: экспертный.

Структура, перечень работ, включаемых в портфолио:

- 1) доклад по результатам работы над выпускной квалификационной работой магистра;
- 2) статья, отражающая результаты научного исследования.

Критерии оценки результатов выполнения самостоятельной работы зависят от её формы.

В целом следует учитывать такие критерии, как: соответствие задания, в том числе его презентации теме и содержанию ВКР магистра; научная обоснованность избранной темы; логичность изложения; правильность используемой терминологии (точное употребление терминов и понятий, отсутствие бытовых выражений); уровень ответов на дополнительные вопросы.

*Гольман Т. И., канд. социол. наук,  
доц. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»*

# НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ СЕМИНАР. Часть 3

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### 1.1. Цель практики

Целью практики (научно-исследовательского семинара ч. 3) является дальнейшая систематизация и углубление полученных теоретических и прикладных знаний по маркетингу услуг; обобщение и критическая оценка результатов, полученных отечественными и зарубежными исследователями; выявление перспективных направлений в данной области; проведение самостоятельного научного исследования, включая сбор, систематизацию и обработку фактического материала по теме выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

### 1.2. Место практики в структуре образовательной программы

Вид практики: научно-исследовательский семинар (ч. 3)

Способ проведения: организация проведения научно-исследовательского семинара осуществляется непрерывно в течение 2-х недель.

Форма проведения: научно-исследовательская практика проводится в форме стационарной практики в вузе, его структурном подразделении или в иных организациях.

Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетные единицы, 108 часов, 2 недели.

### 1.3. Планируемые результаты обучения

Практика направлена на формирование компетенций и результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения

Планируемый результат освоения образовательной программы	Планируемый результат обучения по дисциплине (дескрипторы)
1	2
<b>ОПК-3.</b> Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<i>Знать:</i> базовые понятия и инструменты управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности
	<i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки; принимать оптимальные управленческие решения
	<i>Владеть:</i> основными инструментами и методами управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности
<b>ПК-4.</b> Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	<i>Знать:</i> базовые понятия и методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами
	<i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки; готовить аналитические материалы по результатам их применения

1	2
	<i>Владеть:</i> количественными и качественными методами проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами
<b>ПК-7.</b> Способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	<i>Знать:</i> базовые методы обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления
	<i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки; готовить аналитические материалы по результатам их применения
	<i>Владеть:</i> количественными и качественными методами обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления
<b>ПК-8.</b> Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	<i>Знать:</i> способы презентации результатов проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада
	<i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки; готовить научный отчет, статью или доклад
	<i>Владеть:</i> различными способами презентации результатов проведенного исследования
<b>ПК-9.</b> Способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	<i>Знать:</i> основные способы обоснования актуальности, теоретической и практической значимости избранной темы научного исследования
	<i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки
	<i>Владеть:</i> Способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования
<b>ПК-10.</b> Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	<i>Знать:</i> основные методы проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой
	<i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки
	<i>Владеть:</i> Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой



## 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Таблица 2

### Содержание практики

Результаты (освоенные дескрипторы)	Содержание заданий на практике
1	2
<b>Научно-исследовательская деятельность</b>	
ПК-4, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10	<ul style="list-style-type: none"> <li>– проработать теоретический материал, необходимый для участия в научно-исследовательском семинаре;</li> <li>– разработать программу исследования теоретических аспектов и проблем маркетинга услуг в соответствии с выбранной темой магистерской диссертации;</li> <li>– подготовить доклад по результатам теоретического (кабинетного) исследования.</li> </ul>
ПК-4, ПК-8, ПК-9, ПК-10	<ul style="list-style-type: none"> <li>– проработать теоретический материал, необходимый для участия в научно-исследовательском семинаре;</li> <li>– подготовить доклад по использованию количественных и качественных методов в прикладных маркетинговых исследованиях.</li> </ul>
<b>Аналитическая деятельность</b>	
ПК-4, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10	<ul style="list-style-type: none"> <li>– подготовить научный отчет по результатам проведенного научного исследования;</li> <li>– подготовить статью по результатам проведенного научного исследования.</li> </ul>
ПК-4, ПК-8, ПК-9, ПК-10	<ul style="list-style-type: none"> <li>– подготовить научный отчет по результатам проведенного научного исследования;</li> <li>– подготовить статью по результатам проведенного прикладного маркетингового исследования.</li> </ul>
<b>Организационно-управленческая деятельность</b>	
ОПК-3, ПК-4	<ul style="list-style-type: none"> <li>– подготовка маркетингового раздела бизнес-плана;</li> <li>– разработка и утверждение системы целевых показателей маркетинговой деятельности объекта исследования (предприятия/организации)</li> <li>– разработка различных видов маркетинговых программ и акций.</li> </ul>
ПК-4	<ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществление контроллинга выполнения маркетинговых планов и программ деятельности предприятия/организации.</li> </ul>
ОПК-3, ПК-4	<ul style="list-style-type: none"> <li>– проработать теоретический материал, необходимый для проведения семинарского занятия в области маркетинг-менеджмента;</li> <li>– проанализировать материалы периодической печати о социальных, этнических, конфессиональных и культурных различиях, используемых в сфере маркетинга услуг.</li> </ul>

## Технологическая карта практики

№ п/п	Этапы практики	Виды работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Форма отчетности
1	Организация научно-исследовательской работы	– проработать теоретический материал, необходимый для выбора и обоснования научно-исследовательской темы; – выбор и обоснование научно-исследовательской темы; – выбор и обоснование методологии научно-исследовательской работы.	Развернутый план (реферат) научного исследования (с презентацией).
2	Выбор формы представления научного исследования	– выбор и обоснование формы представления научного исследования.	Презентация результатов научного исследования
3	Организация работы над магистерской диссертацией	– составление плана (графика) работы над магистерской диссертацией по времени и видам работ.	План-график

## 3. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

## 3.1. Основная учебная литература

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие для вузов по специальности «Маркетинг» / Н. А. Нагапетьянц [и др.] ; под общ. ред. Н. А. Нагапетьянца. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М : Вузовский учебник, 2014. – 282 с.

Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг : учебник для вузов по направлению «Маркетинг услуг» / Т. А. Тультаев. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 208 с.

## 3.2. Дополнительная учебная литература

Березка, Н. Н. Особенности маркетинга образовательных услуг : монография / Н. Н. Березка, Т. В. Красильникова. – Новосибирск : НГПУ, 2016. – 141 с.

Борисова, С. Г. Оценка эффективности маркетинговых решений в сфере образования : монография / С. Г. Борисова. – Новосибирск : НГПУ, 2008. – 156 с.

Борисова, С. Г. Методологические основы управления маркетинговыми активами образовательной организации: монография / С. Г. Борисова. – Новосибирск : НГПУ, 2010. – 214 с.

Дрейвс, Вильям А. Руководство по маркетингу (образовательных услуг) / Вильям А. Дрейвс ; Сеть учебных ресурсов (LERN). – Wisconsin : LERN Books, 2014. – 277 с.

Маркетинг услуг : журнал по маркетингу. – М. : ИД «Гребенников», 2016.

Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал по маркетингу. – М. : ИД «Гребенников», 2016.

## 3.3. Интернет-ресурсы

## 3.3.1. Ресурсы НГПУ

Корнеев, В. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : практикум / В. С. Корнеев. – Калининград : Рос. гос. ун-т им. Иммануила Канта, 2011. – 74 с.

Синяева, И. М. Маркетинг услуг : учебник / И. М. Синяева. – М. : Дашков и К, 2014. – 252 с.

Ступин, А. А. Маркетинг : электронный учебник / А. А. Ступин, Е. Е. Ступина ; Новосиб. гос. пед. ун-т, фак. технологии и предпринимательства. – Новосибирск : НГПУ, 2014.

Цахаев, Р. К. Маркетинг : учебник / Цахаев Р. К. –М. : Дашков и К, 2013. – 552 с.

Электронная библиотека ФГБОУ ВО «НГПУ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://lib.nspu.ru/>

### 3.3.2. Ресурсы открытого доступа

Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elibrary.ru/>.

## 4. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

Таблица 4

### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
3D Моделирование	Carrarapro
Научные расчеты	Mathcad
	Maple
Обучение языкам	НордМастер
Операционные системы	MicrosoftWindows
	LinuxUbuntu
	LinuxOpenSUSE
Офисные программы	MicrosoftOffice
	LibreOffice
	ChemOffice
Графические редакторы	Paint.NET
	GIMP
	Paint

Таблица 5

### Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
Системы тестирования	Система компьютерного адаптивного тестирования
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>

## 5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Таблица 6

### Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

Помещение для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
1	2	3
<b>Аудитории для проведения лекционных занятий</b>		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилуйская, 28
1	2	3
<b>Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости</b>		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилуйская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилуйская, 28
<b>Помещения для самостоятельной работы</b>		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилуйская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31	библиотека, учебный корпус 1, ул. Вилуйская, 28
<b>Помещения для групповых и индивидуальных консультаций</b>		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилуйская, 28

## **6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### **6.1. Портфолио**

Контролируемые результаты обучения (коды результатов): ОПК-3, ПК-4, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10.

Этапы контроля: 3 семестр

Время на выполнение: подготовка в рамках часов, отведенных на самостоятельную работу; ответ – в ходе зачета (с оценкой).

Форма проведения контроля: устный опрос (собеседование).

Метод оценивания: экспертный.

Структура, перечень работ, включаемых в портфолио:

- 1) доклад по результатам проведенного научного исследования;
- 2) статья, отражающая результаты проведенного научного исследования;
- 3) научный отчет по результатам проведенного научного исследования.

Критерии оценки результатов выполнения самостоятельной работы зависят от её формы. Следует учитывать такие критерии, как: соответствие задания, в том числе его презентации теме и содержанию работы; логичность изложения (правильное сочетание основных и вспомогательных вопросов, их взаимосвязь); правильность используемой управленческой, в т. ч. маркетинговой лексики (точное употребление терминов и понятий, отсутствие бытовых выражений); форма выступления (эмоциональность, использование ТСО и т. п.); уровень ответов на дополнительные вопросы

*Борисова С. Г., д-р экон. наук, доц.,  
проф. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»*

# НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ СЕМИНАР. Часть 4

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### 1.1. Цель практики

Целью практики (научно-исследовательского семинара ч. 4) является дальнейшая систематизация и углубление полученных теоретических и прикладных знаний по маркетингу услуг; обобщение и критическая оценка результатов, полученных отечественными и зарубежными исследователями; выявление перспективных направлений в данной области; проведение самостоятельного научного исследования, включая сбор, систематизацию и обработку фактического материала по теме выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

### 1.2. Место практики в структуре образовательной программы

Вид практики: научно-исследовательский семинар (ч. 4)

Способ проведения: организация проведения научно-исследовательского семинара осуществляется непрерывно в течение 8-ми недель.

Форма проведения: научно-исследовательская практика проводится в форме стационарной практики в вузе, его структурном подразделении или в иных организациях.

Общая трудоемкость практики составляет 4 зачетные единицы, 432 часа (в т.ч. 8 часов – лекции), 8 недель.

