

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Высшая школа современных социальных наук (факультет)

Утверждаю
Директор

ВШССН (факультета)

МГУ имени М.В.Ломоносова

академик Г.В.Осипов

_____ 20__ г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Стратегический маркетинг»

для магистров по направлению подготовки:

38.04.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) подготовки: «Цифровой маркетинг»

Форма обучения: очная

Программа одобрена на заседании Ученого совета ВШССН
2020 года, протокол № 6

Москва, 2022

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки (специальности) 38.04.02. «Менеджмент» (уровень магистратуры), утвержден решением Ученого совета МГУ имени М.В. Ломоносова от 27 июня 2011 года, протокол № 3, введен в действие приказом ректора МГУ имени М.В. Ломоносова от 22 июля 2011 года № 729.

Год (годы) приема на обучение _____

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО: относится к уточняющим предметам, дисциплина по выбору. Данная дисциплина предусмотрена учебным планом во 2 семестре, на 1 курсе.

2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля) включают в себя освоение следующих дисциплин:

- «Стратегический менеджмент»

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников.

Компетенции выпускников (коды)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с компетенциями
<p>Компетенция УК-3: готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения</p>	<p>Знать: особенности анализа потребностей, возможностей бизнеса и конкуренции в рамках стратегического маркетинга; особенности разработки ориентированной на рынок стратегии развития на предприятии; Уметь: оценивать рыночную ситуацию; проводить маркетинговые исследования; оценивать конкурентоспособность предприятия и повышать ее; Владеть навыками: творческого обобщения полученных знаний; конкретного и объективного изложения своих знаний; обработки, анализа и представления результатов маркетинговых исследований;</p>
<p>Компетенция ПК-2: способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p>	<p>Знать: особенности анализа потребностей, возможностей бизнеса и конкуренции в рамках стратегического маркетинга; особенности разработки ориентированной на рынок стратегии развития на предприятии; Уметь: оценивать рыночную ситуацию; проводить маркетинговые исследования; оценивать конкурентоспособность предприятия и повышать ее; Владеть навыками: творческого обобщения полученных знаний; конкретного и объективного изложения своих знаний; обработки, анализа и представления результатов маркетинговых исследований;</p>
<p>Компетенция СПК-1: знание основных подходов, методов и инструментов цифрового маркетинга и информационно-коммуникационных технологий</p>	<p>Знать: особенности анализа потребностей, возможностей бизнеса и конкуренции в рамках стратегического маркетинга; особенности разработки ориентированной на рынок стратегии развития на предприятии; Уметь: оценивать рыночную ситуацию; проводить маркетинговые исследования; оценивать конкурентоспособность предприятия и повышать ее; Владеть навыками: творческого обобщения полученных знаний; конкретного и объективного изложения своих знаний; обработки, анализа и представления результатов маркетинговых исследований;</p>
<p>Компетенция СПК-4: умение разрабатывать и</p>	<p>Знать: особенности анализа потребностей, возможностей бизнеса и конкуренции в рамках стратегического</p>

<p>реализовывать маркетинговые проекты в цифровых средах для обеспечения конкурентоспособности организации</p>	<p>маркетинга; особенности разработки ориентированной на рынок стратегии развития на предприятии; Уметь: оценивать рыночную ситуацию; проводить маркетинговые исследования; оценивать конкурентоспособность предприятия и повышать ее; Владеть навыками: творческого обобщения полученных знаний; конкретного и объективного изложения своих знаний; обработки, анализа и представления результатов маркетинговых исследований;</p>
<p>Компетенция СПК-5: владение технологиями моделирования стратегий компаний в области цифрового маркетинга в условиях риска и неопределенности</p>	<p>Знать: особенности анализа потребностей, возможностей бизнеса и конкуренции в рамках стратегического маркетинга; особенности разработки ориентированной на рынок стратегии развития на предприятии; Уметь: оценивать рыночную ситуацию; проводить маркетинговые исследования; оценивать конкурентоспособность предприятия и повышать ее; Владеть навыками: творческого обобщения полученных знаний; конкретного и объективного изложения своих знаний; обработки, анализа и представления результатов маркетинговых исследований;</p>
<p>Компетенция СПК-6: умение использовать оптимальные инструменты цифрового маркетинга для решения конкретных бизнес-задач</p>	<p>Знать: особенности анализа потребностей, возможностей бизнеса и конкуренции в рамках стратегического маркетинга; особенности разработки ориентированной на рынок стратегии развития на предприятии; Уметь: оценивать рыночную ситуацию; проводить маркетинговые исследования; оценивать конкурентоспособность предприятия и повышать ее; Владеть навыками: творческого обобщения полученных знаний; конкретного и объективного изложения своих знаний; обработки, анализа и представления результатов маркетинговых исследований;</p>

