

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

*Кафедра менеджмента*

Рабочая программа дисциплины

**Бенчмаркинг и конкурентная разведка**

<i>Направление подготовки</i>	Менеджмент
<i>Код</i>	38.04.02
<i>Направленность (профиль)</i>	Организация и управление предпринимательской деятельностью
<i>Квалификация выпускника</i>	магистр

Москва  
2020

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Компетенция	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>ПК-1 – способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способы получения информации при осуществлении бенчмаркетинга в управлении организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;</li> <li>- основы методологии исследования опыта компаний при бенчмаркинге.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией лично-профессиональных функций;</li> <li>- осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации в ходе реализации бенчмаркинга в управлении организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками проведения маркетинговых исследований при реализации бенчмаркинга в управлении организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;</li> <li>- методами и программными средствами обработки деловой информации, полученной в ходе бенчмаркинга;</li> <li>- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль).</li> </ul>
<p>ПК-2 - способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методы маркетинговых исследований, практику применения и реализации бенчмаркинга при разработке корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- по результатам бенчмаркинга разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</li> <li>-использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований, внедрять новые формы управления, программные продукты, использовать новые технологий в производстве;</li> <li>- оценивать конкурентоспособность предприятия, определять маркетинговые цели на предприятии.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p>

	- навыками оценки и разработки корпоративных стратегий, программ организационного развития и изменений, обеспечивать их реализацию в организации по результатам бенчмаркинга.
--	---

## 2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части ОПОП. Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как: «Управление проектами в современных условиях», «Экономические проблемы развития предпринимательства», «Стратегический менеджмент. Управление изменениями», «Современные проблемы корпоративного управления» и др., является необходимой основой для прохождения практики и написания выпускной квалификационной работы.

Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

В частности, выпускник, освоивший программу магистратуры, в соответствии с организационно-управленческим видом деятельности, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

- разработка стратегий развития организаций и их отдельных подразделений;
- руководство подразделениями предприятий и организаций разных форм собственности, органов государственной и муниципальной власти;
- организация творческих коллективов (команд) для решения организационно-управленческих задач и руководство ими;

## 3. Объем дисциплины

Виды учебной работы		Формы обучения
		Очная
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы		3/108
Контактная работа:		
	Занятия лекционного типа	4
	Занятия семинарского типа	12
	Промежуточная аттестация: Зачет / <b>зачет с оценкой</b> / экзамен /	0,15
Самостоятельная работа (СРС)		91,85

## 4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

4.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самостоятельная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные	Практические	Семинары	Лабораторные раб.	Иные занят	

			занятия	занятия			ия	
1.	Тема 1. Теоретические основы применения бенчмаркинга на предприятии.	1		2				23
2.	Тема 2. Бенчмаркинг и развитие конкурентных преимуществ	1		2				23
3.	Тема 3. Технология проведения бенчмаркинга на предприятии.	1		4				23
4.	Тема 4. Проведение конкурентной разведки.	1		4				22,85
	<b>Промежуточная аттестация</b>		<b>0,15</b>					
	<b>Итого</b>		<b>108</b>					

#### 4.2. Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

##### 4.2.1. Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Тема 1. Теоретические основы применения бенчмаркинга на предприятии.	Экономическая сущность бенчмаркинга. Цели, задачи бенчмаркинга. Виды бенчмаркинга. Этапы бенчмаркинга. Принципы бенчмаркинга. Основные правила анализа. Историческое развитие бенчмаркинга. Причины возникновения и развития бенчмаркинга.
2.	Тема 2. Бенчмаркинг и развитие конкурентных преимуществ	Конкурентные преимущества. Взаимосвязь бенчмаркинга и конкурентных преимуществ. Конкурентные преимущества товаров. Конкурентные преимущества предприятия.
3.	Тема 3. Технология проведения бенчмаркинга на предприятии.	Основные этапы процесса бенчмаркинга. Факторы успеха, влияющие на процесс бенчмаркинга. Источники информации, используемые в бенчмаркинге. Анализ превосходства. Система контроля в бенчмаркинге.
4.	Тема 4. Проведение конкурентной	Цели и задачи конкурентной разведки. Подходы включения конкурентной разведки в структуру