### 1.3. Планируемые результаты обучения

Практика направлена на формирование компетенций и результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения

Планируемый результат освоения образовательной программы	Планируемый результат обучения по дисциплине (дескрипторы)
1	2
<b>ОПК-3.</b> Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<i>Знать:</i> базовые понятия и инструменты управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности.
	<i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки; принимать оптимальные управленческие решения.
	<i>Владеть:</i> основными инструментами и методами управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности.
<b>ПК-4.</b> Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	<i>Знать:</i> базовые понятия и методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами.
	<i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки; готовить аналитические материалы по результатам их применения.

1	2
	<i>Владеть:</i> количественными и качественными методами проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами.
<b>ПК-7.</b> Способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	<i>Знать:</i> базовые методы обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления.
	<i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки; готовить аналитические материалы по результатам их применения.
	<i>Владеть:</i> количественными и качественными методами обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления.
<b>ПК-8.</b> Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	<i>Знать:</i> способы презентации результатов проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада.
	<i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки; готовить научный отчет, статью или доклад.
	<i>Владеть:</i> различными способами презентации результатов проведенного исследования.
<b>ПК-9.</b> Способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	<i>Знать:</i> основные способы обоснования актуальности, теоретической и практической значимости избранной темы научного исследования.
	<i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки.
	<i>Владеть:</i> Способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования.
<b>ПК-10.</b> Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	<i>Знать:</i> основные методы проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой.
	<i>Уметь:</i> применять на практике полученные знания и навыки.
	<i>Владеть:</i> Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Таблица 2

### Содержание практики

Результаты (освоенные дескрипторы)	Содержание заданий на практике
1	2
Научно - исследовательская деятельность	
ПК-4, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10	<ul style="list-style-type: none"> <li>– проработать теоретический материал, необходимый для участия в научно-исследовательском семинаре;</li> <li>– подведение итогов исследования теоретических аспектов и проблем маркетинга услуг в соответствии с выбранной темой магистерской диссертации;</li> <li>– подготовить доклад по итогам теоретического исследования.</li> </ul>

1	2
ПК-4, ПК-8, ПК-9, ПК-10	– проработать теоретический материал, необходимый для участия в научно-исследовательском семинаре; – подготовить доклад по результатам проведенного маркетингового исследования.
Аналитическая деятельность	
ПК-4, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10	– подготовить научный отчет по результатам проведенного научного исследования; – подготовить статью по результатам проведенных теоретических маркетинговых исследований.
ПК-4, ПК-8, ПК-9, ПК-10	– подготовить научный отчет по результатам проведенного научного исследования; – подготовить статью по результатам проведенного маркетингового исследования.
Организационно – управленческая деятельность	
ОПК-3, ПК-4	– разработка маркетингового раздела бизнес-плана в соответствии с избранной темой магистерской диссертации; – разработка и утверждение системы целевых показателей маркетинговой деятельности объекта исследования (предприятия/организации); – разработка различных видов маркетинговых программ и акций в соответствии с избранной темой магистерской диссертации.
ПК-4	– осуществление контроллинга выполнения маркетинговых планов и программ деятельности предприятия/организации.
ОПК-3, ПК-4	– проработать теоретический материал, необходимый для проведения семинарского занятия в области маркетинг-менеджмента; – проанализировать материалы периодической печати о социальных, этнических, конфессиональных и культурных различиях, используемых в сфере маркетинга услуг.

Таблица 3

## Технологическая карта практики

№ п/п	Этапы практики	Виды работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Форма отчетности
1	2	3	4
1	Подведение итогов научно-исследовательской работы над теоретической частью магистерской диссертации	– проработать теоретический материал, необходимый для научно-исследовательской работы по избранной теме диссертации; – написание введения и теоретической части магистерской диссертации.	План, введение и текст 1-й главы магистерской диссертации
2	Подведение итогов аналитической части магистерской диссертации	– исследование объекта по системе показателей, соответствующих теме магистерской диссертации; – анализ полученных результатов исследования и формулировка выводов.	Текст 2-й главы (аналитическая часть)



1	2	3	4
3	Окончание работы над прикладной частью магистерской диссертации	– разработка практической части магистерской диссертации (например, перспективных направлений совершенствования маркетинга услуг компании или разработка рекомендаций/мероприятий по повышению его продуктивности для конкретной компании/организации).	Текст 3-й главы (практическая часть)
4	Подготовка к защите магистерской диссертации	– подготовка текста магистерской диссертации, в том числе заключение и библиографию; – подготовка к защите диссертации, включая презентацию её основных положений и всю дополнительную документацию.	Полный текст магистерской диссертации

### 3. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

#### 3.1. Основная учебная литература

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие для вузов по специальности «Маркетинг» / Н. А. Нагапетьянц [и др.]. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М : Вузовский учебник, 2014. – 282 с.

Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг : учебник для вузов по направлению «Маркетинг услуг» / Т. А. Тультаев. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 208 с.

#### 3.2. Дополнительная учебная литература

Березка, Н. Н. Особенности маркетинга образовательных услуг : монография / Н. Н. Березка, Т. В. Красильникова. – Новосибирск : НГПУ, 2016. – 141 с.

Борисова, С. Г. Оценка эффективности маркетинговых решений в сфере образования : монография / С. Г. Борисова. – Новосибирск : НГПУ, 2008. – 156 с.

Борисова, С. Г. Методологические основы управления маркетинговыми активами образовательной организации: монография / С. Г. Борисова. – Новосибирск : НГПУ, 2010. – 214 с.

Дрейвс, Вильям А. Руководство по маркетингу (образовательных услуг) / Вильям А. Дрейвс ; Сеть учебных ресурсов (LERN). – Wisconsin : LERN Books, 2014. – 277 с.

Маркетинг услуг : журнал по маркетингу. – М. : ИД «Гребенников», 2016.

Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал по маркетингу. – М. : ИД «Гребенников», 2016.

#### 3.3. Интернет-ресурсы

##### 3.3.1. Ресурсы НГПУ

Корнеевец, В. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : практикум / В. С. Корнеевец. – Калининград : Рос. гос. ун-т им. Иммануила Канта, 2011. – 74 с.

Синяева, И. М. Маркетинг услуг : учебник / И. М. Синяева. – М. : Дашков и К, 2014. – 252 с.

Ступин, А. А. Маркетинг : электронный учебник / А. А. Ступин, Е. Е. Ступина ; Новосибир. гос. пед. ун-т, фак. технологии и предпринимательства. – Новосибирск : НГПУ, 2014.

Цахаев, Р. К. Маркетинг : учебник / Р. К. Цахаев. – М. : Дашков и К, 2013. – 552 с.

Электронная библиотека ФГБОУ ВО «НГПУ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://lib.nspu.ru/>

### 3.3.2. Ресурсы открытого доступа

Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elibrary.ru/>.

## 4. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

Таблица 4

### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
3D Моделирование	Carrarapro
Научные расчеты	Mathcad
	Maple
Обучение языкам	НордМастер
Операционные системы	MicrosoftWindows
	LinuxUbuntu
	LinuxOpenSUSE
Офисные программы	MicrosoftOffice
	LibreOffice
	ChemOffice
Графические редакторы	Paint.NET
	GIMP
	Paint

Таблица 5

### Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
Системы тестирования	Система компьютерного адаптивного тестирования
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>

## 5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Таблица 6

### Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

Помещение для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
<b>Аудитории для проведения лекционных занятий</b>		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100.	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
<b>Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости</b>		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30.	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30.	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
<b>Помещения для самостоятельной работы</b>		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30.	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31.	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллойская, 28
<b>Помещения для групповых и индивидуальных консультаций</b>		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30.	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 6.1. Портфолио

Контролируемые результаты обучения (коды результатов): ОПК-3, ПК-4, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10.

Этапы контроля: 4 семестр

Время на выполнение: подготовка в рамках часов, отведенных на самостоятельную работу; ответ – в ходе зачета (с оценкой).

Форма проведения контроля: устный опрос (собеседование).

Метод оценивания: экспертный.

Структура, перечень работ, включаемых в портфолио:

- 1) доклад по результатам работы над магистерской диссертацией;
- 2) статья, отражающая результаты над магистерской диссертацией;
- 3) отчет по результатам работы над магистерской диссертацией, включая предоставление полного её текста.

Критерии оценки результатов выполнения самостоятельной работы зависят от её формы. В целом следует учитывать такие критерии, как: соответствие задания, в том числе его презентации теме и содержанию магистерской диссертации; научная обоснованность избранной темы магистерской диссертации; логичность изложения; правильность используемой маркетинговой терминологии (точное употребление терминов и понятий, отсутствие бытовых выражений); форма выступления (эмоциональность, использование ТСО и т. п.); уровень ответов на дополнительные вопросы.

*Борисова С. Г., д-р экон. наук, доц.,  
проф. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»*

# ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ТОМ ЧИСЛЕ ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ)

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа практики разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 *Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки Российской Федерации от 30.03.2015 № 322 и профессиональным стандартом «Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.09.2015 № 608н.

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 *Менеджмент* включает *преподавательскую деятельность в организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования.*

### 1.1. Цель практики

Формирование и развитие компетенций, позволяющих осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с требованиями к уровню подготовки академической магистратуры по направлению «Маркетинг в сфере услуг».

### 1.2. Место практики в структуре образовательной программы

Вид практики: производственная.

Способ проведения: стационарная.

Форма проведения: концентрированная, на базе ФГБОУ ВО «НГПУ» при кафедре экономики и менеджмента.

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц, 216 часов, 4 недели.

### 1.3. Планируемые результаты обучения

Практика направлена на формирование компетенций и результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

#### Перечень планируемых результатов обучения

Планируемый результат освоения образовательной программы	Планируемый результат обучения по дисциплине (дескрипторы)	Код результата обучения
1	2	3
<b>ОК-1.</b> Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	<i>Знать:</i> приемы абстрактного мышления, анализа, синтеза; <i>Уметь:</i> анализировать собственную деятельность; <i>Владеть:</i> приемами анализа и синтеза.	<i>ОК-1. Б2.П.1з</i> <i>ОК-1. Б2.П.1у</i> <i>ОК-1. Б2.П.1в</i>