4. Объем дисциплины (модуля) составляет 3 з.е., в том числе 108 академических часов, из которых 70 академических часа составляет контактная работа с преподавателем, из них 42 академических часа – лекционная часть, 28 академических часов — семинары, 38 академических часов составляет самостоятельная работа.

5. Формат обучения: очно.

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и виды учебных занятий

<p>Наименование разделов и тем дисциплины (модуля),</p>	<p>Номинальные трудозатраты обучающегося</p>		<p>Всего академических часов</p>	<p>Форма текущего контроля успеваемости</p>
	<p>Контактная работа (работа во</p>	<p>Самостоятельная</p>		

Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, академические часы		работа обучающегося, академические часы		ти*
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа			
Тема 1 Особенности стратегического управления	4	4	6		Устный опрос, обсуждение докладов
Тема 2 Выбор стратегических альтернатив	6	4	6		Устный опрос, обсуждение докладов, эссе
Тема 3 Предмет «Стратегический маркетинг»	4	4	6		Устный опрос, обсуждение докладов
Тема 4 Функции и задачи стратегического и операционного маркетинга	4	6	6		Устный опрос, обсуждение докладов, контрольная работа
Тема 5 Иерархия стратегий в маркетинге	4	4	6		Устный опрос, обсуждение докладов
Тема 6 Корпоративные стратегии	4	6	6		Устный опрос, обсуждение докладов, практическое задание
Тема 7 Функциональные стратегии	6	6	6		Устный опрос, обсуждение докладов
Тема 8 Инструментальные стратегии	8	8	6		Устный опрос, обсуждение докладов, реферат
Промежуточная аттестация					

(зачет(ы) и (или) экзамен(ы))					
Итого				108	—

5.2. Содержание разделов дисциплины

Раздел (темы)	Содержание
Особенности стратегического управления	Необходимость стратегического управления. Сущность стратегического управления и его отличие от оперативного управления. Преимущества и недостатки стратегического управления. Стратегическое управление – как совокупность взаимосвязанных управленческих процессов: анализ среды, определение миссии и целей, анализ и выбор стратегии, выполнение стратегии, оценка и контроль выполнения стратегий.
Выбор стратегических альтернатив	Основные стратегические альтернативы: ограниченный рост, рост, сокращение, сочетание различных стратегий. Факторы, влияющие на выбор стратегических альтернатив: риск, знание прошлых стратегий, реакция на владельцев, фактор времени.
Стратегический маркетинг	Прикладные аспекты маркетинговой деятельности фирмы: аналитический (понимание рынков, всесторонний их анализ), активный (проникновение на рынки, воздействие на них). Объекты стратегического маркетинга. Влияние стратегического маркетинга на эффективность объектов.
Функции и задачи стратегического и операционного маркетинга	Особенности стратегического маркетинга. Основные критерии оценки эффективности стратегических позиций фирмы на рынке. Стратегический маркетинг (функции и задачи). Операционный маркетинг (функции и задачи).
Иерархия стратегий в маркетинге	Выбор целевого сегмента рынка. Уровни маркетинговых стратегий: корпоративный, функциональный, инструментальный. Взаимосвязь спроса, цели, стратегии и инструментов маркетинга. Стратегии регулирования спроса.
Корпоративные стратегии	Портфельные стратегии (Портфолио-анализ). Маркетинговая стратегическая матрица. Матрица возможностей рынок/продукт. Матрица «Бостон консалтинг груп (БКГ)». Стратегии роста. Интенсивный рост. Интеграционный рост. Диверсификация: концентрическая, горизонтальная, конгломератная (латеральная). Конкурентные стратегии. Преимущества и недостатки стратегических моделей.
Функциональные стратегии	Стратегии сегментации рынка. Альтернативные методы удовлетворения целевого рынка. Принципы сегментирования рынка. Стратегии позиционирования. Этапы позиционирования. Сегментирование, позиционирование, дифференциация: продуктовая, сервисная, персонала, имиджа. Ошибки позиционирования. Стратегии комплекса маркетинга (маркетинг-микс)
Инструментальные стратегии	Стратегические решения для элементов комплекса маркетинга. Стратегические решения продуктовой политики. Стратегические решения ценовой политики. Стратегические решения сбытовой политики. Стратегические решения коммуникативной политики.

