

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЮЖНО-РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ (НПИ) имени М.И. Платова»
КАМЕНСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ) ЮРГПУ(НПИ) им. М.И. ПЛАТОВА**

УТВЕРЖДАЮ
Директор Каменского института
(филиала) ЮРГПУ(НПИ) им. М.И. Платова
О.А. Герновский
«28» 10 2015 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
Б1.В.ДВ.08.02 Менеджмент и маркетинг в энергетике
индекс и наименование дисциплины (модуля) (из учебного плана)

«13.03.02 Электроэнергетика и электротехника»
Направленность Электроснабжение
код и наименование направления подготовки (специальности), направленность

**программа академического бакалавриата
набор 2013 г.**

Факультет Заочного образования

Кафедра Гуманитарных дисциплин и экономики

Курс IV-V,

Семестр 8,9

Итого по дисциплине 2/72 (ЗЕ/час.) (с учетом ЗЕ/часов на экзамен)


Рабочая программа составлена на основании рабочего учебного плана, утвержденного ученым советом ЮРГПУ(НПИ) протоколом №_2 от « 28 » октября 2015 г.

Рабочую программу составил(и) доц. каф. ГДиЭ к.э.н. Филиппов С.В.
ученое звание, степень, должность, фамилия, инициалы

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры
«Гуманитарных дисциплин и экономики»
наименование кафедры

«19» __ сентября 2015 г. __ Протокол №_2_


Заведующий кафедрой «Гуманитарных дисциплин и экономики»

 / **Илюхина Л.В./**
(подпись, фамилия, инициалы)

Рабочая программа согласована на заседании кафедры «Техники и технологии»
наименование кафедры

« 6 » __ октября 2015 г. _ Протокол №_3_

Заведующий кафедрой «Техники и технологии»

 / **Состина Е.В./**
(подпись, фамилия, инициалы)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА НА
20 15 /20 16 учебный год
с обновлениями п. 14

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА НА
20 16 /20 17 учебный год
с обновлениями п. 14

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА НА
20 17 /20 18 учебный год
с обновлениями п. 3, 4, 7

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	4
2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	4
3. ОБЪЁМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) С РАСПРЕДЕЛЕНИЕМ ПО СЕМЕСТРАМ	5
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	6
5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ, ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	8
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	20
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	21

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения данной дисциплины студент приобретает знания, умения и навыки, обеспечивающие достижение целей основной образовательной программы, а именно подготовка выпускников к организационно-управленческой, информационно-аналитической и предпринимательской деятельности, обеспечивающей эффективное управление на предприятиях и в организациях любой организационно-правовой формы.

Задачи изучения дисциплины - дать основополагающее представление об эффективном управлении организацией, организации систем управления, совершенствовании управления в соответствии с тенденциями социально-экономического развития. Объектом изучения являются различные организации экономической, производственной и социальной сферы. Предметом изучения являются основные функции и методы менеджмента.

– связь с предшествующими дисциплинами:

№ п/п	Наименование последующей дисциплины (модуля), практик, ВКР	Семестр	Шифр компетенции последующей дисциплины (модуля), практик, ВКР
1	Экономика	3,4	ОК-3
2	Экономика и организация производства	7,8	ОК-3

- связь с последующими дисциплинами (модулями), практиками, ВКР

№ п/п	Наименование последующей дисциплины (модуля), практик, ВКР	Семестр	Шифр компетенции последующей дисциплины (модуля), практик, ВКР
1	Государственная итоговая аттестация – защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты	10	ОК-2; ОК-3; ОК-6; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-9

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, владения и/или опыт деятельности, характеризующие этапы/уровни формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы в целом. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

ОК-4 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ПК-1 - способностью участвовать в планировании, подготовке и выполнении типовых экспериментальных исследований по заданной методике

В результате освоения дисциплины бакалавр приобретает знания, умения и опыт, соответствующие результатам основной образовательной программы. Результаты освоения дисциплины. Бакалавр должен:

Знать:

– гуманитарные и естественнонаучные закономерности развития общества и использовать их в профессиональной деятельности. Проводить теоретические и прикладные исследования в области современных достижений менеджмента в России и за рубежом в условиях неопределенности с использованием современных научных методов;

– теоретические аспекты предпринимательской деятельности;

Уметь:

– применять профессиональные знания в области организационно-управленческой деятельности;

– применять профессиональные знания в области информационно-аналитической деятельности;

– самостоятельно учиться и непрерывно повышать квалификацию в течение всего периода профессиональной деятельности;

– эффективно работать индивидуально и в коллективе, демонстрировать ответственность за результаты работы и готовность следовать корпоративной культуре организации;

Владеть:

– методами и приемами разработки стратегии развития организации, используя инструментарий стратегического менеджмента; использовать методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организаций;

— методами и приемами систематизации и получения необходимых данных для анализа деятельности в отрасли; оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование предприятий отрасли; анализа поведения потребителей на разных типах рынков и конкурентной среды отрасли; разработки маркетинговой

3. ОБЪЁМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) С РАСПРЕДЕЛЕНИЕМ ПО СЕМЕСТРАМ

№ сем.	Виды учебных занятий	Всего часов по учебному плану	Контактная работа		Самостоятельная работа
			аудиторная *	внеаудиторная	
8	лекции	0	0	х	х
	лабораторные работы	0	0	х	х
	практические/ семинарские занятия	2	2	х	х
	СРС	7	х	0	7
	СРС экз.	0	х	0	0
	ИТОГО	9	2	0	7
9	лекции	4	4	х	х
	лабораторные работы		0	х	х
	практические/ семинарские занятия	6	6	х	х
	СРС	49	х	0,6	48,4
	СРС экз.	4	х	0,25	3,75
	ИТОГО	63	10	0,85	52,15
	ИТОГО по дисциплине	72	12	0,85	59,15

*Всего аудиторной/ в том числе в активной и интерактивной формах.
Промежуточная аттестация – зачет в 9-м семестре.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

4.1. Контактная аудиторная работа

4.1.1. Наименование тем лекций, их содержание и объём в часах

Тема 1. Введение, 1 час., (ОК-3)

Маркетинг история его развития и его значение. Основные понятия маркетинга. Теории и принципы маркетинга. Концепция маркетинга. Процесс управления маркетингом. Маркетинговая среда организации. Стратегические и конъюнктурные приоритеты маркетинга.

Литература раздел 7 [1,2].