	разведки.	организации.методы и принципы конкурентной разведки. Инструменты и технологии конкурентной разведки. Отличие конкурентной разведки от шпионажа.
--	-----------	--

#### 4.2.2. Содержание практических занятий

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование темы (раздела) дисциплины</b>	<b>Содержание практического занятия</b>
1.	Тема 1. Теоретические основы применения бенчмаркинга на предприятии.	1. Экономическая сущность бенчмаркинга. 2. Цели, задачи бенчмаркинга. 3. Виды бенчмаркинга. 4. Этапы бенчмаркинга. 5. Принципы бенчмаркинга. 6. Основные правила анализа. 7. Историческое развитие бенчмаркинга. Причины возникновения и развития бенчмаркинга.
2.	Тема 2. Бенчмаркинг и развитие конкурентных преимуществ	1. Конкурентные преимущества. 2. Взаимосвязь бенчмаркинга и конкурентных преимуществ. 3. Конкурентные преимущества товаров. 4. Конкурентные преимущества предприятия.
3.	Тема 3. Технология проведения бенчмаркинга на предприятии.	1. Основные этапы процесса бенчмаркинга. 2. Факторы успеха, влияющие на процесс бенчмаркинга. 3. Источники информации, используемые в бенчмаркинге. 4. Анализ превосходства. 5. Система контроля в управлении организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями в бенчмаркинге.
4.	Тема 4. Проведение конкурентной разведки.	1. Цели и задачи конкурентной разведки. 2. Подходы включения конкурентной разведки в структуру организации. Методы и принципы конкурентной разведки. 3. Инструменты и технологии конкурентной разведки. 4. Отличие конкурентной разведки от шпионажа. 5. Разработка корпоративной стратегии, программ организационного развития и изменений, обеспечение их реализации в системе бенчмаркинга.

#### 4.2.3 Содержание самостоятельной работы

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование темы (раздела) дисциплины</b>	<b>Содержание самостоятельной работы</b>
1	Тема 1. Теоретические основы применения бенчмаркинга на предприятии.	Экономическая сущность бенчмаркинга. Цели, задачи бенчмаркинга. Виды бенчмаркинга. Этапы бенчмаркинга. Принципы бенчмаркинга. Основные правила

		анализа. Историческое развитие бенчмаркинга. Причины возникновения и развития бенчмаркинга.
2	Тема 2. Бенчмаркинг и развитие конкурентных преимуществ	Конкурентные преимущества. Взаимосвязь бенчмаркинга и конкурентных преимуществ. Конкурентные преимущества товаров. Конкурентные преимущества предприятия.
3	Тема 3. Технология проведения бенчмаркинга на предприятии.	Основные этапы процесса бенчмаркинга. Факторы успеха, влияющие на процесс бенчмаркинга. Источники информации, используемые в бенчмаркинге. Анализ превосходства. Система контроля в управлении организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями в бенчмаркинге.
4	Тема 4. Проведение конкурентной разведки.	Цели и задачи конкурентной разведки. Подходы включения конкурентной разведки в структуру организации. методы и принципы конкурентной разведки. Инструменты и технологии конкурентной разведки. Отличие конкурентной разведки от шпионажа. Разработка корпоративной стратегии, программ организационного развития и изменений, обеспечение их реализации в системе бенчмаркинга.

### **5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Предусмотрены следующие виды контроля качества освоения конкретной дисциплины:

- текущий контроль успеваемости
- промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен в **ПРИЛОЖЕНИИ** к РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины в процессе обучения.