Планы семинарских занятий:

Тема 1. Сущность концепции стратегического маркетинга

Вопросы к семинару:

(занятие может проводиться в виде диспута)

1. Новая макромаркетинговая среда и ее влияние на процессы, происходящие в торговле:
 - экономическая ситуация
 - технологические инновации
 - социокультурные изменения
 - движение в защиту прав потребителя
 - защита окружающей среды и др.
 2. Дайте определение термина «общие впечатления от предприятия розничной торговли». Затем опишите какую-либо неприятную ситуацию, с которой вы столкнулись в сфере розничной торговли. Объясните, что именно вызвало ваше недовольство
 3. Что, по-вашему мнению, происходит с уровнем обслуживания потребителей в розничной торговле – он повышается, или наоборот, снижается? Почему? (примеры из практики работы предприятий на российском рынке).
 4. Назовите основные составляющие процесса стратегического маркетинга.
- Литература:* основная – [1, 2, 3];
дополнительная – [2, 3, 5].

Тема 2. Стратегия целевого маркетинга розничного торгового предприятия

Вопросы к семинару:

1. С какой целью розничное торговое предприятие проводит сегментацию рынка.
 2. Назовите специфические признаки сегментации рынка розничного торгового предприятия.
 3. Приведите конкретные примеры использования сегментации рынка розничными торговыми предприятиями по психографическим и поведенческим признакам.
 4. Просегментировав рынок, розничное торговое предприятие выделило пять возможных сегментов. Каковы дальнейшие действия предприятия по выбору основного сегмента?
 5. Дайте определение понятия «позиционирование» и поясните важность использования стратегии позиционирования для розничного торгового предприятия. Проанализируйте позиционирование известных вам розничных торговых предприятий
 6. Сравните стратегию массового маркетинга, используемую супермаркетом и концентрированного маркетинга, используемую булочной, где продаются дорогие кондитерские изделия и хлеб. Может ли розничный торговец сочетать обе стратегии. Если да, то как.
- Тематическая дискуссия: “Влияние признаков сегментирования на поведение покупателя в различных форматах магазинов”
- Литература:* основная – [1, 4, 5];
дополнительная – [1, 2, 3, 5, 6].

Тема 3. Конкуренция в розничной торговле

Вопросы к семинару:

1. Факторы, определяющие конкурентоспособность в розничной торговле.
2. Назовите основные аспекты понятия «конкурентоспособность».

3. Охарактеризуйте типы конкуренции в розничной торговле. Приведите примеры.
4. Проиллюстрируйте возможность использования модели М.Портера в розничной торговле .
5. Конкурентные преимущества предприятия розничной торговли. Устойчивое конкурентное преимущество.
6. Основные стратегии завоевания конкурентных преимуществ.

Ситуация для анализа.

1. В настоящее время основой для создания устойчивого конкурентного преимущества может служить повышение уровня обслуживания покупателей. Что может сделать отдельно стоящий продовольственный магазин для улучшения обслуживания покупателей.
2. Конкурирующий магазин спортивных товаров расположен в торговом центре, а ваш, более крупный, на одной из не очень оживленных улиц. Как вы построите элементы торгового микса, чтобы лишить конкурента преимущества в расположении.
3. Какими конкурентными преимуществами обладает компания McDonalds?

Тематическая дискуссия: “Конкуренция на рынке розничной торговли России”.

Литература: основная – [1, 2, 4];

дополнительная – [2, 3, 4, 5, 6].