1	2	3
<b>ОК-3.</b> Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<p><i>Знать:</i> возможные сферы и направления саморазвития и самореализации;</p> <p><i>Уметь:</i> выявлять и формулировать цели личного развития исходя из этапов профессионального роста;</p> <p><i>Владеть:</i> приемами самооценки результатов деятельности по решению задач личного совершенствования.</p>	<p>ОК-3. Б2.П.1з</p> <p>ОК3. Б2.П.1у</p> <p>ОК-3. Б2.П.1в</p>
<b>ОПК-2</b> Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<p><i>Знать:</i> основы руководства коллективом в сфере своей профессиональной деятельности;</p> <p><i>Уметь:</i> руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности;</p> <p><i>Владеть:</i> приемами управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности.</p>	<p>ОПК-2.Б2.П.1з</p> <p>ОПК-2.Б2.П.1у</p> <p>ОПК-2.Б2.П.1в</p>
<b>ОПК-3</b> Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	<p><i>Знать:</i> методы проведения исследований;</p> <p><i>Уметь:</i> проводить самостоятельные исследования;</p> <p><i>Владеть:</i> методами проведения самостоятельных исследований.</p>	<p>ОПК-3.Б2.П.1з</p> <p>ОПК-3.Б2.П.1у</p> <p>ОПК-3.Б2.П.1в</p>
<b>ПК-1</b> Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	<p><i>Знать:</i> способы управления проектами;</p> <p><i>Уметь:</i> управлять проектами;</p> <p><i>Владеть:</i> навыками управления проектами.</p>	<p>ПК-1. Б2.П.1з</p> <p>ПК-1. Б2.П.1у</p> <p>ПК-1. Б2.П.1в</p>
<b>ПК-4</b> Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	<p><i>Знать:</i> количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований;</p> <p><i>Уметь:</i> применять количественные и качественные методы для прикладных исследований, готовить аналитические материалы по результатам их применения;</p> <p><i>Владеть:</i> навыками использования количественных и качественных методов исследований.</p>	<p>ПК-4. Б2.П.1з</p> <p>ПК-4. Б2.П.1у</p> <p>ПК-4. Б2.П.1в</p>
<b>ПК-5</b> Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	<p><i>Знать:</i> методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;</p> <p><i>Уметь:</i> применять методы экономического и стратегического анализа;</p> <p><i>Владеть:</i> методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.</p>	<p>ПК-5. Б2.П.1з</p> <p>ПК-5. Б2.П.1у</p> <p>ПК-5. Б2.П.1в</p>

1	2	3
<b>ПК-7</b> Способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	<p><i>Знать:</i> способы оценки результатов исследований актуальных проблем управления, полученных отечественными и зарубежными исследователями;</p> <p><i>Уметь:</i> обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления;</p> <p><i>Владеть:</i> навыками оценки результатов исследований актуальных проблем управления, полученных отечественными и зарубежными исследователями.</p>	<p><i>ПК-7. Б2.П.1 з</i></p> <p><i>ПК-7. Б2.П.1 у</i></p> <p><i>ПК-7. Б2.П.1 в</i></p>
<b>ПК-8</b> Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	<p><i>Знать:</i> средства и приемы представления результатов проведенного исследования;</p> <p><i>Уметь:</i> представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета;</p> <p><i>Владеть:</i> навыками представления результатов проведенного исследования.</p>	<p><i>ПК-8. Б2.П.1з</i></p> <p><i>ПК-8. Б2.П.1у</i></p> <p><i>ПК-8. Б2.П.1в</i></p>
<b>ПК-9</b> Способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	<p><i>Знать:</i> способы обоснования актуальности, теоретической и практической значимости избранной темы научного исследования;</p> <p><i>Уметь:</i> обосновывать актуальность и значимость избранной темы научного исследования;</p> <p><i>Владеть:</i> способами анализа актуальности, и значимости избранной темы научного исследования.</p>	<p><i>ПК-9. Б2.П.1з</i></p> <p><i>ПК-9. Б2.П.1у</i></p> <p><i>ПК-9. Б2.П.1в</i></p>
<b>ПК-10</b> Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	<p><i>Знать:</i> методы проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой;</p> <p><i>Уметь:</i> проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой;</p> <p><i>Владеть:</i> способами анализа проведенных исследований в соответствии с разработанной программой.</p>	<p><i>ПК-10. Б2.П.1з</i></p> <p><i>ПК-10. Б2.П.1у</i></p> <p><i>ПК-10. Б2.П.1в</i></p>
<b>ПК-11</b> Способность разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания	<p><i>Знать:</i> требования к структуре и содержанию учебной программы;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– требования к содержанию методического обеспечения учебной дисциплины;</li> <li>– современные методы преподавания управленческих дисциплин;</li> </ul> <p><i>Уметь:</i> разрабатывать элементы учебных программ; методическое обеспечение управленческих дисциплин, определять методы преподавания учебной дисциплины;</p> <p><i>Владеть:</i> приемами разработки отдельных элементов учебной программы, методического обеспечения управленческих дисциплин, методами преподавания.</p>	<p><i>ПК-11. Б2.П.1з</i></p> <p><i>ПК-11. Б2.П.1у</i></p> <p><i>ПК-11. Б2.П.1в</i></p>

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Таблица 2

### Содержание практики

Трудовые действия профстандарта	Результаты (освоенные дескрипторы) (указать код)	Содержание заданий на практике
1	2	3
<i>Вид (профессиональной) деятельности – педагогическая</i>		
Проведение учебных занятий по программам бакалавриата и ДПП	ОК-1. Б2.П.1 ОК-3. Б2.П.1 ОПК-2. Б2.П.1 ОПК-3. Б2.П.1 ПК-1. Б2.П.1 ПК- 4. Б2.П.1 ПК- 5. Б2.П.1 ПК-7. Б2.П.1 ПК-9. Б2.П.1 ПК-10. Б2.П.1 ПК-11. Б2.П.1	Посещение занятий ведущих преподавателей по профилю подготовки, составление развернутого анализа каждого занятия
		Подбор и анализ основной и дополнительной литературы в соответствии с темой планируемых учебных занятий
		Обработка и систематизация учебно-методического материала по теме планируемых учебных занятий
		Составление план-конспектов планируемых учебных занятий
		Проведение учебных занятий, их самоанализ
Контроль и оценка освоения обучающимися учебных курсов, дисциплин бакалавриата и ДПП	ОК-3. Б2.П.1 ПК-1. Б2.П.1 ПК-5. Б2.П.1 ПК-11. Б2.П.1	Проверка самостоятельных работ студентов (тестов, курсовых работ, рефератов и пр.)
		Подготовка материалов для проверки знаний (умений) студентов по теме планируемого занятия (контрольные вопросы, тесты, задачи, кейсы, тесты и др.)
Разработка и обновление (под руководством специалиста более высокого уровня квалификации) дисциплин программ бакалавриата и ДПП	ОК-1. Б2.П.1 ОПК-2. Б2.П.1 ПК-1. Б2.П.1 ПК-4. Б2.П.1 ПК-10. Б2.П.1 ПК-11. Б2.П.1	Изучение документации, регламентирующей учебный процесс.
		Изучение учебных планов и программ, принципов их составления.
		Разработка фрагмента рабочей программы дисциплины (включающего планируемые учебные занятия)
Разработка и обновление (под руководством специалиста более высокого уровня квалификации) учебно-методических материалов для проведения учебных занятий по преподаваемым учебным дисциплинам программ бакалавриата и ДПП	ОК-1. Б2.П.1 ОК-3. Б2.П.1 ОПК-3. Б2.П.1 ПК-1. Б2.П.1 ПК-4. Б2.П.1 ПК-5. Б2.П.1 ПК-7. Б2.П.1 ПК-10. Б2.П.1 ПК-11. Б2.П.1	Изучение, анализ учебно-методических материалов, обеспечивающих реализацию выбранной учебной дисциплины
		Участие в разработке учебно-методических материалов по выбранной дисциплине
		Разработка под руководством преподавателя кафедры учебно-методических материалов для проведения учебного занятия (мультимедийные презентации, раздаточные материалы, схемы и пр.)



1	2	3
Консультирование обучающихся и их родителей по вопросам профессионального самоопределения, профессионального развития, профессиональной адаптации	ОК-3. Б2.П.1	Индивидуальная работа со студентами, проведение консультаций
	ОПК-2. Б2.П.1	Подготовка плана (сценария) профориентационного мероприятия
	ПК-5. Б2.П.1 ПК-8. Б2.П.1 ПК-11. Б2.П.1	Подготовка отчета о проведении (участии) профориентационного мероприятия

Таблица 3

## Технологическая карта практики

№ п/п	Этапы практики	Виды работы, включая самостоятельную работу студентов	Трудоемкость (в часах)	Форма отчетности
1	2	3	4	5
1	Организационно-подготовительный	1. Установочная лекция. Вводный инструктаж. Ознакомление с целями, задачами, содержанием практики и требованиями к структуре и оформлению портфолио	2	–
		2. Подбор научной, учебной, методической литературы по дисциплине в аспекте содержания практики и по дисциплине, занятия по которой предстоит вести	10	Составление библиографического списка
		3. Планирование видов работ, которые необходимо выполнить во время практики	4	Составление индивидуального плана практики
2	2.1 Основной, эмпирический	1. Знакомство с организационной структурой управления, организацией образовательного процесса на базе практики	10	Аналитическая записка
		2. Изучение и анализ учебных планов и некоторых рабочих программ по дисциплинам, читаемым преподавателями кафедры.	10	ФГОС, проф-стандарт
		3. Изучение учебно-методических материалов по дисциплинам соответствующим направленности магистратуры	15	Аналитическая записка
		4. Изучение опыта преподавания ведущих преподавателей в ходе посещения занятий по дисциплинам, соответствующим направленности магистратуры	25	Анализы посещенных занятий

1	2	3	45	5
	2.2 Основной, проектный	1. Планирование и разработка содержания учебных занятий по одной из дисциплин, имеющей отношение к его исследовательской или практической деятельности	20	План-конспект планируемых занятий
		2. Разработка (обновление) фрагмента рабочей программы дисциплины, (по выбору студента), имеющей отношение к его исследовательской или практической деятельности	10	Фрагмент рабочей программы дисциплины
2		3. Разработка учебно-методического обеспечения к предстоящим занятиям, в т.ч. оценочных средств для проверки результатов обучения	20	Разработанные учебно-методические материалы и оценочные средства
		4. Разработка плана (сценария) профориентационного мероприятия	20	План/сценарий проведения профориентационного мероприятия
	2.3 Основной практический	1. Консультации руководителя практики, обсуждение подготовленных материалов, их корректировка. Анализ проведенных занятий.	20	–
		2. Самостоятельное проведение учебных занятий по учебной дисциплине, их самоанализ	20	Самоанализ проведенного занятия
		3. Проверка самостоятельных работ студентов: тестов, курсовых работ, рефератов. Консультирование студентов	10	–
		4. Проведение (посещение) профориентационного мероприятия	10	Отчет о проведенном (посещенном) профориентационном мероприятии
3	Заключительный	1. Систематизация и анализ собранного материала согласно требований к структуре портфолио, оформление и представление портфолио руководителю практики	10	Портфолио
Итого			216	

### 3. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

#### 3.1. Основная учебная литература

*Матяш, Н. В.* Инновационные педагогические технологии : проектное обучение : учебное пособие для высш. проф. образования / Н. В. Матяш. – М. : Академия, 2012. – 160 с.

*Поташник, М. М.* Управление образованием на муниципальном уровне : пособие для работников органов образования и руководителей образовательных учреждений / М. М. Поташник, А. В. Соложнин. – М. : Педагогическое общество России, 2012. – 480 с.

*Ряписова, А. Г.* Педагогическая практика студентов : учебно-методическое пособие / авт.-сост. А. Г. Ряписова. – Новосибирск : НГПУ, 2012. – 80 с.

#### 3.2. Дополнительная учебная литература

*Андриенко, Е. В.* Педагогический профессионализм : монография / Е. В. Андриенко. – Новосибирск : НГПУ, 2011. – 188 с.

*Клименко, А. В.* Инновационное проектирование оценочных средств в системе контроля качества обучения в вузе : учебное пособие / А. В. Клименко [и др.]. – М. : Московский пед. гос. ун-т, 2014. – 124 с.