#### **5.1 Паспорт фонда оценочных средств для проведения текущей аттестации по дисциплине (модулю)**

<b>№ п/п</b>	<b>Контролируемые разделы (темы)</b>	<b>Код контрольного инструментария компетенции</b>	<b>Наименование оценочного средства</b>
1.	Тема 1. Теоретические основы применения бенчмаркинга на	ПК-2	Опрос, исследовательский проект

	предприятия.		
2.	Тема 2. Бенчмаркинг и развитие конкурентных преимуществ	ПК-2	Опрос, проблемно-аналитическое задание, эссе
3.	Тема 3. Технология проведения бенчмаркинга на предприятии.	ПК-1	Опрос, информационный проект, тестирование
4.	Тема 4. Проведение конкурентной разведки.	ПК-1	Опрос, проблемно-аналитическое задание

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

### **Типовые вопросы**

1. Экономическая сущность бенчмаркинга.
2. Цели, задачи бенчмаркинга.
3. Виды бенчмаркинга.
4. Этапы бенчмаркинга.
5. Принципы бенчмаркинга.
6. Основные правила анализа.
7. Историческое развитие бенчмаркинга. Причины возникновения и развития бенчмаркинга.
8. Цели и задачи конкурентной разведки.
9. Подходы включения конкурентной разведки в структуру организации. методы и принципы конкурентной разведки.
10. Инструменты и технологии конкурентной разведки.
11. Отличие конкурентной разведки от шпионажа.

### **Темы исследовательских, информационных, творческих проектов**

*Подготовка исследовательских проектов по темам:*

1. Оценка среды при бенчмаркинге.
2. Формирование корпоративной стратегии в управлении организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями в бенчмаркинге.
3. Маркетинговые и полевые исследования при бенчмаркинге.
4. Анализ маркетинговых данных.
5. Стратегический бенчмаркинг.
6. Бизнес-процессы и проведение бенчмаркинга.
7. Разработка корпоративной стратегии, программ организационного развития и изменений, обеспечение их реализации в системе бенчмаркинга

*Информационный проект*

Подготовьте информационный проект (презентацию) по теме:

1. Операционный бенчмаркинг.
2. Факторы конкурентоспособности товаров и предприятия.
3. Формирование управленческой деятельности на предприятии.
4. Оценка проведения бенчмаркинга на предприятия.
5. Индикаторы необходимости проведения бенчмаркинга.

## 6. Разработка корпоративной стратегии в системе бенчмаркинга.

### Проблемно-аналитические задания

#### Задание 1.

Вы руководитель российского предприятия, которое известно в мире. Из – за созданного негативного общественного мнения вы теряете свои позиции на данном рынке. Вашему предприятию срочно требуется поддержка в области имиджевой политики. Составьте план действий. Подготовьте расширенное и обоснованное решение о необходимости применения бенчмаркинга в данном случае.

#### Задание 2.

Вашему предприятию требуется изучить своих конкурентов для укрепления позиций на рынке стран СНГ. С помощью методов *SWOT* – анализа оцените позиции своих основных конкурентов. Какие конкурентные преимущества вы можете использовать? Подготовьте расширенный и обоснованный ответ.

#### Задание 3.

Используя инструменты бенчмаркинга, разработайте корпоративный стратегический план продвижения зарубежной компанией на российский рынок какой – либо продукции. Составьте и обоснуйте комплексный план действий. Продукция может быть любой, но используйте данные по конъюнктуре рынка. Подготовьте расширенный и обоснованный ответ.

*Творческое задание (с элементами эссе)*

Напишите эссе по теме:

Бенчмаркинг и развитие конкурентных преимуществ в российском менеджменте.

### Типовые тесты

#### 1. Проект по бенчмаркингу должен быть согласован:

- а) с миссией организации;
- б) с оперативными планами финансового отдела;
- в) с партнерами организации;
- г) с потребителями организации;
- д) с общественными организациями.

#### 2. Объектами бенчмаркинга могут быть:

- а) стратегия;
- б) показатели продукции / услуг;
- в) процессы;
- г) политика ценообразования.
- д) коммерческая информация.

#### 3. Внутренний бенчмаркинг предполагает:

- а) проведение сравнений между различными подразделениями организации;
- б) проведение сравнения с организациями, не относящимися к числу внутриотраслевых конкурентов, но осуществляющих функциональную деятельность, в улучшении которой заинтересована компания;
- в) сравнение бизнес-процессов, протекающих в организациях, относящихся к разным отраслям промышленности;
- г) сравнительный анализ только лучших представителей того или иного рынка или бизнеса;



д) проведение сравнения с организациями, относящимися к числу внутриотраслевых конкурентов.