Тема 4. Стратегии роста торговых предприятий

Вопросы к семинару:

1. Возможности применения матрицы Ансоффа “товар-рынок” при разработки стратегий развития розничного торгового предприятия.
2. Стратегии диверсификации в деятельности розничных торговых предприятий как фактор повышения конкурентоспособности.
3. Зачем розничному торговому предприятию нужно разрабатывать стратегии развития? Какие преимущества получает торговое предприятие периодически пересматривая свою стратегию?
4. Назовите основные возможности роста розничных торговых предприятий.
5. Приведите примеры розничного торгового предприятия, стратегия которого – освоение новой формы торговли.

Ситуации для анализа.

1. Проанализируйте примеры розничных торговых предприятий, использующих стратегии массового, дифференцированного и концентрированного маркетинга.
2. Объясните сходство и различие в стратегических решениях розничных торговых сетей “Седьмой континент” и “Перекресток”.

Литература: основная – [1, 2, 3, 4];

дополнительная – [2, 3, 5, 6].

Тема 5. Собственная марка торгового предприятия

Вопросы к семинару:

(занятие может проводиться в виде круглого стола)

1. Что такое собственная марка розничного торгового предприятия, ее преимущества и недостатки.
2. Каковы “за” и “против” марок производителей с точки зрения потребителей? Каковы “за” и “против” собственных торговых марок розничного предприятия?
3. Опишите методы защиты своих марок, которые могут использовать производители.

4. Как розничные торговые предприятия могут улучшить покупательское восприятие качества Private labels?

Ситуации для анализа.

1. Проанализируйте использование товаров Private labels на Российском рынке. Проблемы и перспективы развития.
2. В связи с растущей силой собственных марок предприятий розничной торговли в секторе товаров широкого потребления какие ответные реакции, могут быть приняты производителями для защиты своих марок. Проанализируйте достоинства и недостатки каждой стратегии.

Литература: основная – [1, 3, 4, 5];
дополнительная – [5, 6].

Тема 6. Стратегическое планирование в розничной торговле

Вопросы к семинару:

1. Особенности стратегического планирования в торговле. Оценка внешней и внутренней среды торгового предприятия как основа стратегического планирования.
2. Основные этапы стратегического планирования.
3. План маркетинга как составляющая бизнес-плана торгового предприятия.
4. Стратегические решения в области торгового ассортимента и ценовой политики.
5. Осуществление контроллинга стратегического плана маркетинга.

Деловая игра: “Составление плана маркетинга р.т.п.”

Литература: основная – [1, 2, 3, 4];
дополнительная – [2, 3, 5].

Тема 7. Разработка маркетинговых стратегий в оптовой торговле

Вопросы к семинару:

1. Особенности и цели маркетинговых стратегий в оптовой торговле.
2. Особенности стратегий сегментации и позиционирования в оптовой торговле.
3. Стратегия оптового предприятия по разработке конкурентных преимуществ.
4. Возможности применения матрицы И. Ансоффа при разработке стратегий развития оптового торгового предприятия.
5. Стратегические решения оптовиков по охвату рынка, маркетинговым коммуникациям, ценообразованию.

Ситуация для анализа.

1. Проанализируйте конкурентную ситуацию в оптовой торговле на российском рынке.
2. Проанализируйте маркетинговые аспекты взаимоотношений оптовых предприятий с поставщиками, покупателями и партнерами.

Литература: основная – [2];
дополнительная – [2, 3, 6].

7. Фонд оценочных средств для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю)	Виды оценочных средств	ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА ОБУЧЕНИЯ
---	---------------------------	--

			по дисциплине (модулю)	
			незачет	зачет
Знать	Знать: особенности анализа потребностей, возможностей бизнеса и конкуренции в рамках стратегического маркетинга; особенности разработки ориентированной на рынок стратегии развития на предприятии;	Рефераты Тестовые задания Выполнение практи Литература	Отсутстви е знаний	Сформирова нные систематиче ские знания
Уметь	Уметь: оценивать рыночную ситуацию; проводить маркетинговые исследования; оценивать конкурентоспособность предприятия и повышать ее;	Рефераты Тестовые задания Выполнение практи Литература	Отсутстви е умений	Успешное и систематиче ское умение
Владеть	Владеть навыками: творческого обобщения полученных знаний; конкретного и объективного изложения своих знаний; обработки, анализа и представления результатов маркетинговых исследований;	Рефераты Тестовые задания Выполнение практи Литература	Отсутстви е навыков (владений , опыта)	Сформирова нные навыки (владения), применяемы е при решении задач

6. Фонд оценочных средств (ФОС, оценочные и методические материалы) для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю).