*Лавлок, К.* Маркетинг услуг : персонал, технологии, стратегии / К. Лавлок ; пер. с англ. Т. В. Безвенок, О. И. Медведь, Н. Е. Метоль и др. – 4-е изд. – М. : Вильямс, 2005. – 1008 с.

*Лавлок, К., Гаммессон, Э.* Маркетинг услуг – что дальше? В поисках новой парадигмы и свежих веяний / К. Лавлок, Э. Гаммессон ; пер. с англ. Н. Кияченко // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2006. – № 4. – Ч. 3. – С. 354–369.

*Лыгина, Н. И.* Проектируем образовательный процесс по учебной дисциплине в условиях компетентностного подхода : учебное пособие / Н. И. Лыгина, О. В. Макаренко. – Новосибирск : НГТУ, 2013. – 131 с.

*Майдебура, Е. В.* Маркетинг услуг / Е. В. Майдебура. – Киев : ВИРА-Р, 2001. – 574 с.

*Матвеева, Н. С.* Проектирование образовательного процесса в системе СПО : учебное пособие / Н. С. Матвеева ; Новосиб. гос. пед. ун-т. – Новосибирск : НГПУ, 2014. – 90 с.

*Седова, Н. Е.* Основы практической педагогики : учебное пособие для вузов по специальности «Профессиональное обучение (по отраслям)» / Н. Е. Седова. – М. : Сфера, 2008. – 192 с.

*Сергеева, М. Г.* Методические аспекты исследования рынка образовательных услуг при подготовке конкурентоспособного специалиста / М. Г. Сергеева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. – № 6. – С. 92–95.

*Скок, Г. Б.* Как спроектировать учебный процесс по курсу: учебное пособие. – М. : Педагогическое общество России, 2003. – 96 с.

Педагогический профессионализм в современном образовании : материалы VI Международной научно-практической конф. (17–20 февраля 2010 г. Новосибирск) / под науч. ред. В. А. Сластенина, Е. В. Андриенко, П. В. Лепина, А. Д. Герасёва [и др.] ; Междунар. акад. наук пед. образования. – Новосибирск : НГПУ, 2010. – Ч. 3. – 615 с.

*Тультаев, Т. А.* Маркетинг услуг : учебник для вузов по направлению «Маркетинг услуг» / Т. А. Тультаев. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 208 с.

*Турло, Е. М.* Проектирование учебных материалов как показатель качества деятельности преподавателя : дис. ... канд. пед. наук / Е. М. Турло ; науч. рук. Н. П. Абаскалова ; Новосибир. гос. техн. ун-т [и др.]. – Новосибирск, 2009. – 255 с.

Управление проектной деятельностью в образовательном учреждении : учебно-методический комплекс дисциплины по образовательной программе магистратуры «Педагогическое образование», магистерская программа «Образовательный менеджмент» / сост. Н. Н. Журавлева. – Новосибирск : НГПУ, 2012. – 8 с.

*Ширс, А.* Подготовка преподавателей курса менеджмента / А. Ширс ; пер. с англ. А. В. Бегровой, И. В. Бегрова. – М. : Национальный фонд подготовки кадров, 1997. – 174 с.

### **3.3. Интернет-ресурсы**

#### **3.3.1. Ресурсы НГПУ**

*Андриенко, Е. В.* Педагогический профессионализм : монография / Е. В. Андриенко. – Новосибирск : НГПУ, 2011. – 188 с.

*Баранник, А. С.* Эффективные профессиональные коммуникации : учебное пособие / А. С. Баранник ; Новосиб. гос. пед. ун-т, Ин-т филологии, массовой информации и психологии. – Новосибирск : ГЦРО, 2008. – 180 с.

Методические основы разработки основных образовательных программ высшего профессионального образования : монография / Л. А. Барахтенова, Е. Б. Кузнецова, Е. В. Добровольская [и др.] ; под общ. ред. А. Д. Герасёва ; Новосиб. гос. пед. ун-т, Координационный совет по аккредитации при ректоре НГПУ. – Новосибирск : НГПУ, 2010. – 148 с.

*Клименко, А. В.* Инновационное проектирование оценочных средств в системе контроля качества обучения в вузе : учебное пособие / А. В. Клименко [и др.]. – М. : Московский пед. гос. ун-т, 2014. – 124 с.

*Ряписова, А. Г.* Педагогическая практика студентов : учебно-методическое пособие / авт.-сост. А. Г. Ряписова ; Новосиб. гос. пед. ун-т. – Новосибирск : НГПУ, 2012. – 80 с.

*Синяева, И. М.* Маркетинг услуг : учебник / И. М. Синяева. – М. : Дашков и К, 2014. – 252 с.

Управление образовательными системами : учебно-методический комплекс / сост. Т. В. Рюмина ; Новосиб. гос. пед. ун-т, Ин-т открытого дистанционного образования. – Новосибирск : НГПУ, 2011.

#### **3.3.2. Ресурсы открытого доступа**

Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elibrary.ru/>.

Официальный сайт Министерства образования и науки Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [минобрнауки.рф](http://минобрнауки.рф).

Российское образование. Федеральный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.edu.ru/>

Российский общеобразовательный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.school.edu.ru/>

#### 4. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

Таблица 4

##### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Графические редакторы	Paint
Операционные системы	MicrosoftWindows
Офисные программы	MicrosoftOffice
Правовые информационные системы	Консультант Плюс
	Гарант

Таблица 5

##### Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
Система видеоконференцсвязи	Lifesize
Платформа для проведения вебинаров	Adobecconnect
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте Видеолетопись НГПУ <a href="http://tv-news.nspu.ru">http://tv-news.nspu.ru</a>

#### 5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Таблица 6

##### Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

Помещение для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием кол-ва посадочных мест)	Адрес (местоположение)
1	2	3
Помещения для практической работы студентов в соответствии с программой практики		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Аудитории для проведения контроля успеваемости		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28

1	2	3
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллюйская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 6.1. Портфолио-отчет

Контролируемые результаты обучения (коды результатов): ОК-1. Б2.П.1з; ОК-1. Б2.П.1у; ОК-1. Б2.П.1в; ОК-3. Б2.П.1з; ; ОК3. Б2.П.1у; ОК-3. Б2.П.1в; ОПК-2.Б2.П.1з; ОПК-2.Б2.П.1у; ОПК-2.Б2.П.1в; ОПК-3.Б2.П.1з; ОПК-3.Б2.П.1у; ОПК-3.Б2.П.1в; ПК-1. Б2.П.1з; ПК-1. Б2.П.1у; ПК-1. Б2.П.1в; ПК-4. Б2.П.1з; ПК-4.Б2.П.1у; ПК-4. Б2.П.1в; ПК-5. Б2.П.1з; ПК-5. Б2.П.1у; ПК-5. Б2.П.1в; ПК-7. Б2.П.1 з; ПК-7. Б2.П.7 у; ПК-7. Б2.П.1в; ПК-8. Б2.П.1з; ПК-8. Б2.П.1у; ПК-8. Б2.П.1в; ПК-9. Б2.П.1з; ПК-9. Б2.П.1у; ПК-9. Б2.П.1в; ПК-10. Б2.П.1з; ПК-10. Б2.П.1у; ПК-10. Б2.П.1в.

Этапы контроля: текущий и промежуточный.

Время на выполнение: 216 часов.

Форма проведения контроля: зачет с оценкой.

Метод оценивания: экспертный.

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности оценивается руководителем по практике на основе представленного портфолио-отчета и очного наблюдения за деятельностью магистранта. За два дня до окончания практики магистрант обязан завершить оформление портфолио и сдать его руководителю практики.

Зачет по практике носит дифференцированный характер и предполагает оценку:

*«удовлетворительно»* – пороговый уровень сформированности компетенций – задания самостоятельной работы (портфолио) выполнены по большей части правильно, неполно, при их выполнении отсутствовала инициатива и ответственность, оформление требует коррекции;

*«хорошо»* – средний уровень сформированности компетенций – задания самостоятельной работы (портфолио) выполнены добросовестно, преимущественно правильно, своевременно, выражена значимость профессиональной деятельности, магистрант адекватно оценивает свои интеллектуальные возможности, действует по известным алгоритмам, имеются незначительные замечания по оформлению;

*«отлично»* – высокий уровень сформированности компетенций – задания самостоятельной работы (портфолио) выполнены на творческом уровне, своевременно, ответственно;

выражена значимость профессиональной деятельности, дан глубокий анализ всех компонентов выполненных заданий;

*«неудовлетворительно»* – компетенции не сформированы – задания самостоятельной работы (портфолио) выполнены фрагментарно, к их выполнению магистрант подошел неответственно, не справился с большей частью заданий, не проявил интерес к профессиональной деятельности, отсутствует адекватная оценка своих интеллектуальных возможностей. Студент, не выполнивший программу практики, получивший неудовлетворительную оценку при защите отчета, направляется повторно на практику.

### **Перечень работ, включаемых в портфолио**

1. Титульный лист (приложение 1).
2. Дневник прохождения практики (приложение 2).
3. Аналитическая записка по организационной структуре управления образовательной организации, материально-техническому оснащению, методическому обеспечению и документам сопровождения учебного процесса.
4. Разработанный (или обновленный) фрагмент учебной программы дисциплины.
5. Развернутые анализы посещенных занятий (не менее 2, приложение 3).
6. План-конспекты проведенных занятий по выбранной дисциплине (приложение 4).
7. Самоанализ проведенных занятий.
8. Разработанные учебно-методические материалы к проведенным занятиям (мультимедийные презентации, раздаточные материалы, схемы) и оценочных средства для проверки результатов обучения (контрольные вопросы ситуационные задачи, кейсы, тесты).
9. План/сценарий и отчет о проведении/посещении профориентационного мероприятия.

# ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### 1.1. Цель практики

Формирование и развитие профессиональных знаний в сфере избранной специальности, закрепление полученных теоретических знаний по дисциплинам направления и специальным дисциплинам магистерских программ, овладение необходимыми профессиональными компетенциями по избранному направлению специализированной подготовки.

### 1.2. Место практики в структуре образовательной программы

Вид практики: преддипломная.

Способ проведения: выездной.

Форма проведения: практика проводится дискретно путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для её проведения.

Общая трудоемкость практики составляет 15 зачетных единиц, 540 часов, 10 недели.