Тема 2. Менеджмент в условиях рыночной экономики, 2 часа, (ОК-3, ПК-1)

Менеджмент в системе понятий рыночной экономики. Внешняя и внутренняя среда организации. Факторы прямого и косвенного воздействия. Внутренние переменные: цели, структура, задачи, технологии и кадры. Взаимосвязь внутренних переменных. Внешняя среда организации. Характеристика внешней среды. Элементы среды прямого и косвенного воздействия. Функции менеджмента: планирование, организация, мотивация и контроль. Характеристика функций менеджмента. Связующие процессы: коммуникации и принятие управленческих решений. Характеристика связующих процессов. Базовые принципы менеджмента.

Литература раздел 7 [1,2,4,5].

Тема 3. Продвижение товара на рынке, 1 часа, (ОК-4)

Продвижение товара на рынок и его цели. Целевая аудитория и направленность продвижения товара. Выбор наиболее эффективного вида продвижения. Классификация методов и средств стимулирования реализации продукции. Формы краткосрочного стимулирования. Реклама. Восприятие рекламы. Правила рекламы. Виды и средства рекламы.

Литература раздел 7 [1,6].

4.1.2. Практические занятия, их наименование и объём в часах

№	Наименование тем Занятий	Количество часов	Форма контроля	Сроки контроля	Номер компетенции	Литература
1	Кривые спроса и предложения. Понятие эластичности спроса.	2	опрос	Период сессии	ОК-3	7 [6-12-21]
2	Проведение сегментации рынка. Позиционирование товара. Жизненный цикл товара.	2	опрос	Период сессии	ОК-4	7 [6-12-21]
3	Анализ среды прямого и косвенного воздействия	2	опрос	Период сессии	ОК-4	7 [6-12-21]
4	Стратегические управленческие решения: характеристика, требования к качеству и эффективности.	2	опрос	Период сессии	ОК-3, Пк-1	7 [6-12-21]

4.2. Самостоятельная работа

СРС – темы и (или) разделы тем для самостоятельного изучения

СРС – выполнение контрольной, курсовой работы

СРС экз. – подготовка к экзамену в период лабораторно-экзаменационной сессии

№	Наименование тем	Кол-во часов	Номер компетенции	Литература
1	Тема 4. Товар на рынке. Виды рынков. Конъюнктура рынка. Определение конкурентоспособности товара. Критерии и методы сегментирования рынка. Основные принципы сегментирования. Позиционирование товара на рынке. Рыночные ниши. Оценка конкурентоспособности товара. Виды целевого маркетинга. Виды цен и особенности их применения. Методы расчета цен. Паблик рилейшинс и товарная пропаганда.	7	ОК-4	[1,7-21]
2	Тема5.Сбытовая политика предприятия. Главные понятия и задачи сбыта. Методы сбыта товаров. Сущность, формы и функции оптовой торговли. Выбор оптимального канала сбыта. Основные элементы системы управления маркетингом предприятия. Методы персональных продаж. Организация оптовой и розничной торговли. Дилеры и дистрибьюторы. Товародвижение. Торговые посредники и их классификация, каналы распределения: уровни и типы организации. Организация оптовой и розничной торговли. Дилеры и дистрибьюторы. Товародвижение.	7	ОК-3,	[1,5-21]
3	Тема 6. Поведение и мотивация потребителя. Теоретические концепции мотивации. Модель покупательского поведения. Существующие характеристики покупателей. Потребительская мотивация. Спрос и предложение в маркетинге.	7	ОК-3	[1,6-21].
4	Тема 7. Современные маркетинговые стратегии. Стратегии в маркетинге. Ценовые стратегии. Виды скидок и условия их применения. Маркетинговые стратегии отечественных предприятий. Виды скидок и условия их применения. Матрица И.Ансоффа. Модель конкуренции М.Портера. Матрица «роста рыночной доли» (БКГ). Фирменная стратегия.	10,75	ОК-4	[1,6-21]
5	Тема 8. Информационное обеспечение менеджмента, Информационная база менеджмента как основа современной технологии управления, ее формирование и использование для принятия решений. Управление как информационный процесс. Понятие информации. Уровни информативности процесса управления. Влияние информации на качество управленческих решений. Требования к информации. Качественные характеристики информации. Состав, объем и качество информации в сфере природоохранной деятельности. Информационная система менеджмента и принципы ее построения. Система информационного обеспечения управления. Классификация	17	ОК-3,ОК-4, ПК-1	[1,3,6-21]

№	Наименование тем	Кол-во часов	Номер компетенции	Литература
	информационных систем. Современные информационные технологии менеджмента. Виды информационных технологий. Виды технических средств, используемых в системе информации. Автоматизация управления. Службы информационного обеспечения процесса управления. <i>Литература</i> раздел 7 [1,2,4,14,15,].			
6	Тема 9. Маркетинговая деятельность предприятия. Подходы к организационному построению службы маркетинга. Бюджет маркетинга. План маркетинга. Маркетинговый контроль. Особенности международного маркетинга. Организация деятельности маркетинговой службы.	10,4	ОК-3	[3,7-21].
	Итого	59,15		

4.3. Контактная внеаудиторная работа

СРС - групповые консультации с преподавателем во время лабораторно-экзаменационной сессии

- групповая консультация перед экзаменом.

СРСэкз - сдача зачета.

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ, ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

5.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Номер компетенции "ОК-3"	Формулировка компетенции: " способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности"	
	Дисциплины, формирующие компетенцию в процессе освоения образовательной программы	Этап формирования (семестр)
Индекс	Наименование	
Б1.Б.08	Экономика	3,4
Б1.Б.11	Экономика и организация производства	6,7
Б1.В.ДВ.02.01	Правовая защита интеллектуальной собственности	9,10
Б1.В.ДВ.02.02	Юридическое обеспечение экономической безопасности предприятия	9,10
Б1.В.ДВ.08.01	Экономика в энергетике	8,9
Б1.В.ДВ.08.02	Менеджмент и маркетинг в энергетике	8,9
Б3.Б.01	Государственная итоговая аттестация–защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты	10
Номер компетенции "ОК-4"	Формулировка компетенции: " способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности"	
	Дисциплины, формирующие компетенцию в процессе освоения	Этап