6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости, критерии и шкалы оценивания (в отсутствие утвержденных соответствующих локальных нормативных актов на факультете)

Темы рефератов по дисциплине

1. Особенности стратегического управления
2. Выбор стратегических альтернатив
3. Предмет «Стратегический маркетинг»
4. Функции и задачи стратегического и операционного маркетинга
5. Иерархия стратегий в маркетинге
6. Корпоративные стратегии

7. Функциональные стратегии
8. Инструментальные стратегии
9. Разработка маркетинговой стратегии фирмы
10. Этапы плана маркетинга
11. Методы маркетингового планирования
12. Определение затрат на маркетинг
13. Маркетинговый контроль
14. Понятие и необходимость маркетинговых исследований
15. Методы маркетингового исследования
16. Система маркетинговой информации и методы ее сбора
17. Комплексный анализ и прогнозирование товарных рынков
18. Выявление действующих и потенциальных конкурентов
19. Конкурентные модели и матрицы
20. Конкурентные преимущества

Темы эссе по дисциплине

1. Стратегический маркетинг: философия и технологии.
2. Ценности и потребности: основные отличия и область применения в бизнесе.
3. Основные ценности российских потребителей.
4. Трансформация ценностей бренда в нормативы для производства товаров.
5. Психографика в стратегии маркетинга.
6. Реакция бизнеса на движение потребителей.
7. Жизненный стиль российских потребителей.
8. Геостили и международные стили жизни.
9. Ресурсы потребителей: экономические, временные и когнитивные.
10. Лояльность и приверженность потребителей: теория и практика.
11. Микро-и макросегментирование потребительского рынка.
12. Эволюция маркетинговых стратегий.
13. Клиентоориентированное управление в цепочке создания ценностей.
14. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами.
15. Стратегия внутрифирменного маркетинга.
16. Технологии электронного маркетинга.

Список практических заданий по дисциплине

1. Что такое стратегический маркетинг и в чем его сущность? Назовите его составляющие, цели и функции.
2. Дайте определение среды маркетинга. Какую роль в ней играют производители и потребители?
3. В чем Вы видите цель маркетинга фирмы? При выборе нескольких вариантов, докажите, что в них нет противоречия.

Тестовые задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

1. Авиакомпании, занимающиеся продажей сувениров, косметики, духов и т.д., используют стратегию

Ответ: горизонтальной диверсификации

2. Авторами концепции стратегического маркетинга являются:

Ответ: И. Ансофф, Ф. Котлер, М. Портер и др

3. В матрице БКГ бизнес-области с относительно небольшой долей на рынке в медленно развивающихся областях определяются как:

Ответ: “собаки”

4. В матрице БКГ бизнес-области, конкурирующие в растущих отраслях, но занимающие относительно небольшую долю рынка, определяются как:

Ответ: “вопросительные знаки”

5. В матрице БКГ бизнес-области, которые в прошлом получили относительно большую долю рынка, но рост которых в настоящее время заметно замедлился, однако и области, обеспечивающие в настоящее время фирме достаточную прибыль, для того чтобы удерживать на рынке свои конкурентные позиции, определяются как:

Ответ: “дойные коровы”

6. В матрице БКГ новые бизнес-области, занимающие относительно большую долю бурно растущего рынка, операции на котором приносят высокие прибыли, определяются как:

Ответ: “звезды”

7. В сетевой матрице И. Ансоффа возможности освоения производства нового продукта и внедрения его на существующие рынки анализируются в секторе:

Ответ: развития продукта

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), критерии и шкалы оценивания (в отсутствие утвержденных соответствующих локальных нормативных актов на факультете)

Примерные вопросы к экзамену/зачету по дисциплине

1. Концепции предпринимательства. Две крайности в оценке предпринимательства.
2. Материальные блага и человеческие качества, лежащие в основе устройства экономической жизни общества.
3. Предпринимательство как экономические отношения. Родовые признаки предпринимательства.
4. Деловые интересы хозяйствующих субъектов.
5. Эволюционный и революционный типы развития деловых отношений.
6. Субъекты предпринимательства.
7. Виды предпринимательского бизнеса.