**4. В качестве партнера по стратегическому бенчмаркингу предпочтительнее выбирать:**

- а) наиболее сильного конкурента;
- б) лидера из другой отрасли;
- в) функционального лидера;
- г) поставщика продукции;
- д) заказчика.

**5. Результаты проекта по бенчмаркингу должны быть представлены:**

- а) менеджерам организации;
- б) партнерам;
- в) всем заинтересованным лицам, которые окажутся в зоне влияния результатов проекта;
- г) поставщикам;
- д) потребителям.

**6. Концентрация внимания на бизнес-процессах позволяет:**

- а) сопоставлять результаты внедрения TQM с тем, что было до внедрения системы;
- б) выявить их глобальные недостатки, такие как необоснованные задержки, недостаток оперативного контроля;
- в) выделить те этапы процесса, по которым нет четкого закрепления ответственности за их успешную реализацию;
- г) частичное применение продуктового бенчмаркинга, основной целью которого будет сравнение собственной продукции с товарами конкурентов;
- д) развивать партнерство внутри фирмы.

**7. Основные недостатки наружной рекламы ...**

- а) ограничение творческих возможностей воплощения;
- б) гибкость и оперативность;
- в) высокая частота повторных контактов;
- г) отсутствие избирательности аудитории;
- д) избирательность аудитории.

**8. Личные (персональные) продажи – это ...**

- а) создание взаимопонимания и доброжелательных отношений между организацией и ее общественностью;
- б) реклама в местах скопления большого количества людей;
- в) мероприятия по увеличению объемов продаж;
- г) устное представление товара в беседе с одним или несколькими покупателями;
- д) распространение информации о предприятии.

**9. Характеристика сообщения при безличной коммуникации ...**

- а) высокая адаптируемость;
- б) однородность;
- в) сильная аргументация;
- г) малая аргументация;
- д) неконтролируемость формы и содержания;
- е) контролируемость.

**10. Объект рекламы на промышленном рынке ...**

- а) руководители предприятий;
- б) мужчины;
- в) женщины;
- г) подростки;
- д) менеджеры, принимающие решение о закупке сырья, материалов, оборудования.

**11. Главная цель рекламы ...**

- а) информация;
- б) помощь каналу сбыта;
- в) побуждение покупателя к покупке;
- г) поддержание репутации предприятия;
- д) помощь торговому агенту.

**12. Личные продажи осуществляются ...**

- а) по почте;
- б) по телефону;
- в) по телевидению;
- г) через агентов;
- д) в розничном торговом предприятии.

**13. Комплекс мер по определению и реализации маркетинговых целей при разработке корпоративной стратегии предприятия с помощью коммуникационного инструментария – это управления**

- а) ценами;
- б) ПР – деятельностью предприятия;
- в) товаром;
- г) распределением;
- д) производством.

**14. Вид маркетинга, который характеризуется массовым производством и маркетингом одного продукта, предназначенного сразу для всех покупателей, называется:**

- а) стимулирующим;
- б) массовым;
- в) развивающим;
- г) демаркетингом.

**15. Маркетинг, осуществляемый на уровне организации, называется:**

- а) массовым;
- б) развивающим;
- в) демаркетингом;
- г) микромаркетингом.

**16. При наличии спроса, величина которого характеризуется сезонными, ежедневными или часовыми колебаниями, компании следует применять:**

- а) ремаркетинг;
- б) антимаркетинг;
- в) демаркетинг;
- г) поддерживающий маркетинг.

**17. Если основной идеей концепции маркетинга является повышение качества товаров, то такую концепцию называют:**

- а) рыночной;
- б) сбытовой;
- в) товарной;
- г) маркетингом.

**18. С точки зрения общества в целом наиболее эффективной концепцией маркетинга является концепция:**

- а) интенсификации коммерческих усилий (концепция продаж);
- б) общего маркетинга;
- в) совершенствования товара;
- г) социально – этического маркетинга.

**19. Маркетинг взаимодействия в управлении организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями в бенчмаркинге предполагает:**

- а) активизацию производства;
- б) повторное завоевание клиентов;
- в) индивидуализацию отношений с потребителями и другими участниками процесса купли - продажи;
- г) непрерывное улучшение процесса производства.