образовательной программы		формирования (семестр)
Индекс	Наименование	
Б1.Б.04	Правоведение	6,7
Б1.В.ДВ.02.01	Правовая защита интеллектуальной собственности	9,10
Б1.В.ДВ.02.02	Юридическое обеспечение экономической безопасности предприятия	9,10
Б1.В.ДВ.08.02	Менеджмент и маркетинг в энергетике	8,9

Номер компетенции "ПК-1"	Формулировка компетенции: " способностью участвовать в планировании, подготовке и выполнении типовых экспериментальных исследований по заданной методике"	
Дисциплины, формирующие компетенцию в процессе освоения образовательной программы		Этап формирования (семестр)
Индекс	Наименование	
Б1.Б.12	Метрология, стандартизация, сертификация	7
Б1.Б.15	Электротехническое и конструкционное материаловедение	3,4
Б1.Б.15.01	Конструкционные материалы	3
Б1.Б.15.02	Электротехнические материалы	4
Б1.В.ДВ.03.01	Решение инженерных задач на ЭВМ	6
Б1.В.ДВ.03.02	Программное обеспечение задач электроэнергетики	6
Б1.В.ДВ.04.01	Физико-химические процессы в энергетике	4
Б1.В.ДВ.07.02	Математические задачи энергетики	5
Б1.В.ДВ.08.01	Экономика в энергетике	10
Б2.В.04(П)	Преддипломная (преддипломная практика)	10
Б2.В.05(П)	Научно-исследовательская работа (научно-исследовательская работа)	8
ФТД.В.02	Сетевые технологии и промышленные протоколы	10

5.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценка сформированности компетенций в рамках промежуточной аттестации проводится по билетам для экзамена.

Билеты для экзамена включают в себя вопросы для оценки знаний, умений и навыков. Количество вопросов в билетах для экзамена – 2-3.

При текущей аттестации обучающихся оценка сформированности компетенций осуществляется на занятиях:

- лекционного типа посредством опроса обучаемых, в том числе по темам и разделам тем, вынесенных для самостоятельного изучения обучаемым;
- семинарского типа посредством собеседования, устного опроса по практическим занятиям, защиты отчета по лабораторным работам.

Номер компетенции	Показатели оценивания компетенций (знания и (или) умения и (или) навыки и (или) опыт деятельности, формируемые данной компетенций)	Критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования		
		1-й уровень «УЗНАВАНИЕ»	2-й уровень «ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ»	3-й уровень «ПРИМЕНЕНИЕ»
ОК-3	Знать:			

	<p>основные экономические законы в различных сферах</p> <p>Уметь: использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности в профессиональной и социальной деятельности в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности</p> <p>Владеть: навыками использования в различных сферах деятельности в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности, а также в нестандартных и непредвиденных ситуациях, создавая при этом новые правила и алгоритмы действий</p>	+	+	+
ОК-4	<p>знать: основную терминологию по дисциплине; основные принципы и концепции маркетинга; методические основы маркетинга.</p> <p>уметь: применять современный инструментарий для решения содержательных управленческих задач; формулировать актуальные научные проблемы</p> <p>владеть: навыками принятия организационно-управленческие решения и оценивать их последствия иметь представление: о роли и месте знаний по дисциплине при освоении смежных дисциплин по выбранной специальности и в сфере профессиональной деятельности; – о значении и областях применения данной дисциплины.</p>	+	+	+
ПК-1	<p>Знать: основные понятия экономики предприятия</p> <p>Уметь: анализировать производственные фонды предприятия</p> <p>Владеть: знаниями современной экономики предприятия</p>	+	+	+

Шкала оценивания компетенций:

«отлично» или «зачтено» - обучающийся правильно, четко, аргументировано и в полном объеме изложил содержание теоретических вопросов, успешно выполнил практические задания, убедительно ответил на все дополнительные вопросы, показал высокий уровень сформированных компетенций;

«хорошо» или «зачтено» - обучающийся правильно, но недостаточно полно изложил содержание теоретических вопросов, успешно выполнил практические задания, испытывал затруднения при ответе на дополнительные вопросы, показал продвинутый уровень сформированных компетенций;

«удовлетворительно» или «зачтено» - обучающийся изложил основные положения теоретических вопросов, правильно выполнил практическое задание, испытывал серьезные затруднения при ответах на дополнительные вопросы, показал пороговый уровень сформированных компетенций;

«неудовлетворительно» или «не зачтено» - обучающийся не справился с большинством теоретических вопросов и (или) не справился с выполнением практических заданий.

5.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

- Тестовые вопросы для подготовки к экзамену

1. Что означает термин «время выведения на рынок»?
 - a. Время для выхода на потребительский рынок в нужный момент с новой идеей товара.
 - b. Время между моментом появления новой идеи товара и моментом вывода нового товара на рынок.
 - c. Время между моментом принятия розничными торговцами нового товара в ассортимент до момента его покупки конечным потребителем.
 - d. Время для принятия решения производить товар (или его часть), либо закупать.
2. Производитель кофевамок А предоставляет компании по прокату автомобилей В кофеварки в аренду. Точно также компания В предоставляет в аренду автомобили фирме А. Какой термин описывает данную ситуацию?
 - a. Перекрестная продажа
 - b. Рейтинг поставщиков
 - c. Производный спрос
 - d. Взаимные продажи
3. Какой термин описывает бесплатное распространение печатного издания среди людей, которые принадлежат к определенной целевой группе, и которые сделали пометку в неспециализированном издании о своем желании получать дополнительное печатное издание?
 - a. Отобранные прямые почтовые рассылки
 - b. Специальное распределение по интересам
 - c. Селективное распределение
 - d. Контролируемый тираж
4. Каким образом распределяются затраты при отнесении прямых издержек?
 - a. Прямые затраты относят к каждой единице товара, тогда как косвенные затраты добавляют к конечной сумме.
 - b. Переменные издержки относят к каждой единице товара, тогда как общие постоянные издержки добавляются к конечной сумме.
 - c. Как переменные издержки, так и постоянные относят к единице товара.
 - d. Как прямые, так и косвенные затраты относят к единице товара.
5. Производитель жевательной резинки подразделил рынок на три группы потребителей, для которых особенно важны чистота и здоровье зубов, свежее дыхание и вкус продукта соответственно. Какой тип сегментации использует производитель?
 - a. Социо-демографическая сегментация
 - b. Сегментация по преимуществу товара
 - c. Сегментация по стилю жизни
 - d. Психологическая сегментация
- 2
6. Недавно компания Халос, которая следует стратегии индивидуальной торговой марки, изменила свою торговую марку шампуня для детей на шампунь для взрослых. Какой термин применим в данной ситуации?
 - a. Пере-позиционирование
 - b. Насыщение товарного ассортимента

c. Расширение товарного ассортимента

d. Сокращение ассортимента

7. Какой термин является правильным для исследования, в котором несколько сторон готовят собственные вопросы для одной общей анкеты, а затем каждая сторона получает результаты только на собственные вопросы?