8. Особенности предпринимательского бизнеса.
9. Особенности потребительского бизнеса.
10. Особенности наёмно-трудового бизнеса.
11. Особенности государственного бизнеса.
12. Среда предпринимательства.
13. Предпринимательство и право.
14. Предпринимательство и политика.
15. Три уровня деловых отношений в предпринимательстве.
16. Предпринимательство как саморегулирующаяся система.
17. Интегративные качества системы предпринимательства.
18. Становление системы предпринимательства.
19. Понятие предпринимательской фирмы и её виды. Цель и создание фирмы.
20. Качественные критерии классификации фирмы. Формы собственности как основы формирования субъектов бизнеса.
21. Количественные критерии классификации фирм. Крупный, средний и малый бизнес.
22. Понятие физического и юридического лица. Организационно правовые формы предпринимательской деятельности. (ПБОЮЛ).
23. Предприятия созданные на основе коллективной собственности. Полное товарищество. Народное предприятие. Производственный кооператив.
24. Некоммерческие предприятия и общественные объединения.
25. Характеристика предприятий, созданных на основе долевой собственности.
26. Характеристика хозяйственных обществ (Общество с ограниченной ответственностью, общество с дополнительной ответственностью).
27. Хозяйственные товарищества (Товарищество на вере).
28. Акционерные общества и особенности их организации.
29. Предприятия государственного сектора. Унитарные предприятия.
30. Предприятия с участием иностранного капитала. Совместные (многонациональные компании).
31. Объединения предприятий.
34. Организация предпринимательской фирмы.
35. Бизнес-план как инструмент управления деятельностью фирмы. Структура и содержание бизнес плана.
36. Реорганизация и ликвидация предпринимательской фирмы.
37. Конкуренция в системе предпринимательства. (Стратегия, типы и формы конкурентно поведения; методы конкуренции)
38. Менеджмент предпринимательской фирме.
39. Маркетинговая деятельность в системе предпринимательства.
40. Инфраструктура современного предпринимательства.
41. Товарные посредники в инфраструктуре предпринимательства.
42. Посредническая деятельность на финансовых рынках.
43. Фондовые биржи. Инвестиционные не биржевые посредники.
44. Посредники на информационных рынках.

Учебно-методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям. Самостоятельная работа включает: проработку конспекта лекций и учебной литературы, поиск (подбор) и обзор литературы, электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса, а

также выполнение домашнего задания или домашней контрольной работы, выдаваемых на практических занятиях.

Одним из важных методов самостоятельной работы студента является работа с научной литературой. При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой позволяют экономить время и повышают продуктивность. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу.

Основные *приемы* можно свести к следующим:

- составить перечень книг, с которыми следует познакомиться;
- перечень должен быть систематизированным (что необходимо для семинаров, экзаменов, что пригодится для написания курсовых и дипломных работ, а что выходит за рамки официальной учебной деятельности и расширяет общую культуру);
- обязательно выписывать все выходные данные по каждой книге (при написании курсовых и дипломных работ это позволит экономить время);
- определить, какие книги (или какие главы книг) следует прочитать более внимательно, а какие – просто просмотреть;
- все прочитанные книги, учебники и статьи следует конспектировать, но это не означает, что надо конспектировать «все подряд»: можно выписывать кратко основные идеи автора и иногда приводить наиболее яркие и показательные цитаты (с указанием страниц);
- если книга – собственная, то допускается делать на полях книги краткие пометки или же в конце книги, на пустых страницах просто сделать свой «предметный указатель», где отмечаются наиболее интересные мысли и обязательно указываются страницы в тексте автора;
- следует выработать способность «воспринимать» сложные тексты; для этого лучший прием – научиться «читать медленно», когда понятно каждое прочитанное слово (а если слово незнакомое, то либо с помощью словаря, либо с помощью преподавателя обязательно его узнать);

Таким образом, чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того насколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Грамотная работа с научной литературой, предполагает соблюдение ряда правил. Прежде всего, при такой работе необходимо сознательное усвоение прочитанного, осмысление его, стремление дойти до сути, невозможен формальный, поверхностный подход, механическое заучивание, простое накопление цитат, выдержек. При работе над книгой требуется определенная последовательность.