**20. Одна из альтернативных целей маркетинга, согласно которой маркетинг не только должен обеспечивать количество, качество, разнообразие и доступность товаров по приемлемым ценам, но также и качество физической и культурной среды обитания людей, называется:**

- а) максимизацией степени удовлетворения потребителей;
- б) максимизацией потребления;
- в) максимизацией качества жизни;
- г) максимизацией выбора потребителей.

### 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Все задания, используемые для текущего контроля формирования компетенций условно можно разделить на две группы:

1. задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения на занятиях (например, дискуссия, круглый стол, диспут, мини-конференция);
2. задания, которые дополняют теоретические вопросы (практические задания, проблемно-аналитические задания, тест).

Выполнение всех заданий является необходимым для формирования и контроля знаний, умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до зачета (экзамена). Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения.

#### **1.Требование к теоретическому устному ответу**

Оценка знаний предполагает дифференцированный подход к студенту, учет его индивидуальных способностей, степень усвоения и систематизации основных понятий и категорий по дисциплине. Кроме того, оценивается не только глубина знаний

поставленных вопросов, но и умение использовать в ответе практический материал. Оценивается культура речи, владение навыками ораторского искусства.

*Критерии оценивания:* последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала, использование профессиональных терминов, культура речи, навыки ораторского искусства. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда материал излагается исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно, при этом раскрываются не только основные понятия, но и анализируются точки зрения различных авторов. Обучающийся не затрудняется с ответом, соблюдает культуру речи.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но при ответе на вопрос допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

## **2. Творческие задания**

*Эссе* – это небольшая по объему письменная работа, сочетающая свободные, субъективные рассуждения по определенной теме с элементами научного анализа. Текст должен быть легко читаем, но необходимо избегать нарочито разговорного стиля, сленга, шаблонных фраз. Объем эссе составляет примерно 2 – 2,5 стр. 12 шрифтом с одинарным интервалом (без учета титульного листа).

*Критерии оценивания* - оценка учитывает соблюдение жанровой специфики эссе, наличие логической структуры построения текста, наличие авторской позиции, ее научность и связь с современным пониманием вопроса, адекватность аргументов, стиль изложения, оформление работы. Следует помнить, что прямое заимствование (без оформления цитат) текста из Интернета или электронной библиотеки недопустимо.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; адекватность аргументов при обосновании личной позиции, стиль изложения.

Оценка «хорошо» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); но не прослеживается наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; не достаточно аргументов при обосновании личной позиции

Оценка «удовлетворительно» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение). Но не прослеживаются четкие выводы, нарушается стиль изложения

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если не выполнены никакие требования

## **3. Требование к решению ситуационной, проблемной задачи (кейс-измерители)**

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые

требуют анализа и служат условиями решения. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно определить проблему и соответственно решить ее.

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более общих и, кончая частными.

*Критерии оценивания* – оценка учитывает методы и средства, использованные при решении ситуационной, проблемной задачи.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся выполнил задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся в целом выполнил все требования, но не совсем четко определяется опора на теоретические положения, изложенные в научной литературе по данному вопросу.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не выполнил все требования.

#### **4. Интерактивные задания**

Механизм проведения диспут-игры (ролевой (деловой) игры).

Необходимо разбиться на несколько команд, которые должны поочередно высказать свое мнение по каждому из заданных вопросов. Мнение высказывающейся команды засчитывается, если противоположная команда не опровергнет его контраргументами. Команда, чье мнение засчитано как верное (не получило убедительных контраргументов от противоположных команд), получает один балл. Команда, опровергнувшая мнение противоположной команды своими контраргументами, также получает один балл. Побеждает команда, получившая максимальное количество баллов.

Ролевая игра как правило имеет фабулу (ситуацию, казус), распределяются роли, подготовка осуществляется за 2-3 недели до проведения игры.

*Критерии оценивания* – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка «отлично» ставится в случае, выполнения всех критериев.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

## **5. Комплексное проблемно-аналитическое задание**

Задание носит проблемно-аналитический характер и выполняется в три этапа. На первом из них необходимо ознакомиться со специальной литературой.