a. Объединенное исследование (с нотариальным наблюдением)

b. Синдицированное (универсальное) исследование

c. Исследование Дельфи

d. Исследование для нескольких клиентов

8. Компания Alexander использует одну и ту же торговую марку для сигарет и одежды. Какой термин определяет данную стратегию?

a. Смена марки

b. Расширение марки

c. Совместная марка

d. Индивидуальная торговая марка

9. Компания Artcaffe, производитель кофе, имеет следующие данные по исследованию рынка для своего нового товара, кофе с ароматом рома:

- цена данного масла на 20% выше средней цены на рынке

- интенсивность использования составляет 15% выше среднего

- сформированное узнавание марки составляет 75%

- покупательское намерение составляет 3.5 по пятибалльной шкале

- кумулятивная степень проникновения составляет 15%

- процент повторной покупки равен 25%

- выборочное вспоминание равно 33%.

Какова будет доля рынка кофе в процентах на основании данной информации?

a. 3,88%

b. 4,31%

c. 6,88%

d. 9,06%

10. Стратегический маркетинговый план все чаще и чаще содержит широкую миссию.

В большинстве случаев подразумевается, что маркетинговая концепция является основополагающей для организации. Что означает термин .концепция маркетинга.?

a. Концепция, что организация должна обеспечить потребителей товарами, которые они желают.

b. Концепция, что затраты на маркетинговую деятельность имеют наибольшую значимость для организации.

c. Философия, утверждающая что департамент маркетинга должен быть на одном уровне с другими функциональными департаментами в организационной схеме.

d. Философия, утверждающая что интересы и нужды потребителей должны быть исходной точкой в управлении организацией.

11. Петра собирается приобрести новый автомобиль. Она обращает внимание не на все возможные марки машины, так ее бюджет ограничен, и она хочет автомобиль-универсал.

В каком комплекте находится конечный выбор покупки?

a. Совокупный комплект

b. Комплект рассмотрения

c. Комплект выбора

d. Комплект осведомленности

12. Aurora . это розничная сеть с формулой «магазин в магазине» и ассортиментом, направленным на женщин различных возрастных групп. Компания имеет три формулы магазинов для обуви, женской одежды и белья. Какой подход к рынку использует сеть Aurora?

a. Концентрированный маркетинг

b. Специализированный маркетинг

c. Недифференцированный маркетинг

d. Дифференцированный маркетинг

13. Розничный торговец желает изменить собственную формулу магазина. Для этого он использует стратегию апгрейдинга или «торговли на повышение». Какие виды деятельности принадлежат к данной стратегии?

- a. Добавление в ассортимент товаров по высокой цене и высокого качества
- b. Повышение коэффициента прибыльности путем добавления частных марок
- c. Расширение ассортимента путем параллелизма
- d. Повышение уровня качества и/или обслуживания

14. Какая шкала используется для измерения ответа респондента, используя противоположные пары слов?

- a. Рациональная шкала
- b. Семантический дифференциал
- c. Шкала Лайкерта
- d. Номинальная шкала

15. Несколько раз в год универмаг Ingles приглашает своих обладателей карточек постоянных клиентов на дополнительный вечер распродаж. Какую стратегию использует компания Ingles в данном случае?

- a. Углубление рынка
- b. Расширение рынка
- c. Развитие рынка
- d. Диверсификация

16. Что характерно для порядковой шкалы измерения?

- a. Числовое расстояние между значениями определяет единицы измерения
- b. Нет точки «ноль», но указаны единицы измерения
- c. Не указаны единицы измерения
- d. Присутствует точка «ноль», но не указываются единицы измерения

17. В среде организации существует большое количество неконтролируемых факторов, которые важно учитывать в маркетинговой деятельности. Какие виды неконтролируемых факторов относятся к данной среде?

- a. Возрастающее количество конкурентов, обучение персонала посредством внешних консалтинговых компаний, наличие достаточного количества ликвидных активов во внутреннем банке
- b. Повышение низкой мотивации персонала, демографические тенденции и природные события
- c. Нехватка производственных мощностей для удовлетворения спроса на рынке, растущая конкуренция
- d. Увеличивающееся количество конкурентов, быстро протекающие и сменяющие друг друга изменения в технической и социо-экономической среде

18. Что означает достоверность в маркетинговом исследовании?

- a. Степень, в которой одинаковые результаты измеряются при подобных обстоятельствах
- b. Степень, в которой интервьюеры были в достаточной мере последовательны при постановке вопросов
- c. Степень, в которой то, что было измерено, соответствует тому, что являлось целью измерения
- d. Вопрос, была ли выборка достаточно большой для принятия решений на основе результатов исследования

19. При каких обстоятельствах познавательный (когнитивный) диссонанс возникнет у потребителей с наибольшей вероятностью?

- a. При большом различии между товарами и сильном вовлечении потребителя.
- b. При небольшом различии между товарами и сильном вовлечении потребителя.
- c. При большом различии между товарами и низким вовлечении потребителя.
- d. При небольшом различии между товарами и низким вовлечении потребителя.

20. www.books-for-you.ru предлагает широкий ассортимент книг через электронные книжные магазины. Потребители платят в среднем на 10% меньше за книгу, чем в обыкновенном магазине. Однако они оплачивают административные и почтовые расходы. В результате, цена оказывается такой же, как и в книжном магазине. Для заказов меньше чем на 1000 рублей, включая административные и почтовые расходы, www. books-for-you.ru запрашивает доплату в 85 рублей в связи с достаточно высокими расходами по обработке заказа. Какой термин описывает данную доплату как стратегию?

- a. Дифференциация цен
- b. Установление цен с надбавкой
- c. Ценовая дискриминация
- d. Стратегия «снятия сливок»

Правильные ответы

- 1 b 6 a 11 c 16 b
- 2 d 7 d 12 d 17 d
- 3 d 8 b 13 d 18 c
- 4 b 9 b 14 b 19 d
- 5 b 10 d 15 a 20 a

1. Как осуществляется текущий контроль в организации?