### 1.3. Планируемые результаты обучения

Практика направлена на формирование компетенций и результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения

Планируемый результат освоения образовательной программы	Планируемый результат обучения по дисциплине (дескрипторы)	Код результата обучения
1	2	3
<b>ОПК-3.</b> Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	<i>Знать:</i> теоретические основы организации и проведения исследования в профессиональной сфере.	ОПК – 3 - з
	<i>Уметь:</i> обосновать актуальность темы научного исследования;- составить программу научного исследования.	ОПК – 3 - у
	<i>Владеть:</i> навыками разработки программы исследования, методами сбора и анализа информации, обоснования актуальности темы исследования и его практической значимости.	ОПК – 3 - в
<b>ПК – 1.</b> Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.	<i>Знать:</i> основы методологии стратегического управления в сфере услуг.	ПК – 1 - з
	<i>Уметь:</i> определять первоочередные задачи стратегического управления в сфере услуг, в том числе в условиях взаимодействия между подразделениями организации, её сотрудниками, контрагентами, а также сетевого взаимодействия.	ПК – 1 - у



1	2	3
	<i>Владеть:</i> Способность к постановке профессиональных управленческих задач по совершенствованию стратегического управления организации.	ПК – 1 - в
ПК – 2. Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию.	<i>Знать</i> основные понятия, концепции и этапы развития стратегического управления; отличия стратегического и оперативного управления; задачи стратегического управления; современные подходы к развитию стратегического управления.	ПК – 2 - з
	<i>Уметь</i> работать в команде; использовать различные подходы в разработке стратегии организации; провести стратегический анализ внешней среды, отрасли и конкурентной ситуации, ресурсов и возможностей организации; выделить стратегические проблемы в развитии организации.	ПК – 2 - у
	<i>Владеть</i> навыками разработки стратегического видения, миссии, корпоративного кодекса; технологией постановки стратегических целей и задач; моделями и методами выбора альтернативных вариантов стратегии.	ПК – 2 - в
ПК – 3. Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	<i>Знать:</i> структуру и методы анализа ценообразования, исходя из которых принимаются управленческие решения.	ПК – 3 - з
	<i>Уметь:</i> анализировать финансовую отчетность.	ПК – 3 - у
	<i>Владеть:</i> навыками оценки экономической эффективности финансово-инвестиционной деятельности в области привлечения и использования капитала.	ПК – 3 - в
ПК-4. Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	<i>Знать:</i> методы обработки информации в исследовании проблем управления.	ПК – 4 - з
	<i>Уметь:</i> организовать и провести наблюдение, собрать необходимую информацию, применить собранную информацию для принятия управленческих решений, выбрать методы анализа, на основе собранной информации провести количественный и качественный анализ при принятии управленческих решений.	ПК – 4 - у
	<i>Владеть:</i> методами сбора и анализа информации для проведения научного исследования, интерпретации результатов исследования, обоснования его практической значимости.	ПК – 4 - в
ПК-5. Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	<i>Знать:</i> методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.	ПК – 5 - з
	<i>Уметь:</i> применять методы экономического и стратегического анализа.	ПК – 5 - у

1	2	3
	Владеть: методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.	ПК – 5 - в
<b>ПК – 6.</b> Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	<i>Знать:</i> структуру и методы анализа ценообразования, исходя из которых принимаются управленческие решения.	ПК – 6 - з
	<i>Уметь:</i> анализировать финансовую отчетность.	ПК – 6 - у
	<i>Владеть:</i> навыками оценки экономической эффективности финансово-инвестиционной деятельности в области привлечения и использования капитала.	ПК – 6 - в
<b>ПК-7.</b> Способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	<i>Знать:</i> методы, применяемые в исследовании актуальных проблем управления.	ПК – 7 - з
	<i>Уметь:</i> отбирать необходимые источники информации для исследования актуальных проблем управления.	ПК – 7 - у
	<i>Владеть:</i> навыками интерпретации данных отечественных и зарубежных исследователей актуальных проблем управления.	ПК – 7 - в
<b>ПК-8.</b> Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	<i>Знать:</i> средства и приемы представления результатов проведенного исследования.	ПК – 8 - з
	<i>Уметь:</i> представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета.	ПК – 8 - у
	<i>Владеть:</i> навыками представления результатов проведенного исследования.	ПК – 8 - в
<b>ПК-9.</b> Способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	<i>Знать:</i> способы обоснования актуальности, теоретической и практической значимости избранной темы научного исследования.	ПК – 9 - з
	<i>Уметь:</i> обосновывать актуальность и значимость избранной темы научного исследования.	ПК – 9 - у
	<i>Владеть:</i> способами анализа актуальности, и значимости избранной темы научного исследования.	ПК – 9 - в
<b>ПК-10</b> Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	<i>Знать:</i> методы проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой.	ПК – 10 - з
	<i>Уметь:</i> проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.	ПК – 10 - у
	<i>Владеть:</i> способами анализа проведенных исследований в соответствии с разработанной программой.	ПК – 10 - в

Окончание табл. 1

1	2	3
<b>ПК-11</b> Способность разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания	<i>Знать:</i> требования к структуре и содержанию учебной программы; требования к содержанию методического обеспечения учебной дисциплины; современные методы преподавания управленческих дисциплин;	ПК – 11 - з
	<i>Уметь:</i> разрабатывать элементы учебных программ; методическое обеспечение управленческих дисциплин, определять методы преподавания учебной дисциплины;	ПК – 11 - у
	<i>Владеть:</i> приемами разработки отдельных элементов учебной программы, методического обеспечения управленческих дисциплин, методами преподавания.	ПК – 11 - в

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Таблица 2

### Содержание практики

Результаты (освоенные дескрипторы)	Содержание заданий на практике
Вид (профессиональной) деятельности: научно-исследовательская	
ОПК – 3 – з, ОПК – 3 – у, ОПК – 3 – в, ПК – 4 – з, ПК – 4 – у, ПК – 4 – в, ПК – 8 – з, ПК – 8 – у, ПК – 8 – в, ПК – 9 – з, ПК – 9 – у, ПК – 9 – в, ПК – 10 – з, ПК – 10 – у, ПК – 10 – в,	Обработка и обобщение полученных в ходе практической деятельности результатов, сбор итоговой документации по практике, подготовка и составление отчета
Вид (профессиональной) деятельности: педагогическая	
ПК – 11 – з, ПК – 11 – у, ПК – 11 – в	Выполнение практических заданий по месту прохождения практики
Вид (профессиональной) деятельности: организационно-управленческая	
ПК – 1 – з, ПК – 1 – у, ПК – 1 – в, ПК – 3 – з, ПК – 3 – у, ПК – 3 – в, ПК – 5 – з, ПК – 5 – у, ПК – 5 – в, ПК – 6 – з, ПК – 6 – у, ПК – 6 – в,	Подбор организации для прохождения практики, ознакомление со сроками практики, обязанностями сторон, определение направлений деятельности студента, ознакомление с обязательным пакетом документов и формами отчетности по практике
Вид (профессиональной) деятельности: аналитическая	
ПК – 2 – з, ПК – 2 – у, ПК – 2 – в, ПК – 4 – з, ПК – 4 – у, ПК – 4 – в, ПК – 5 – з, ПК – 5 – у, ПК – 5 – в, ПК – 7 – з, ПК – 7 – у, ПК – 7 – в, ПК – 8 – з, ПК – 8 – у, ПК – 8 – в,	Сбор и анализ данных для подготовки отчета по практике, составление аналитического отчета по практике

## Технологическая карта практики

№ п/п	Этапы практики	Виды работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Форма отчетности
1	Организационно-подготовительный	Формирование индивидуального задания под руководством научного руководителя (20 ч.)	Индивидуальное задание, прикладывается к отчету
2	Основной	Предварительный этап исследования: – определение круга научных проблем для исследования, – обоснование актуальности темы магистерской работы, – изучение специальной литературы, в том числе и иностранной, - написание литературного обзора (100 ч.)	Составление аннотированного списка проработанной литературы. Первый раздел отчета по практике
		Анализ и оценка собранных источников информации для проведения дальнейших экономических расчетов, разработка и обоснование социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов, и методики их расчета (150 ч.)	Второй раздел отчета по практике
		Осуществление сбора, анализа и обобщения материала по теме ВКР, выявление существующих недостатков и причин их возникновения (140 ч.)	Третий раздел отчета по практике
		Оценка и интерпретация полученных результатов. Окончательная проверка гипотез, построение системы предложений и рекомендаций по совершенствованию финансово-хозяйственной деятельности организации, внедрение данных предложений на практике. Анализ данных с учетом внедренных изменений, формулирование окончательных выводов, рекомендации исследуемой организации для более эффективной деятельности (128 ч.)	Четвертый раздел отчета по практике
3	Заключительный	Защита отчета по преддипломной практике (2 ч.)	Отчет по практике
<b>ИТОГО</b>			<b>540</b>

## 3. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

## 3.1. Основная учебная литература

*Басовский, Л. Е.* Современный стратегический анализ : учебник для вузов по направлению «Менеджмент» (магистратура) / Л. Е. Басовский. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 256 с.

*Родионова, Н. В.* Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности. Модуль 1 : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / Н. В. Родионова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 415 с.

Экономический анализ : учебник для вузов/ Л.Т. Гиляровская [и др.]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 615 с.

### **3.2. Дополнительная учебная литература**

*Галай, А. Г.* Экономический анализ хозяйственной деятельности : курс лекций / А. Г. Галай, Т. П. Чашина. – М. : Московская государственная академия водного транспорта, 2014. – 81 с.

*Гиляровская, Л. Т., Ендовицкая, А. В.* Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческих организаций : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Финансы и кредит» / Л. Т. Гиляровская, А. В. Ендовицкая. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 159 с.

*Захаров, И. В.* Теория экономического анализа : учебное пособие / И. В. Захаров. – М. : Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, 2015. – 176 с.

*Илюхина, Г. И.* Управленческий анализ в отраслях : учебное пособие / Г. И. Илюхина. – М. : Палеотип, 2009. – 84 с.

*Казакова, Н. А.* Управленческий анализ: комплексный анализ и диагностика предпринимательской деятельности : учеб. – 2 изд., доп. и перераб. / Н. А. Казакова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 261 с.

*Колодий Н. А.* Новая экономика – экономика ощущений : учебное пособие / Н. А. Колодий. – Томск : Томский политехнический университет, 2013. – 327 с.

*Котельникова, Е. А.* Экономика фирмы : учебное пособие / Е. А. Котельникова. – Саратов: Научная книга, 2012. – 145 с.

*Литвак, Б. Г.* Управленческие решения : практикум / Б. Г. Литвак. – М. : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012. – 448 с.

*Любушин, Н. П.* Экономика организации : учебник для вузов / Н. П. Любушин. – М. : КноРус, 2010. – 304 с.

Менеджмент сегодня : журнал. – М. : ИД «Гребенников», 2015.

*Селезнева, Н. Н.* Финансовый анализ. Управление финансами : учебное пособие для вузов / Н. Н. Селезнева, А. Ф. Ионова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 639 с.

*Токарев, Б. Е.* Маркетинговые исследования : учебник для вузов по специальности «Маркетинг» / Б. Е. Токарев. – М. : ИНФРА-М : МАГИСТР, 2011. – 512 с.

ЭКО : всероссийский экономический журнал / Ин-т экономики и орг. пром. производства СО РАН. – Новосибирск : Наука, 2011.

Экономика фирмы : учебник для вузов / В. А. Максимов, А. В. Ермишина, М. А. Спиридонов [и др.]. – Ростов н/Д.: Феникс, 2009. – 572 с.

Экономика : реферативный журнал / ИНИОН РАН, Центр соц. науч.-информ. исслед. отд. экономики. – М., 2009–2014.

Экономист : ежемесячный научно-практический журнал / М-во экон. развития РФ, ред. журн. «Экономист». – М., 2006–2015.

*Анкудинова, Т. В.* Организация научной работы : учебно-методическое пособие / Т. В. Анкудинова. – Горно-Алтайск : ГАГУ, 2013. – 38 с.

Вопросы статистики : научно-информационный журнал / Федер. служба гос. статистики. – М. : Статистика России, 2010–2014.