Целесообразно также повторить учебные материалы лекций и семинарских занятий по темам, в рамках которых предлагается выполнение данного задания.

На втором этапе выполнения работы необходимо сформулировать проблему и изложить авторскую версию ее решения, на основе полученной на первом этапе информации.

Третий этап работы заключается в формулировке собственной точки зрения по проблеме. Результат третьего этапа оформляется в виде аналитической записки (объем: 2-2,5 стр.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

*Критерий оценивания* - оценка учитывает: понимание проблемы, уровень раскрытия поставленной проблемы в плоскости теории изучаемой дисциплины, умение формулировать и аргументировано представлять собственную точку зрения, выполнение всех этапов работы.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

## **6. Исследовательский проект**

*Исследовательский проект* – проект, структура которого приближена к формату научного исследования и содержит доказательство актуальности избранной темы, определение научной проблемы, предмета и объекта исследования, целей и задач, методов, источников, историографии, обобщение результатов, выводы.

Результаты выполнения исследовательского проекта оформляется в виде реферата (объем: 12-15 страниц.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

*Критерии оценивания* - поскольку структура исследовательского проекта максимально приближена к формату научного исследования, то при выставлении учитывается доказательство актуальности темы исследования, определение научной проблемы, объекта и предмета исследования, целей и задач, источников, методов исследования, выдвижение гипотезы, обобщение результатов и формулирование выводов, обозначение перспектив дальнейшего исследования.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

## **7. Информационный проект (презентация)**

*Информационный проект* – проект, направленный на стимулирование учебно-познавательной деятельности студента с выраженной эвристической направленностью

(поиск, отбор и систематизация информации об объекте, оформление ее для презентации). Итоговым продуктом проекта может быть письменный реферат, электронный реферат с иллюстрациями, слайд-шоу, мини-фильм, презентация и т.д.

Информационный проект отличается от исследовательского проекта, поскольку представляет собой такую форму учебно-познавательной деятельности, которая отличается ярко выраженной эвристической направленностью.

*Критерии оценивания* - при выставлении оценки учитывается самостоятельный поиск, отбор и систематизация информации, раскрытие вопроса (проблемы), ознакомление студенческой аудитории с этой информацией (представление информации), ее анализ и обобщение, оформление, полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся полностью раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 5 профессиональных терминов, широко использует информационные технологии, ошибки в информации отсутствуют, дает полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 2 профессиональных терминов, достаточно использует информационные технологии, допускает не более 2 ошибок в изложении материала, дает полные или частично полные ответы на вопросы аудитории.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, раскрывает вопрос (проблему) не полностью, представляет информацию не систематизировано и не совсем последовательно, использует 1-2 профессиональных термина, использует информационные технологии, допускает 3-4 ошибки в изложении материала, отвечает только на элементарные вопросы аудитории без пояснений.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если вопрос не раскрыт, представленная информация логически не связана, не используются профессиональные термины, допускает более 4 ошибок в изложении материала, не отвечает на вопросы аудитории.

## **8. Дискуссионные процедуры**

*Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, мини-конференции* являются средствами, позволяющими включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Задание дается заранее, определяется круг вопросов для обсуждения, группы участников этого обсуждения.

Дискуссионные процедуры могут быть использованы для того, чтобы студенты:

– лучше поняли усвояемый материал на фоне разнообразных позиций и мнений, не обязательно достигая общего мнения;

– смогли постичь смысл изучаемого материала, который иногда чувствуют интуитивно, но не могут высказать вербально, четко и ясно, или конструировать новый смысл, новую позицию;

– смогли согласовать свою позицию или действия относительно обсуждаемой проблемы.

*Критерии оценивания* – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль

изложения.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда все требования выполнены в полном объеме.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

## **9. Тестирование**

Является одним из средств контроля знаний обучающихся по дисциплине.

*Критерии оценивания* – правильный ответ на вопрос

Оценка «отлично» ставится в случае, если правильно выполнено 90-100% заданий

Оценка «хорошо» ставится, если правильно выполнено 70-89% заданий

Оценка «удовлетворительно» ставится в случае, если правильно выполнено 50-69% заданий

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если правильно выполнено менее 50% заданий

## **10. Требование к письменному опросу (контрольной работе)**

Оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение изложить письменно.