- 1. Путем заслушивания работников организации на производственных совещаниях;
- 2. Путем наблюдения за работой работников;
- 3. + С помощью системы обратной связи между руководящей и руководимой системами;
- 4. Путем докладов на сборах и совещаниях;
- 5. Вышестоящей структурой.

2. Тест. Кто должен осуществлять контроль за выполнением поставленных задач перед коллективом?

- 1. Специалисты;
- 2. Работники;
- 3. + Руководители;
- 4. Отдельные руководители;
- 5. Министерства.

3. Контроль - это:

- 1. + Вид управленческой деятельности по обеспечению выполнения определенных задач и достижения целей организации;
- 2. Вид человеческой деятельности;
- 3. Наблюдение за работой персонала организации;
- 4. Наблюдение за выполнением персоналом отдельных заданий;
- 5. Постоянная проверка того, как организация осуществляет свои цели и корректирует свои действия.

4. Для сокращения потребности в контроле целесообразно:

- 1. + Создавать организационные и социально-психологические условия для персонала;
- 2. Создавать соответствующие социальные условия для персонала;
- 3. Создавать соответствующие организационные условия для персонала;
- 4. Постоянно совершенствовать систему стимулирования труда персонала;
- 5. Постоянно повышать квалификацию персонала.

5. Контроль должен быть:

- 1. Объективным и гласным;
- 2. Гласным и действенным;
- 3. + Объективным, деловым, эффективным, систематическим и гласным.
- 4. Эффективным;
- 5. Текущим.

6. Что есть основой мотивации труда в японских корпорациях?

1. Получение высоких материальных вознаграждений;
2. + Гармонизация между трудом и капиталом;
3. Признание заслуг;
4. Постоянное повышение квалификации персонала;
5. Достижение конкурентного преимущества.

7. Какие основные группы потребностей выделил украинский ученый Туган-Барановский?

1. Физиологические и альтруистические;
2. Половые и физиологические;
3. + Физиологические, половые, симптоматические инстинкты и потребности, альтруистические;
4. Физиологические и симптоматические;
5. Физиологические, потребности в безопасности, в отношениях принадлежности, в самовыражении, в самоактуализации.

8. Когда исторически возник вопрос мотивации труда?

1. Со времен появления денег;
2. Со времен возникновения организаций;
3. Со времен появления руководителя организации;
4. + Со времен зарождения организованного производства;
5. Во время буржуазных революций в Европе.

Тест - 9. Как следует понимать мотивы престижа?

1. Попытки работника занять высшую должность в организации;
2. + Попытки работника реализовать свою социальную роль, взять участие в общественно важной работе;
3. Попытки работника получать высокую зарплату;
4. Попытки работника взять участие в общественной работе;
5. Попытки работника иметь влияние на других людей.

10. Какие основные группы мотивов к труду выделил украинский ученый В. Подмарков?

1. Обеспечение и признание;
2. Признание и престиж;
3. + Обеспечение, признание, престиж;
4. Обеспечение и престиж;
5. Имидж, престиж.

11. Оперативные планы разрабатываются сроком на:

1. + Полгода, месяц, декаду, неделю;
2. По рабочим дням;
3. 3-5 лет;
4. 1 год;
5. 10 лет.

12. Под планированием понимают:

1. Вид деятельности;
2. + Отделённый вид управленческой деятельности, который определяет перспективу и будущее состояние организации;
3. Перспективу развития;
4. Состояние организации;
5. Интеграцию видов деятельности.

13. Организационное планирование осуществляется:

1. Только на высшем уровне управления;
2. На высшем и среднем уровнях управления;
3. На среднем уровне управления;
4. + На всех уровнях управления;
5. Определение потребностей подчиненных.

21. Если Вам придется объяснить, что представляет собой функция планирования, то Вы скажете что это:

1. + Установление целей и задач развития объектов управления, определение путей и средств их достижения;

2. Установление целей организации;

3. Определение путей и средств выполнения заданий;

4. Определение способов достижения целей организации;

5. Моделирование действий организации.

22. Одна из форм монополии, объединение многих промышленных, финансовых и торговых предприятий, которые формально сохраняют самостоятельность, а фактически подчинены финансовому контролю и руководству главенствующей в объединении группе предприятий:

1. + Концерн;

2. Картель;

3. Консорциум;

4. Корпорация;

5. Ассоциация.

23. Вид хозяйственной деятельности, при которой часть участников отвечает по долгам всем своим имуществом, а часть только в пределах своих взносов в уставной фонд

1. Дочернее товарищество;

2. Товарищество с ограниченной ответственностью;

3. Полное товарищество;

4. + Коммандитное товарищество;

5. Акционерное общество.

24. Вид хозяйственной деятельности, при которой ее участники отвечают по долгам предприятия своими взносами в уставной фонд, а при недостатке этих сумм - дополнительное имущество, которое им принадлежит:

1. Полное товарищество;

2. Товарищество с ограниченной ответственностью;

3. Коммандитное товарищество;

4. + Товарищество с дополнительной ответственностью;

5. Производственный кооператив.

25. Вид хозяйственной деятельности, когда все ее участники занимаются совместной предпринимательской деятельностью и несут солидарную ответственность по обязательствам общества всем своим имуществом это -:

1. Товарищество с дополнительной ответственностью;

2. Товарищество с ограниченной ответственностью;

3. + Полное товарищество;

4. Коммандитное товарищество;

5. Акционерное общество.

26. Организация, которая имеет однозначные внутренние взаимосвязи жесткую регламентацию всех сторон деятельности это:

1. Первичная организация;

2. Органическая организация;

3. Вторичная организация;

5. На корпоративном уровне.

14. К средствам мотивации труда не относятся:

1. Вознаграждения;

2. Проведение производственных совещаний;

3. Повышение квалификации персонала;

4. + Обеспечение условий для самовыражения;

5. Объявление благодарности.

15. На уверенности в том, что за определенную выполненную работу человек получит вознаграждение основывается следующая теория мотивации:

1. Справедливости;

2. Потребностей;

3. Вознаграждений;
4. + Ожиданий;
5. Предположений.

16. В соответствии с концепцией Мескона основные (общие) функции управления реализуются в следующем порядке:

1. + Планирование, организация, мотивация, контроль;
2. Организация, планирование, контроль, мотивация;
3. Планирование, организация, контроль, мотивация;
4. Мотивация, контроль, планирование, организация;
5. Стратегия, планирование, организация, контроль.