Вначале следует ознакомиться с оглавлением, содержанием предисловия или введения. Это дает общую ориентировку, представление о структуре и вопросах, которые рассматриваются в книге. Следующий этап – чтение. Первый раз целесообразно прочитать книгу с начала до конца, чтобы получить о ней цельное представление. При повторном чтении происходит постепенное глубокое осмысление каждой главы, критического материала и позитивного изложения; выделение основных идей, системы

аргументов, наиболее ярких примеров и т.д. Непременным правилом чтения должно быть выяснение незнакомых слов, терминов, выражений, неизвестных имен, названий. Важная роль принадлежит библиографической подготовке студентов. Она включает в себя умение активно, быстро пользоваться научным аппаратом книги, справочными изданиями, каталогами, умение вести поиск необходимой информации, обрабатывать и систематизировать ее.

В рамках учебной деятельности основным для студентов является изучающее чтение – оно позволяет в работе с учебной литературой накапливать знания. Кроме того, при овладении данным видом чтения формируются основные приемы, повышающие эффективность работы с научным текстом.

Научная методика работы с литературой предусматривает также ведение записи прочитанного. Это позволяет привести в систему знания, полученные при чтении, сосредоточить внимание на главных положениях, зафиксировать, закрепить их в памяти, а при необходимости вновь обратиться к ним.

Одной из форм обучения студентов, направленных на организацию и повышение уровня их самостоятельной работы, а также на усиление контроля за этой работой является написание реферата.

Целью написания реферата является приобретение навыков самостоятельной работы с литературой с тем, чтобы на основе их анализа и обобщения студенты могли делать собственные выводы теоретического и практического характера, обосновывая их соответствующим образом.

Реферат более объемный вид самостоятельной работы студента, содержащий информацию, дополняющую и развивающую основную тему, изучаемую на аудиторных занятиях. Ведущее место занимают темы, представляющие профессиональный интерес, несущие элемент новизны. Реферативные материалы должны представлять письменную модель первичного документа – научной работы, монографии, статьи. Реферат может включать обзор нескольких источников и служить основой для доклада на определенную тему на семинарах, конференциях.

Регламент озвучивания реферата – 7-10 мин.

Слово "реферат" (от латинского – *refere* – докладывать, сообщать) означает сжатое изложение в устной или письменной форме содержания какого-либо вопроса или темы на основе критического обзора информации.

При подготовке реферата необходимо соблюдать следующие правила. Определить идею и задачу реферата. Следует помнить, что реферат будут читать другие. Поэтому постоянно задавайте себе вопрос, будет ли понятно написанное остальным, что интересного и нового найдут они в работе.

Ясно и четко сформулировать тему или проблему. Она не должна быть слишком общей.

Найти нужную литературу по выбранной теме. Составить перечень литературы, которая обязательно должна быть прочитана.

После предварительной подготовки следует приступить к написанию реферата. Прежде всего, составить план, выделить в нем части.

Введение, в котором раскрывается цель и задачи сообщения; здесь необходимо сформулировать социальную или политическую проблему, которая будет проанализирована в реферате, изложить своё отношение к ней, то есть мотивацию выбора; определить особенность постановки данной проблемы авторами изученной литературы; объяснить актуальность и социальную значимость выбранной темы.

Основная часть. Разделы, главы, параграфы основной части должны быть направлены на рассмотрение узловых моментов в теме реферата. Изложение содержания изученной литературы предполагает его критическое осмысление, глубокий логический анализ.

Каждый раздел основной части реферата предполагает детальное изучение отдельного вопроса темы и последовательное изложение структуры текстового материала с

обязательными ссылками на первоисточник. В целом, содержание основной части должно отражать позиции отдельных авторов, сравнительную характеристику этих позиций, выделение узловых вопросов дискурса по выбранной для исследования теме.

Студент должен показать свободное владение основными понятиями и категориями авторского текста. Для лучшего изложения сущности анализируемого материала можно проиллюстрировать его таблицами, графиками, сравнением цифр, цитатами.

Заключение. В заключении автор реферата должен сформулировать личную позицию в отношении изученной проблемы и предложить, может быть, свои способы её решения. Целесообразно сделать общие выводы по теме реферата и ещё раз отметить её актуальность и социальную значимость.

Список использованных источников и литературы.