*Любкин, А. А.* Количественные методы в экономических исследованиях : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / А. А. Любкин, М. В. Грачева, Ю. Н. Черемных. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 687 с.

Магистерская диссертация: методы и организация исследований, оформление и защита : учебное пособие для вузов по направлению «Экономика» / В. В. Беляев [и др.] ; под ред. В. И. Беляева. – М. : КНОРУС, 2014. – 264 с.

Менеджмент в России и за рубежом : все о теории и практике управления бизнесом, финансами, кадрами... : научный журнал. – М. : Финпресс, 2016.

Менеджмент сегодня : журнал. – М. : ИД «Гребенников», 2015.

*Минашкин, В. Г.* Бизнес-статистика и прогнозирование : учебное пособие / В. Г. Минашкин, Н. А. Садовникова, Р. А. Шмойлова. – М. : Евразийский открытый институт, 2010. – 256 с.

*Новиков, А. М.* Методология научного исследования / А. М. Новиков, Д. А. Новиков. – М. : Либроком, 2010. – 280 с.

Проблемы теории и практики управления : международный журнал : официальное издание / Междунар. науч.-исслед. ин-т проблем управления. – М. : Известия, 2006.

*Реутская, И. В.* Экономическое прогнозирование : конспект лекций для магистрантов направления подготовки «Менеджмент», магистерской программы «Общий и стратегический менеджмент» : учебное пособие / И. В. Реутская. – Краснодар : Южный институт менеджмента, 2013. – 33 с.

*Федосова, Т. С.* Основы менеджмента : электронное учебно-методическое пособие / Т. С. Федосова ; Новосиб. гос. пед. ун-т, Ин-т открытого дистанционного образования. – Новосибирск : НГПУ, 2015.

*Шутов, А. И.* Основы научных исследований : учебное пособие / А. И. Шутов. – Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2013. – 101 с.

*Аакер, Д. А.* Маркетинговые исследования: пер. с англ./ Д. Аакер, В. Кумар, Дж. Дэй. – СПб. : Питер, 2004. – 848 с.

*Анурин, В. Ф.* Маркетинговые исследования потребительского рынка: уникальный отечественный опыт : учебное пособие для вузов по специальности «Маркетинг» / В. Ф. Анурин, И. И. Муромкина, Е. В. Евтушенко. – СПб. : Питер, 2006. – 270 с.

*Басовский, Л. Е.* Маркетинг: учебное пособие для вузов по направлению «Менеджмент» / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 219 с.

*Буяльская, А. К.* Маркетинговые исследования: практикум для всех специальностей ИРСО / А. К. Буяльская, Г. И. Теремило ; Новосиб. гос. пед. ун-т, Ин-т рекламы и связи с общественностью. – Новосибирск: ИРСО, 2006. – 92 с.

*Буяльская, А. К.* Маркетинговые исследования : учебное пособие / А. К. Буяльская, Г. И. Теремило ; Новосиб. гос. пед. ун-т ; ИРСО. – Новосибирск : ИРСО, 2006. – 256 с.

*Голубков, Е. П.* Маркетинговые исследования: теория, методология и практика : учебник / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 2003. – 496 с.

*Дубровин, И. А.* Маркетинговые исследования : учебное пособие для вузов по направлению «Экономика» и экон. специальностям / И. А. Дубровин. – М. : Дашков и К, 2008. – 276 с.

*Каменева, Н. Г.* Маркетинговые исследования : учебное пособие для вузов / Н. Г. Каменева, В. А. Поляков ; Всерос. заочный финансово-экон. ин-т. – М. : Вузовский учебник, 2006. – 439 с.

*Ковалев, А. И.* Маркетинговый анализ. – Кн. 3 (35) / А. И. Ковалев, В. В. Войленко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Центр экономики и маркетинга, 2000. – 256 с.

Количественные методы анализа в маркетинге : case Study / под ред. Т. П. Данько, И. И. Скоробогатых. – СПб. : [и др.] : Питер, 2005. – 384 с.

*Коротков, А. В.* Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров : учебник для вузов по экон. направлениям и специальностям / А. В. Коротков ; Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2014. – 595 с.

*Магомедов, Ш. Ш.* Маркетинговые исследования товаров и услуг : учебное пособие / Ш. Ш. Магомедов. – М. : Дашков и К, 2008. – 296 с.

*Светуньков, С. Г.* Методы маркетинговых исследований : учебное пособие для экон. вузов / С. Г. Светуньков ; С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов. – СПб. : ДНК, 2003. – 352 с.

*Симионова, Н. Е.* Методы анализа рынка : учебное пособие / Н. Е. Симионова. – М. : Экспертное бюро, 2000. – 128 с.

### **3.3. Интернет-ресурсы**

#### **3.3.1. Ресурсы НГПУ**

*Захаров, И. В.* Теория экономического анализа : учебное пособие / И. В. Захаров. – М. : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2015. – 176 с.

*Дмитриев, М. Н.* Методология и методика исследований в экономике : учебное пособие / М. Н. Дмитриев. – Нижний Новгород, 2014. – 93 с.

*Новиков, А. М.* Методология научного исследования / А. М. Новиков, Д. А. Новиков. – М. : Либроком, 2010. – 280 с.

*Воронин, А. Д., Королев, А. Д.* Стратегический менеджмент : учебное пособие / А. Д. Воронин, А. В. Королев. – Минск : Вышэйшая школа, 2014. – 176 с.

*Шодоев, И. Н.* Стратегическое планирование : учебное пособие / И. Н. Шодоев, Л. М. Шодоева ; Горно-Алтайский гос. ун-т. – Горно-Алтайск : ГАГУ, 2015. – 168 с.

*Белявский, И. К.* Маркетинговое исследование : информация, анализ, прогноз : учебное пособие / И. К. Белявский. – М. : Финансы и статистика, 2014. – 320 с.

Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал по маркетингу. – М. : ИД «Гребенников», 2015.

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебно-методический комплекс дисциплины по образовательной программе бакалавриата «Реклама и связи с общественностью», профили: «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере», «Медиакоммуникации» / сост. Д. В. Глебова. – Новосибирск : НГПУ, 2015. – 35 с.

*Родионова, Н. В.* Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности. Модуль 1 : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / Н. В. Родионова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 415 с.

Фролов, Ю. В. Анализ результатов маркетинговых исследований в системе Statistica (на примерах) : учебное пособие / Ю. В. Фролов, О. М. Игрунова. – М. : Русайнс, 2015. – 248 с.

### 3.3.2. Ресурсы открытого доступа

Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.aup.ru>.

Библиотека материалов по экономической тематике [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.libertarium.ru/library>.

Информационно-справочный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.library.ru>.

Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.minfin.ru>.

Коммерсант [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.komrnersant.ru>.

Российский экономический журнал (РЭЖ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rej.guu.ru>.

Российское информационное агентство ФедералПресс [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://fedpress.ru/>.

Сайт «Инвестиции» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://investorov/invest/>

Сайт «Корпоративный менеджмент» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/finanalysis/invest/>.

Финансы и экономика [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://fmans.rusba.ru>.

Эксперт [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.expert.ru>.

Электронная библиотека ФГБОУ ВО «НГПУ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://lib.nspu.ru/>.

## 4. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

Таблица 4

### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Графические редакторы	Paint
Операционные системы	MicrosoftWindows
Офисные программы	MicrosoftOffice
Правовые информационные системы	Консультант Плюс
	Гарант



## Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
Система видеоконференцсвязи	Lifesize
Платформа для проведения вебинаров	Adobconnect
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте Видеолетопись НГПУ <a href="http://tv-news.nspu.ru">http://tv-news.nspu.ru</a>

## 5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

## Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

Помещение для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
1	2	3
Аудитории для проведения лекционных занятий		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллюйская, 28

1	2	3
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 6.1. Портфолио-отчет

Контролируемые результаты обучения (коды результатов): ОПК – 3 – з, ОПК – 3 – у, ОПК – 3 – в, ПК – 1 – з, ПК – 1 – у, ПК – 1 – в, ПК – 2 – з, ПК – 2 – у, ПК – 2 – в, ПК – 4 – з, ПК – 4 – у, ПК – 4 – в, ПК – 5 – з, ПК – 5 – у, ПК – 5 – в, ПК – 6 – з, ПК – 6 – у, ПК – 6 – в, ПК – 7 – з, ПК – 7 – у, ПК – 7 – в, ПК – 8 – з, ПК – 8 – у, ПК – 8 – в, ПК – 9 – з, ПК – 9 – у, ПК – 9 – в, ПК – 10 – з, ПК – 10 – у, ПК – 10 – в, ПК – 11 – з, ПК – 11 – у, ПК – 11 – в

Этапы контроля: текущий и промежуточный.

Время на выполнение: 540 часов.

Форма проведения контроля: зачет с оценкой.

Метод оценивания: экспертный.

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков оценивается руководителем по практике на основе представленного портфолио-отчета и очного наблюдения за деятельностью магистранта. За два дня до окончания практики магистрант обязан завершить оформление портфолио и сдать его руководителю практики.

Зачет по практике носит дифференцированный характер и предполагает оценку:

*«удовлетворительно»* – пороговый уровень сформированности компетенций – задания самостоятельной работы (портфолио) выполнены по большей части правильно, неполно, при их выполнении отсутствовала инициатива и ответственность, оформление требует коррекции;

*«хорошо»* – средний уровень сформированности компетенций – задания самостоятельной работы (портфолио) выполнены добросовестно, преимущественно правильно, своевременно, выражена значимость профессиональной деятельности, магистрант адекватно оценивает свои интеллектуальные возможности, действует по известным алгоритмам, имеются незначительные замечания по оформлению;

*«отлично»* – высокий уровень сформированности компетенций – задания самостоятельной работы (портфолио) выполнены на творческом уровне, своевременно, ответственно; выражена значимость профессиональной деятельности, дан глубокий анализ всех компонентов выполненных заданий;

*«неудовлетворительно»* – компетенции не сформированы – задания самостоятельной работы (портфолио) выполнены фрагментарно, к их выполнению магистрант подошел неответственно, не справился с большей частью заданий, не проявил интерес к профессиональ-

ной деятельности, отсутствует адекватная оценка своих интеллектуальных возможностей. Студент, не выполнивший программу практики, получивший неудовлетворительную оценку при защите отчета, направляется повторно на практику.

*Структура портфолио* включает в себя обязательные (отчёт по практике, дневник практики) и необязательные (характеристика от руководителя организации, где проходил практику; приложения к отчёту).

### **Отчёт по практике**

Отчёт по практике оформляется студентом самостоятельно с обязательным заполнением титульного листа (приложение 1), дневника (приложение 2). Отчет об учебной практике должен содержать следующие разделы: введение, основная часть, заключение, список использованных источников и литературы, приложения.

1. Титульный лист отчета о преддипломной практике (Приложение 1).

2. Дневник прохождения преддипломной практики (Приложение 2)

3. Отчет о выполнении обучающимся задания преддипломной практики.

5. Отзыв руководителя практики от университета и отзыв руководителя практики от организации, содержащий оценку возможности использования результатов научно-практических исследований в научно-исследовательской работе магистранта.

6. Содержательная часть отчета о преддипломной практике, которая должна иметь следующую структуру.