17. Когда осуществляется заключительный контроль в организации?

1. До фактического начала выполнения работ;
2. + После, выполнения запланированных работ;
3. В ходе проведения определенных работ;
4. Тогда, когда удобно руководителю;
5. После достижения поставленных целей.

18. Когда осуществляется текущий контроль в организации?

1. После выполнения определенных работ;
2. До фактического начала выполнения определенных работ;
3. + В ходе проведения определенных работ;
4. Тогда, когда удобно руководителю;
5. Тогда, когда удобно коллективу.

19. Что обеспечивает управленческая функция «мотивация»?

1. Достижение личных целей;
2. + Побуждение работников к эффективному выполнению поставленных задач;
3. Исполнение принятых управленческих решений;
4. Обеспечение бесспорного влияния на подчиненного;
5. Побуждение работников к деятельности.

20. Если вам придется объяснять, что представляет собой функция мотивации, то Вы скажете, что это:

1. Процесс достижения поставленных перед администрацией целей;
2. Побуждение себя к эффективной деятельности;
3. + Процесс побуждения себя и других к эффективной деятельности достижения поставленных перед организацией целей;
4. Способ влияния на персонал с целью достижения целей;
4. + Механистическая организация;
5. Динамичная организация.

27. Определяются следующие фазы жизненного цикла организации:

1. Создание, становление, развитие, возрождение;
2. Рождение, зрелость;
3. + Рождение, детство, юность, зрелость, старение, возрождение;
4. Рождение, зрелость, возрождение;
5. Создание, развитие, зрелость, старение.

28. К основным составляющим элементам внутренней среды организации не относятся:

1. Потребители, конкуренты, законы;
2. + Цели, задачи;
3. Персонал, технологии;
4. Структура управления;
5. Потребители.

29. Что следует понимать под миссией организации?

1. Основные задания организации;
2. Основные функции организации;
3. Основное направление деятельности;
4. + Четко выраженные причины существования;

5. Основные принципы организации.

30. Если Вам придется объяснять что следует понимать под организацией, Вы скажете, что это:

1. Объединение людей для выполнения определенных работ;
2. + Сознательное объединение людей, которое действует на основании определенных процедур и правил и совместно реализует определенную программу или цели;
3. Группа людей, которые совместно реализуют определенные программы; .
4. Группа людей, которые объединяются на основе симпатии друг к другу для реализации личных целей;
5. Объединение людей по интересам.

31. К внутренней среде относятся:

1. Поставщики, трудовые ресурсы, законы и учреждения государственного регулирования, потребители, конкуренты;
2. Состояние экономики, изменения в политике, социальная культура, НТП, технологии, групповые интересы, международная среда;
3. + Цели, кадры, задачи, структура, технология, организационная культура;
4. Планы, прогнозы, организационная структура, мотивация, контроль ;
5. Партнеры, персонал, социально-психологические условия.

32. Тест по менеджменту. К внешней среде организации непрямого действия относятся:

1. Поставщики, трудовые ресурсы, законы и учреждения государственного регулирования, потребители, конкуренты;
2. + Состояние экономики, изменения в политике, социальная культура, НТП, технологии, групповые интересы, международная среда;
3. Цели, кадры, задачи, структура, технология, организационная культура;
4. Планы, прогнозы, организационная структура, мотивация, контроль;
5. Партнеры, персонал, социально-психологические условия.

33. Какие принципы менеджмента обосновал в своей книге «Никомахова этика» древнегреческий философ Аристотель?

1. + Этические и эстетические принципы;
2. Организационные;
3. Корпоративные;
4. Моральные принципы;
5. Специфические принципы.

34. Как можно объяснить сущность принципа «подчиненность личного интереса общему»?

1. В организации всегда должен учитываться только личный интерес руководителей организации;
2. Интерес одного работника должен преобладать над интересами организации в целом;
3. Интерес отдельных менеджеров должен преобладать над интересами отдельных групп работников;
4. + В организации интересы одного работника или группы не должны преобладать над интересами организации в целом;
5. Интерес организации не должен преобладать над интересами коллектива.

35. Что предусматривает дисциплина как принцип менеджмента?

1. Выполнение всеми работниками поставленных заданий;
2. + Четкое придерживание администрацией предприятия и его персоналом заключенного коллективного договора и контракта;
3. Выполнение менеджерами поставленных заданий;
4. Выполнение работниками аппарата управления поставленных заданий;
5. Полное подчинение работников руководящему аппарату.

36. Что должны отражать современные принципы менеджмента?

1. Основные закономерности управления;
2. Основные связи, которые складываются в системе;
3. Основные отношения, которые складываются в системе;

4. + Основные свойства, связи и отношения управления, которые складываются в системе;
5. Обязательное наличие цели при управлении.

37. Что является основой управления какой либо системы?

1. + Принципы, которые отражают рыночные условия хозяйствования;
2. Методы менеджмента;
3. Функции менеджмента;
4. Финансовые ресурсы;
5. Объект менеджмента.

38. Где по мнению отечественных и зарубежных специалистов менеджмента формировалась практика управления организацией?

1. В Шумерии, Македонии, Риме, Киевской Руси;
2. В Киевской Руси;
3. + В Риме и Шумерии;
4. В Шумерии и Македонии;
5. В Русской империи.

Тест. 39. Подход, который требует принятия оптимального решения, которое зависит от соотношения взаимодействующих факторов - это:

1. + Ситуационный подход;
2. Системный подход;
3. Процессный подход;
4. Поведенческий подход;
5. Текущий подход. ;

40. Если управление рассматривает все процессы и явления в виде целостной системы, которая имеет новые качества и функции, которые отсутствуют у элементов, которые их составляют, то мы имеем дело с:

1. Поведенческим подходом.
2. Процессным подходом;
3. Ситуационным подходом;
4. + Системным подходом;
5. Текущим подходом.

41. Что является составляющим элементом управления?

1. + Маркетинг;
2. Менеджмент;
3. Экономические процессы;
4. Социально-экономические процессы;
5. Финансы.

42. Каким методам управления, организациями принадлежит ведущая роль в современных условиях?

1. + Экономическим;
2. Социально-психологическим;
3. Организационно-распорядительным;
4. Распорядительным;
5. Социально-экономическим.

43. К первичным потребностям относятся:

1. Психологические;
2. + Физиологические;
3. Экономические;
4. Материальные;
5. Социальные.