*Критерии оценивания:* последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда соблюдены все критерии.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

### **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

#### *6.1 Основная учебная литература*

1. Дианова, В. А. Маркетинговые исследования : учебное наглядное пособие для обучающихся по направлению подготовки бакалавриата «Менеджмент» / В. А. Дианова, А. А. Романов. — Краснодар, Саратов : Южный институт менеджмента, Ай Пи



Эр Медиа, 2018. — 114 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/76919.html>

2. Лужнова, Н. В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н. В. Лужнова, О. М. Калиева. — Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2017. — 289 с. — ISBN 978-5-7410-1642-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71330.html>

3. Маркетинг в профессиональной сфере : сборник практических заданий и кейсов / составители Т. И. Григорьева. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2017. — 40 с. — ISBN 978-5-906912-95-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/74730.html>

4. Романцов, А. Н. Event-маркетинг. Сущность и особенности организации (2-е издание) : практическое пособие / А. Н. Романцов. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 89 с. — ISBN 978-5-394-01544-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/57071.html>

#### *6.2 Дополнительная учебная литература:*

1. Ополченова, Е. В. Современный стратегический анализ : учебное пособие / Е. В. Ополченова. — Москва : Российская международная академия туризма, Университетская книга, 2016. — 112 с. — ISBN 978-5-98699-187-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/51871.html>

2. Фролов, Ю. В. Анализ результатов маркетинговых исследований в системе Statistica (на примерах) : учебное пособие / Ю. В. Фролов, О. М. Игрунова. — Москва : Русайнс, 2018. — 247 с. — ISBN 978-5-4365-0970-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/78857.html>

#### *6.3. Периодические издания*

1. Российский экономический журнал. ISSN 0130-9757: <http://www.iprbookshop.ru/45530.html>
2. Экономика и современный менеджмент: теория и практика. ISSN 2309-3390: <http://www.iprbookshop.ru/48512.html>
3. Экономика и менеджмент систем управления. ISSN 2223-0432: <http://www.iprbookshop.ru/34060.html>
4. Вестник Московского университета. Серия 24. Менеджмент. ISSN 2075-5996: <http://www.iprbookshop.ru/59554.html>

#### *7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)*

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
2. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>
3. Ассоциация консультантов по экономике и управлению (АКЭУ). — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://akeu.ru/>

4. Сайт Международного сообщества менеджеров. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.executive.ru/>
5. Административно-управленческий портал. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/i002.htm>

#### 8. *Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)*

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

- работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
- внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов;
- выполнение самостоятельных практических работ;
- подготовка к зачету с оценкой, непосредственно перед ним.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи зачета с оценкой рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к зачету с оценкой должна проводиться систематически, в течение всего семестра.
2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до зачета с оценкой.
3. Время непосредственно перед зачетом с оценкой лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На зачете высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

**9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

1. Терминальный сервер, предоставляющий к нему доступ клиентам на базе Windows Server 2016
2. Семейство ОС Microsoft Windows
3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом
4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (Информационный комплекс)
5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (ЭПС «Система ГАРАНТ»)
6. Антивирусная система NOD 32
7. Adobe Reader. Лицензия проприетарная свободно-распространяемая.
8. Электронная система дистанционного обучения АНОВО «Московский международный университет». <https://elearn.interun.ru/login/index.php>

**10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

1. компьютеры персональные для преподавателей с выходом в сети Интернет;
2. наушники;
3. вебкамеры;
4. колонки;
5. микрофоны.

**11. Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины**

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ MicrosoftOffice для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

**11.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:**

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;

- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научноисследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

### **11.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения**

Из перечня видов: («мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.) используются следующие:

- диспут
- анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач
- ролевая игра;
- круглый стол;
- мини-конференция
- дискуссия
- беседа.

### **11.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)**

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав, разрабатываются адаптированные для инвалидов программы подготовки с учетом различных нозологий, виды и формы сопровождения обучения, используются специальные технические и программные средства обучения, дистанционные образовательные технологии, обеспечивается безбарьерная среда и прочее.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентами-инвалидами и студентами с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.