Основная часть.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

Основная часть должна содержать: задачи, стоящие перед магистрантом, проходившим преддипломную практику; последовательность прохождения преддипломной практики, характеристику экономических особенностей и результатов деятельности организации – объекта исследования; краткое описание выполненных научных исследований и сроки их осуществления; описание проведенных теоретических и практических научных исследований, с указанием их направления, видов, методов и способов осуществления; характеристику результатов научных исследований, изложенную исходя из целесообразности в виде текста, таблиц, графиков, схем и др. Заключение должно содержать: оценку полноты поставленных задач; оценку уровня проведенных научных исследований, их теоретическую и практическую значимость; рекомендации по преодолению проблем, выявленных в деятельности организации.

Список использованных источников должен содержать нормативные правовые акты в области менеджмента, маркетинга и экономики, монографии, научные издания, авторефераты диссертаций, учебники, учебные пособия, статьи из профессиональных периодических изданий по тематике разделов отчета о практике и выпускной квалификационной работы. Список должен содержать не менее 50 источников и быть оформлен в соответствии с требованиями.

# ТЕХНОЛОГИЯ КРЕАТИВНОСТИ

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### 1.1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки магистратуры по направлению 38.04.02 *Менеджмент*, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № 322.

Дисциплина является *факультативом* учебного плана образовательной программы, изучается в 1 семестре. Трудоемкость дисциплины: 1 ЗЕ / 36 часов, в том числе 4 часов – контактная работа с преподавателем, 32 часов – самостоятельная работа (табл. 2).

### 1.2. Цели освоения дисциплины

Освоение студентами основных этапов творческого процесса и способов их осуществления, развитие качеств творческой личности и навыков творческого мышления, позволяющих решать профессиональные задачи на более высоком качественном уровне.

### 1.3. Планируемые результаты обучения

Факультатив направлен на формирование компетенций ОК-3 и планируемых результатов обучения, представленных в табл. 1.

Таблица 1

#### Перечень планируемых результатов обучения

Планируемый результат освоения образовательной программы	Планируемый результат обучения по дисциплине (дескрипторы)
<b>ОК-3.</b> Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<i>Знать:</i> способы развития творческого потенциала человека <i>Уметь:</i> моделировать и реализовывать собственную творческую деятельность <i>Владеть:</i> навыками творческого мышления

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Тема 1. Творческая деятельность и творческие способности.

Сущность и природа творчества. Основные подходы к анализу творчества: творческий продукт, творческий процесс, творческая среда, творческая личность. Критерии творчества. Творческая деятельность. Уровни творческой деятельности. Личность в творческом процессе. Творческие способности. Стадии творческого процесса.

## **Тема 2. Творческое мышление и воображение.**

Основные характеристики творческого мышления. Роль сознательного и бессознательного в творческом мышлении. Креативность. Дивергентное мышление. Критическое мышление. Стереотипы мышления. Творческое воображение. Фантазия. Уровни воображения.

## **Тема 3. Техники креативности.**

История развития методов поиска новых решений. Метод проб и ошибок. Методы активизации творческого мышления и техники креативности: Методы коллективного поиска (мозговой штурм, конференция идей, кросс идей, эстафета идей, синектика). Морфологические методы (морфологический анализ, матрицы открытия, десятичная матрица поиска, метод семикратного поиска). Метод случайных ассоциаций (метод каталога, метод фокальных объектов, метод случайных ассоциаций). Метод контрольных вопросов (списки контрольных вопросов А. Осборна, Т. Эйлоарта, Д. Пойа, Р. Кроуфорда, С. Пирсона). Методы направленного поиска. Основы теории решения изобретательских задач (ТРИЗ). Другие методы активизации творческого процесса. Метод ликвидации тупиковых ситуаций. Функционально-стоимостной анализ.

## **Тема 4. Жизненная стратегия творческой личности.**

Методы анализа творческих личностей. Биографии творческих личностей. Качества творческой личности: достойные жизненные цели; умение планировать личное время и контролировать выполнение собственных планов; повышенная работоспособность; знание технологии решения творческих задач; умение сопротивляться жизненным обстоятельствам. Положительные промежуточные результаты творческой деятельности. Пути формирования творческой личности.

## **Тема 5. Развитие творческих коллективов.**

Понятие творческого коллектива. Этапы развития коллектива. Связь этапов развития коллектива с этапами развития Дела коллектива. Характеристика этапов развития коллектива. Типовые противоречия каждого из этапов развития коллектива. Способы формирования творческого коллектива. Способы мотивации коллектива к творческой деятельности коллектива и условия для ее реализации.

## **Тема 6. Организация собственной творческой деятельности.**

Методы рационального восприятия информации. Метод рационального чтения. Методы рационального восприятия аудиовизуальной информации. Методы тренировки внимания и памяти. Методы обработки и хранения информации. Методы рационального использования библиографических источников. Принципы отбора нужной информации. Методы организации рабочего времени. Методы повышения творческой активности.

**Содержание работ по дисциплине  
(очная форма обучения, срок обучения – 2 года)**

Содержание работы	Виды и формы работы, ч				Всего, ч
	контактная работа			самостоятельная работа	
	лекции	лабораторные	практические		
Тема 1. Творческая деятельность и творческие способности				4	4
Тема 2. Творческое мышление и воображение				6	6
Тема 3. Техники креативности		2		4	6
Тема 4. Жизненная стратегия творческой личности				4	4
Тема 5. Развитие творческих коллективов		2		4	6
Тема 6. Организация собственной творческой деятельности				6	6
Выполнение курсовой работы/проекта				4	4
Контроль: <i>зачет</i>					
<b>Итого по дисциплине</b>		<b>4</b>		<b>32</b>	<b>36</b>
В том числе с применением дистанционных образовательных технологий					

**3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ  
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием тем по дисциплине (п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

**4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ  
ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**4.1. Основная учебная литература**

*Козлов, В. В.* Психология творчества / В. В. Козлов. – Саратов : Вузовское образование, 2014. – 72 с.

**4.2. Дополнительная учебная литература, в том числе  
из фондов библиотеки НГПУ**

*Альтов, Г. И.* Тут появился изобретатель / Г. И. Альтов. – М. : Дет. лит. (ряд изданий для детей, начиная с 1984 г.).

*Альтшуллер, Г. С.* Как стать гением: жизненная стратегия творческой личности / Г. С. Альтшуллер, И. М. Верткин. – Минск : Беларусь, 1994.

*Альтшуллер, Г. С.* Поиск новых идей: от озарения к технологии. Теория и практика решения изобретательских задач / Г. С. Альтшуллер, Б. Л. Злотин, А. В. Зусман [и др.]. – Кишинев : Картя Молдовеняске, 1989.

*Ильин, Е. П.* Психология творчества, креативности, одаренности / Е. П. Ильин. – СПб. : Питер, 2012. – 448 с.

*Калошина, И. П.* Большая теорема Ферма и психология творчества : монография / И. П. Калошина. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 319 с.

*Кашапов, М. М.* Психология творческого мышления профессионала : монография / М. М. Кашапов. – М. : Пер Сэ, 2012. – 688 с.

*Королькова, О. О.* Занимательные задания для интеллектуального развития : учебные материалы для пед. вузов / авт.-сост. О. О. Королькова. – Новосибирск : НГПУ, 2009. – 49 с.

*Меерович, М. И.* Технология творческого мышления / М. И. Меерович, Л. И. Шрагина. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – 495 с.

*Микалко, М.* Взламываем стереотипы : 9 стратегий креативного гения / М. Микалко. – СПб. : Питер, 2009. – 352 с.

*Петрова, Н. П.* Творческие решения в бизнесе / Н. П. Петрова. – СПб. : Речь, 2004. – 336 с.

*Эдвард де Боно.* Гениально! Инструменты решения креативных задач / Эдвард де Боно. – М. : Альпина Паблишер, 2016.

### **4.3. Интернет-ресурсы**

#### **4.3.1. Ресурсы НГПУ**

*Козлов, В. В.* Психология творчества / В. В. Козлов. – Саратов : Вузовское образование, 2014. – 72 с.

*Любарт, Тодд.* Психология креативности : учебное пособие / Т. Любарт, К. Муширу, С. Торджан ; [пер. с фр. Д. В. Люсин]. – М. : Когито-Центр, 2009. – 215 с.

*Тихомирова, Т. Н.* Интеллект и креативность в условиях социальной среды / Т. Н. Тихомирова. – М. : Когито-Центр, Институт психологии РАН, 2010. – 230 с.

*Ушаков, Д. В.* Психология интеллекта и одаренности / Д. В. Ушаков ; Ин-т психологии РАН. – М. : Ин-т психологии РАН, 2011. – 464 с.

#### **4.3.2. Ресурсы открытого доступа**

Всё для студента – электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.twirpx.com/>.

#### **4.3.3. Методическое обеспечение**

Персональные сайты преподавателей кафедры экономики и менеджмента университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://prepod.nspu.ru/course/view.php?id=803>.

#### 4.4. Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

Очная форма обучения, срок обучения – 2 года

№ п/п	Тема дисциплины	Задание для самостоятельной работы	Трудоемкость задания, ч	Перечень учебно-методического обеспечения (номера источников из п.п. 4.1–4.3)
1	Тема 1. Творческая деятельность и творческие способности	Анализ литературных источников, интернет-ресурсов. Подготовка письменной аналитической работы по уровням творческой деятельности	4	2, 11, 14, 16
2	Тема 2. Творческое мышление и воображение	Анализ литературных источников, интернет-ресурсов, СМИ. Интернет- тестирование уровня мышления и воображения.	6	6, 8, 10, 13, 16
3	Тема 3. Техники креативности	Изучение материалов по теме, составление конспекта, подготовка к практическому занятию.	4	1, 4, 5, 8, 9
4	Тема 4. Жизненная стратегия творческой личности	Работа с литературой, интернет-ресурсами, СМИ. Подготовка устного выступления по теме занятия.	4	2, 3, 12, 15
5	Тема 5. Развитие творческих коллективов	Работа с литературой, интернет-ресурсами, СМИ по теме занятия	4	2, 10, 13
6	Тема 6. Организация собственной творческой деятельности	Работа с литературой, интернет-ресурсами, СМИ по теме занятия	6	3, 4, 8, 12, 15
<b>Итого</b>			<b>32</b>	

#### 4.5. Выполнение курсовой работы (проекта)

Курсовая работа по данной дисциплине не предусмотрена.



## 5. РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 5.1. Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (табл. 4, 5).