44. Потребности бывают:

1. Первичные и внутренние;
2. Внутренние и вторичные;
3. + Первичные, вторичные, внутренние и внешние;
4. Внутренние и внешние;

5. Первичные и внешние.

45. Мотивация базируется на:

1. Потребностях и самовыражении;
2. + Потребностях и вознаграждениях;
3. Вознаграждениях и удовлетворении отдельных людей;
4. Удовлетворении всех людей;
5. Самовыражении и вознаграждениях.

46. Основной формой материального стимулирования персонала организации является:

1. Премии;
2. Премии и ценные подарки;
3. Ценные подарки и зарплата;
4. + Зарплата;
5. Премии и зарплата.

47. Что создает структуру управления организацией?

1. Совокупность линейных органов управления;
2. Совокупность функциональных служб;
3. Совокупность линейных и функциональных служб (органов);
4. + Совокупность органов управления;
5. Совокупность программно-целевых служб.

48. Анализ конкурентов организации проводится с целью:

1. Определения их стратегии и сильных сторон;
2. Определения их целей и сильных сторон;
3. + Определения их целей, стратегий, сильных и слабых сторон;
4. Определения стратегии;
5. Определения их целей и слабых сторон.

49. Цели организации должны удовлетворить такие основные требования:

1. + Достижимость, конкретность, ориентация во времени;
2. Достижимость и ориентация во времени;
3. Ориентация во времени и конкретность;
4. Достижимость;
5. Ориентация во времени.

50. Когда получил широкое распространение в экономической литературе термин «организация»?

1. В 20-е годы XX столетия;
2. В 30-е годы XX столетия;
3. + В 60-е годы XX столетия;
4. В 70-е годы XX столетия;
5. В 80-е годы XX столетия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудитории 204, 211, 208 оснащены персональными компьютерами, объединенными в локальную сеть с выходом в Интернет. В процессе обучения используются современные программно-методические комплексы. ПО: Microsoft Office2003, Microsoft Office Visio 2007, Консультатн+, Гарант, Open Office. При использовании электронных изданий каждый обучающийся во время самостоятельной подготовки обеспечен рабочим местом в компьютерном классе с выходом в Интернет в соответствии с объемом изучаемой дисциплины.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Основная:

1. Ким С.А. Маркетинг [электронный ресурс]: учебник/ С.А. Ким – М. Дашков и К, 2015. - 258 с. - Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/174176>
2. Морозов Ю.В. Основы маркетинга [электронный ресурс]: учебное пособие Ю.В. - М. Дашков и К, 2013. - 148 с. - Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/174177>
3. Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент [электронный ресурс]: учебное пособие/ Л.А. Дробышева – М. Дашков и К, 2014. - 150 с. - Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/174186>
4. Коробко В. И. Теория управления [электронный ресурс]: учебное пособие/ В. И Коробко – М. Юнити-Дана, 2012. - 384 с. - Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/197629>
5. Стратегический менеджмент [электронный ресурс]: Учебник для вузов/ Фомичев А.Н. - Дашков и К, 2014. - 468 с. - Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/174181>
6. Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент [электронный ресурс]: учебное пособие/ Л.А. Дробышева – М. Дашков и К, 2014. - 150 с. - Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/174186>

Дополнительная учебная литература

7. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс: учебник / Ф. Котлер. - СПб.: Пи-тер, 2006. – 464 с.
8. Маслова Т.Д. Маркетинг: учебник (Гриф УМО) / Т. Д. Маслова, С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. - СПб.: Питер, 2006. – 400 с.
9. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: учебник / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - СПб.: Питер, 2006. – 816 с.
10. Филиппов С.В. Методическое пособие по подготовке и оформлению курсовой работы по дисциплине "Маркетинг" для студентов специальности 060800- "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)": учебно-методическое издание / С. В. Филиппов. - Каменск-Шахтинский: ООО "Литера", 2009. - 32 с.
11. Глухов В.В. Менеджмент: учебник (Гриф УМО) / В. В. Глухов. - СПб.: Питер, 2006. – 608 с.
12. Дементьева А.Г. Управление персоналом: учебник (Гриф УМО) / А. Г. Дементьева, М. И. Соколова. - М.: Магистр, 2008. – 287 с.
13. Семенов А.К. Основы менеджмента: учебник (Гриф Минобразования РФ) / А. К. Семенов, В. И. Набоков. - М.: Дашков и К, 2008. - 556 с.
14. Круглова Н.Ю. Основы менеджмента [текст]: учебное пособие / Н. Ю. Круглова. - М.: КНОРУС, 2013. - 500 с.
15. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: учебник / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. - СПб.: Питер, 2006. – 816 с.
16. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс: учебник / Ф. Котлер. - СПб.: Питер, 2006. - 464с.
17. Ермасова Н.Б. Риск - менеджмент организации [текст]: учебно - практическое пособие / Н. Б. Ермасова. - М.: Дашков и К, 2008. - 380 с.



18. Филиппов Сергей Викторович Менеджмент: Методические указания к практическим и самостоятельным работам / Каменский институт (филиал) ЮРГПУ(НПИ) им. М.И. Платова, Каменск-Шахтинский, 2016.– 27с

Информационные справочные системы, профессиональные базы данных

19. Библиотека Гумер - гуманитарные науки: [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.gumer.info/>
20. ЭКОНОМИКА. СОЦИОЛОГИЯ. МЕНЕДЖМЕНТ: [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://ecsocman.edu.ru/>
21. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ: [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://eur.ru>

Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Microsoft Windows 7,8,10 лицензия 700594648
2. Microsoft Office 2007 Professional Plus лицензия 42947565

Обновление основной образовательной программы в части содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля) (изменения и дополнения к рабочей программе) на 2016/2017 учебный год

В рабочую программу Б1.В.ДВ.08.02 Менеджмент и маркетинг в энергетике

для направления подготовки (специальности) 13.03.02 Электроэнергетика и электротехника, направленность Электроснабжение, год набора - 2013, форма обучения - заочная с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы вносятся следующие изменения:

Содержание пункта 7. рабочей программы в части п/п «Информационные справочные системы, профессиональные базы данных» до обновления	Содержание пункта 7. рабочей программы в части п/п «Информационные справочные системы, профессиональные базы данных» после обновления
<p>19. Библиотека Гумер - гуманитарные науки: [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.gumer.info/</p> <p>20. ЭКОНОМИКА. СОЦИОЛОГИЯ. МЕНЕДЖМЕНТ: [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://ecsocman.edu.ru/</p> <p>21. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ: [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://eup.ru</p>	<p>1. Информационно-справочная система «Электрик» http://www.electrik.org/</p> <p>2. Независимая информационно-консалтинговая компания Enerdata https://www.enerdata.ru/</p> <p>3. Научная электронная библиотека: http://www.elibrary.ru</p> <p>4. ЭБС Книгафонд: http://www.knigofond.ru</p> <p>5. ЭБС http://e.lanbook.com/</p> <p>6. Единое окно доступа к информационным ресурсам http://window.edu.ru</p> <p>7. ГОСТ 6.38-90 ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СТАНДАРТ СОЮЗА ССР Унифицированные системы документации СИСТЕМА ОРГАНИЗАЦИОННО-РАСПОРЯДИТЕЛЬНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ Требования к оформлению документов http://docs.cntd.ru/document/gost-6.38-90</p> <p>8. Международный исторический журнал - http://www.history.machaon.ru/</p> <p>9. База данных экономики и права. – Режим доступа: http://www.polpred.com</p>

дополнения: лицензии на программное обеспечение обновлены

Заведующий кафедрой Т и Т Состина Е.В.



Герновский О.А.

31 августа 2016 г.

Обновление основной образовательной программы в части содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля) (изменения и дополнения к рабочей программе) на 2016/2017 учебный год

В рабочую программу Б1.В.ДВ.08.02 Менеджмент и маркетинг в энергетике

для направления подготовки (специальности) 13.03.02 Электроэнергетика и электротехника, направленность Электроснабжение, год набора - 2013, форма обучения - заочная с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы вносятся следующие изменения:

<p>Содержание пункта 7. рабочей программы в части п/п «Информационные справочные системы, профессиональные базы данных» до обновления</p>	<p>Содержание пункта 7. рабочей программы в части п/п «Информационные справочные системы, профессиональные базы данных» после обновления</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Информационно-справочная система «Электрик» http://www.electrik.org/ 2. Независимая информационно-консалтинговая компания Enerdata https://www.enerdata.ru/ 3. Научная электронная библиотека: http://www.elibrary.ru 4. ЭБС Книгафонд: http://www.knigofond.ru 5. ЭБС http://e.lanbook.com/ 6. Единое окно доступа к информационным ресурсам http://window.edu.ru 7. ГОСТ 6.38-90 ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СТАНДАРТ СОЮЗА ССР Унифицированные системы документации СИСТЕМА ОРГАНИЗАЦИОННО-РАСПОРЯДИТЕЛЬНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ Требования к оформлению документов http://docs.cntd.ru/document/gost-6.38-90 8. Международный исторический журнал - http://www.history.machaon.ru/ 9. База данных экономики и права. – Режим доступа: http://www.polpred.com 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Профессиональные справочные системы «Техэксперт» http://195.209.112.161:3000/ 2. Информационно-справочная система «Электрик» http://www.electrik.org/ 3. Независимая информационно-консалтинговая компания Enerdata https://www.enerdata.ru/ 4. Научная электронная библиотека: http://www.elibrary.ru 5. ЭБС Книгафонд: http://www.knigofond.ru 6. ЭБС http://e.lanbook.com/ 7. Единое окно доступа к информационным ресурсам http://window.edu.ru 8. РД 34.01.101-93 Номенклатура документов электроэнергетической отрасли http://www.gosthelp.ru/text/rd340110193 9. Ресурсы WWW по истории России - http://www.history.ru/histr.htm 10. Официальный сайт Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам. Полные тексты законов Российской Федерации в области охраны интеллектуальной собственности. - Режим доступа: http://www.fips.ru 11. Сайт Российского авторского общества (РАО). Информация, касающаяся защиты авторских прав, условия коллективного управления имущественными правами авторов, консультации юристов. - Режим доступа: http://www.rao.ru

дополнения: лицензии на программное обеспечение обновлены

Заведующий кафедрой Т и Т Гасанов А.Б.



Изменения основной образовательной программы в части рабочей программы дисциплины (модуля)

(в связи с вступлением в силу с 01.09.2017 г. Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 г.)

Рабочей программы по дисциплине: Менеджмент и маркетинг в энергетике.

для направления подготовки (специальности) 13.03.02

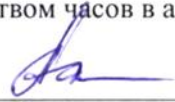
Электроэнергетика и электротехника, Электроснабжение, год набора- 2013, форма обучения- заочная

1. Пункт 3 читать в следующей редакции

№ семестра	Формы организации работы обучающихся	Всего часов по учебному плану, ак. час / астр. час	Контактная работа, ак. час / астр. час		Самостоятельная работа обучающихся, ак. час / астр. час
			аудиторная	вне-аудиторная	
8	лекции	0 / 0	0 / 0	х	х
	лабораторные работы	0 / 0	0 / 0	х	х
	практические занятия (семинарские занятия)	2 / 1,5	2 / 1,5	х	х
	контактная внеаудиторная работа, самостоятельная работа обучающихся в период обучения	7 / 5,25	х	0 / 0	7 / 5,25
	контактная внеаудиторная работа, самостоятельная работа обучающихся в период экзаменационной сессии	0 / 0	х	0 / 0	0 / 0
	ВСЕГО за 8 семестр	9 / 6,75	2 / 1,5	0 / 0	7 / 5,25
9	лекции	4 / 3	4 / 3	х	х
	лабораторные работы	/ 0	0 / 0	х	х
	практические занятия (семинарские занятия)	6 / 4,5	6 / 4,5	х	х
	контактная внеаудиторная работа, самостоятельная работа обучающихся в период обучения	49 / 36,75	х	0,6 / 0,45	48,4 / 36,3
	контактная внеаудиторная работа, самостоятельная работа обучающихся в период экзаменационной сессии	4 / 3	х	0,25 / 0,1875	3,75 / 2,8125
	ВСЕГО за 9 семестр	63 / 47,25	10 / 7,5	0,85 / 0,6375	52,15 / 39,1125
ИТОГО по дисциплине		72 / 54	12 / 9	0,85 / 0,6375	59,15 / 44,3625

2. В п. 4 количество часов в часах считать количеством часов в академических часах.

Заведующий кафедрой ТиТ Гасанов А.Б. _____



Утверждаю:
Директор



Терновский О.А.
01 сентября 2017 г.