*Таблица 4*

#### Локальные информационные технологии

Группа программных средств	Наименование программного продукта
Графические редакторы	Paint
Операционные системы	MicrosoftWindows
Офисные программы	MicrosoftOffice
Правовые информационные системы	Консультант Плюс
	Гарант

*Таблица 5*

#### Распределенные информационные технологии

Группа	Наименование
Система видеоконференцсвязи	Lifesize
Платформа для проведения вебинаров	Adobeconnect
Системы тестирования	Moodle-тестирование
Библиотеки и образовательные ресурсы	Электронная библиотека НГПУ <a href="http://lib.nspu.ru">http://lib.nspu.ru</a>
	Персональные сайты преподавателей НГПУ <a href="http://prepod.nspu.ru">http://prepod.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте Видеолетопись НГПУ <a href="http://tv-news.nspu.ru">http://tv-news.nspu.ru</a>
	Учебное видео на сайте НГПУ-онлайн <a href="http://live.nspu.ru">http://live.nspu.ru</a>

### 5.2. Материально-техническая база

*Таблица 6*

#### Материально-техническая база

Помещение для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием количества посадочных мест)	Адрес (местоположение)
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Аудитории для проведения лекционных занятий		
Лекционные аудитории	Интерактивная доска, компьютер (с выходом в интернет); проектор, цифровой копировальный аппарат. Количество посадочных мест – 30–100	ауд. 100, 101, 200, 203, 204 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28

1	2	3
Аудитории для проведения практических / семинарских / лабораторных занятий, контроля успеваемости		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерные классы	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 30	ауд. 21, 22 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28
Читальный зал библиотеки НГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест – 31	библиотека, учебный корпус 1, ул. Виллойская, 28
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций		
Аудитории для семинарских и практических занятий	Аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Количество посадочных мест – 25–30	ауд. 23, 27, 28, 30, 104, 202 корпус 2, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 6.1. Зачет

Форма проведения контроля: устный ответ.

Метод оценивания: экспертный.

#### Перечень примерных вопросов для подготовки к зачету

1. Сущность и понятие творчества.
2. Новизна в творчестве. Уровни новизны и творчества.
3. Роль личности в творческом процессе.
4. Творческие способности.
5. Этапы процесса творчества.
6. Роль сознательного и бессознательного в творческом процессе.
7. Метод проб и ошибок.
8. Мозговой штурм и его модификации. Достоинства и недостатки. Область применения.

9. Морфологический анализ. Достоинства и недостатки. Область применения.
10. Метод фокальных объектов. Достоинства и недостатки. Область применения.
11. Метод контрольных вопросов. Достоинства и недостатки. Область применения.
12. Синектика. Достоинства и недостатки. Область применения.
13. Воображение как психологическая категория. Уровни воображения.
14. Стереотипы мышления. Их виды. Методы коррекции.
15. Психологическая инерция. Виды психологической инерции. Роль психологической инерции в творческой деятельности.
16. Дивергентное мышление.
17. Технология ТРИЗ.
18. Методика ФСА.
19. Методы обработки и хранения информации.
20. Методы рациональной организации рабочего времени.
21. Качества творческой личности.
22. Умение планировать время. Методика А. Любищева.
23. Высокая работоспособность – свойство творческих личностей. Пути повышения работоспособности.
24. Метод случайных ассоциаций.
25. Метод контрольных вопросов.
26. Методы развития творческого воображения.
27. Морфологические методы.
28. Техники и приемы развития личного творческого потенциала.

*Критерии оценки результатов ответов*

Оценка «зачтено» выставляется при условии полного ответа на два вопроса из перечня вопросов к зачету, с обоснованием ответа как на теоретическом уровне, так и на конкретных примерах, выполнения практических заданий по темам дисциплины.

Оценка «не зачтено» выставляется в тех случаях, когда студент затрудняется в ответе на вопросы преподавателя, не владеет общей терминологией дисциплины, не способен ответить на дополнительные вопросы и выполнить практические задания.

*Архипова И. В., канд. психол. наук,  
проф. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»*

## ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ИНСТИТУТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

### ПОРТФОЛИО-ОТЧЕТ О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ

**Руководитель практики:**

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О, степень, должность)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(оценка)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20 г.

**Выполнил магистрант:**

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О)

\_\_\_\_\_  
(подпись, дата)

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа «Маркетинг в сфере услуг»

Курс .....

Форма обучения .....

Новосибирск 20\_\_

**ДНЕВНИК ПРАКТИКИ**

по получению первичных профессиональных умений и навыков

магистранта (-ки) 1 курса

Института рекламы и связи с общественностью

Кафедра экономики и менеджмента

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Профиль «Маркетинг в сфере услуг»

\_\_\_\_\_ (фамилия, имя, отчество)

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

Сроки практики: с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководитель практики: \_\_\_\_\_

(должность, фамилия, инициалы)

№ п/п	Содержание этапа практики (в соответствии с технологической картой)	Сроки выполнения

*Федосова Т. С., канд. экон. наук, доц.,*

*доц. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО НГПУ*

**ТИТУЛЬНЫЙ ЛИСТ ОТЧЕТА (ОБРАЗЕЦ)**

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ИНСТИТУТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

**ПОРТФОЛИО-ОТЧЕТ  
О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ  
УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
(В ТОМ ЧИСЛЕ ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ)**

**Руководитель практики:**

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О, степень, должность)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(оценка)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Выполнил магистрант:**

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О)

\_\_\_\_\_  
(подпись, дата)

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа «Маркетинг в сфере услуг»

Курс .....

Форма обучения .....

**ДНЕВНИК ПРАКТИКИ**

по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

магистранта (-ки) 2 курса

Института рекламы и связи с общественностью

Кафедра экономики и менеджмента

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Профиль «Маркетинг в сфере услуг»

\_\_\_\_\_ (фамилия, имя, отчество)

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

Сроки практики: с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководитель практики: \_\_\_\_\_

(должность, фамилия, инициалы)

№ п/п	Содержание этапа практики (в соответствии с технологической картой)	Сроки выполнения

**ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ ПОСЕЩЕННОГО ЗАНЯТИЯ**

Дата посещения \_\_\_\_\_

Название учебной дисциплины \_\_\_\_\_

Форма занятия (семинар, практическое занятие) \_\_\_\_\_

Специальность/направление подготовки \_\_\_\_\_

Семестр и форма обучения \_\_\_\_\_

Курс, группа \_\_\_\_\_

Тема занятия \_\_\_\_\_

Методы проведения занятия \_\_\_\_\_

Преподаватель по дисциплине (ФИО, степень, звание) \_\_\_\_\_

Описание занятия \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

*(при описании занятия используйте нижеуказанные критерии оценки)*

**Оценка семинарского/практического занятия****1. Содержание занятия:**

- соответствие учебной программе дисциплины;
- отчетливость постановки цели и задач занятия;
- профессиональная направленность занятия, связь обсуждаемого материала с профилем подготовки студентов, их будущей специальностью;
- отражение в обсуждаемых вопросах современного уровня развития науки, производства, техники, культуры;
- реализация в содержании занятия внутрипредметных и межпредметных связей.

**2. Методика проведения занятия:**

- обоснованность и правильность выбора формы проведения и использования соответствующих ей методов обучения;
- логическая последовательность проведения занятия;
- использование приемов активизации внимания студентов;
- использование приемов закрепления информации в ходе занятия;
- использование методов контроля за ходом выполнения студентами заданий.

**3. Организация занятия:**

- соответствие семинарского занятия учебному расписанию и программе учебной дисциплины;
- четкость начала (своевременный вход в аудиторию, приветствие и т. п.) и окончания (завершение, соблюдение установленной продолжительности занятия и т. п.);
- посещаемость занятия студентами;
- подготовленность студентов к занятию;
- дисциплина на занятии;
- рациональность распределения времени на занятии;



- обеспеченность занятия необходимым количеством дидактических материалов;
- наличие в необходимом количестве требуемых технических средств;
- соответствие учебной аудитории требованиям организации занятия.

#### **4. Руководство работой студентов в ходе занятия:**

- осуществление контроля за подготовкой студентами конспектов, материалов до занятия и в ходе его проведения;
- побуждение студентов к высказыванию, выступлению, анализ выступлений по ходу семинара;
- оценка работы студентов, корректировка недостатков;
- управление группой: быстрый контакт со студентами, разумное и справедливое взаимодействие со студентами.

#### **5. Профессиональные данные преподавателя:**

- знание дисциплины, профессиональная компетентность;
- стиль проведения, умение вызвать и поддержать дискуссию, конструктивный анализ всех ответов и выступлений, заполненность учебного времени обсуждением проблем;
- стиль отношения преподавателя к студентам (внимательное, в меру требовательное, равнодушное, неуважительное);
- стиль отношения студентов к преподавателю (уважительное, равнодушное, ироничное);
- культура речи, дикция.

#### **6. Результативность занятия:**

- степень реализации цели и задач занятия;
- степень полноты рассмотрения основных вопросов;
- степень воспитательного воздействия занятия;
- использование обратной связи со студентами.

**ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ ПЛАНА-КОНСПЕКТА УЧЕБНОГО ЗАНЯТИЯ**

ПЛАН ЗАНЯТИЯ (семинар, практическое занятие)

1. Магистрант: \_\_\_\_\_
2. Название учебной дисциплины \_\_\_\_\_
4. Факультет, направление подготовки, профиль \_\_\_\_\_
5. Курс, группа \_\_\_\_\_
5. Тема занятия \_\_\_\_\_
6. Цель занятия \_\_\_\_\_
7. Задачи занятия \_\_\_\_\_
8. Методы проведения занятия \_\_\_\_\_
9. Содержание занятия (подробно по каждому элементу) \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

Подпись преподавателя учебной дисциплины \_\_\_\_\_ (Ф.И.О, степень, звание)

*Струминская Л. М., канд. пед. наук, доцент,  
доц. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»*

**ТИТУЛЬНЫЙ ЛИСТ ОТЧЕТА (ОБРАЗЕЦ)**

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ИНСТИТУТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

**ПОРТФОЛИО-ОТЧЕТ  
О ПРОХОЖДЕНИИ ПРЕДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

**Руководитель практики:**

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О, степень, должность)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(оценка)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20--г.

**Выполнил магистрант:**

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О)

\_\_\_\_\_  
(подпись, дата)

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа «Маркетинг в сфере услуг»

Курс .....

Форма обучения .....

Новосибирск 20\_

**ДНЕВНИК ПРАКТИКИ  
ПРЕДДИПЛОМНОЙ  
магистранта (-ки) 2 курса**

Института рекламы и связи с общественностью  
Кафедра экономики и менеджмента  
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент  
Профиль «Маркетинг в сфере услуг»

\_\_\_\_\_ (фамилия, имя, отчество)

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

Сроки практики: с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководитель практики: \_\_\_\_\_

(должность, фамилия, инициалы)

№ п/п	Содержание этапа практики (в соответствии с технологической картой)	Сроки выполнения

*Федосова Т. С., канд. экон. наук, доц.,*

*доц. кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «НГПУ»*

Учебное издание

**МАТЕРИАЛЫ  
ПО ОСВОЕНИЮ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ  
МАГИСТРАТУРЫ 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

**(магистерская программа: Маркетинг в сфере услуг)**

Учебно-методическое пособие

*Составители:*

**Бакаева В. В., Борисова С. Г., Храмцова Т. Г., Архипова И. В.,  
Березка Н. Н., Владимиров В. А., Глебова Д. В., Красильникова Т. В.,  
Сотников В. Д., Струминская Л. М., Федосова Т. С.**

Редактор – *А. С. Маколкина*  
Компьютерная верстка – *И. Т. Ильюк*

---

Подписано в печать 23.12.2017. Формат бумаги 60×84/8

Печать цифровая. Уч.-изд. л. 19,0 Усл. п. л. 46,0

Тираж 100 экз. Заказ № 150.

---

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»

630126, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28.

Тел.: 8 (383) 244-06-62, [www.rio.nspu.ru](http://www.rio.nspu.ru)

Отпечатано: ФГБОУ ВО «НГПУ»