Начать реферат можно с изложения яркого, впечатляющего факта, который требует пояснения. Далее изложение должно идти от простого – к сложному. Не останавливайтесь на подробностях. Главное требование к реферату - максимум пользы для читателя при минимуме информации.

В зависимости от содержания и назначения в учебном процессе рефераты можно подразделить на две основные группы (типы): научно-проблемные и обзорно-информационные.

Научно-проблемный реферат. При написании такого реферата студент должен изучить и кратко изложить имеющиеся в литературе суждения по определенному, спорному в теории, вопросу (проблеме) по данной изучаемой теме, высказать по этому вопросу (проблеме) собственную точку зрения с соответствующим ее обоснованием.

На основе написанных рефератов возможна организация «круглого стола» студентов данной учебной группы. В таких случаях может быть поставлен доклад студента, реферат которого преподавателем признан лучшим, с последующим обсуждением проблемы всей группой студентов.

Обзорно-информационный реферат. Разновидностями такого реферата могут быть: 1) краткое изложение основных положений той или иной книги, монографии, другого издания (или их частей: разделов, глав и т.д.) как правило, только что опубликованных, содержащих материалы, относящиеся к изучаемой теме по курсу дисциплины. По рефератам, содержание которых может представлять познавательный интерес для других студентов, целесообразно заслушивать в учебных группах сообщения их авторов; 2) подбор и краткое изложение содержания статей по определенной проблеме (теме, вопросу), опубликованных в различных журналах за тот или иной период, либо в сборниках («научных трудах», «ученых записках» и т.д.). Такой реферат может рассматриваться и как первоначальный этап в работе по теме курсовой работы.

Темы рефератов определяются преподавателем, ведущим занятия в студенческой группе. Литература либо рекомендуется преподавателем, либо подбирается студентом самостоятельно, что является одним из элементов самостоятельной работы.

Объем реферата должен быть в пределах 15-20 страниц машинописного текста через 1,5 интервала. При оформлении реферата необходимо ориентироваться на правила, установленные для оформления курсовых работ.

Написание реферата и его защита перед преподавателем или группой предполагает, что студент должен знать правила написания и оформления реферата, а также уметь подготовить сообщение по теме своего реферата, быть готовым отвечать на вопросы преподавателя и студентов по содержанию реферата.

Роль студента: написание реферата имеет особенности, касающиеся: выбора литературы (основной и дополнительной); изучения информации (уяснение логики материала источника, выбор основного материала, краткое изложение, формулирование выводов); оформления реферата согласно установленной форме.

Критерии оценки:

- актуальность темы;
- соответствие содержания теме;
- глубина проработки материала;
- грамотность и полнота использования источников;
- соответствие оформления реферата требованиям.

Важной частью самостоятельной работы студента является написание эссе.

Эссе - это прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.

Цель эссе состоит в развитии таких навыков, как самостоятельное творческое мышление и письменное изложение собственных мыслей. Написание эссе позволяет автору научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные понятия, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать опыт соответствующими примерами, аргументировать свои выводы.

Структура эссе определяется предъявляемыми к нему требованиями:

1. мысли автора эссе по проблеме излагаются в форме кратких тезисов.
2. мысль должна быть подкреплена доказательствами - поэтому за тезисом следуют аргументы.

Аргументы - это факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнение ученых и др. Лучше приводить два аргумента в пользу каждого тезиса: один аргумент кажется неубедительным, три аргумента могут "перегрузить" изложение, выполненное в жанре, ориентированном на краткость и образность.

Таким образом, эссе приобретает кольцевую структуру (количество тезисов и аргументов зависит от темы, избранного плана, логики развития мысли):

- вступление
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- заключение.

При написании эссе важно также учитывать следующие моменты:

1. Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении - резюмируется мнение автора).
2. Необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев: так достигается целостность работы.
3. Стиль изложения: эссе присущи эмоциональность, экспрессивность, художественность. Должный эффект обеспечивают короткие, простые, разнообразные по интонации предложения, умелое использование "самого современного" знака препинания - тире. Стиль отражает особенности личности.

Эссе по содержанию бывают:

- описательные,
- повествовательные,
- рефлексивные,
- критические,
- аналитические,
- литературные и др

Признаки эссе

Можно выделить некоторые общие признаки (особенности) жанра, которые обычно перечисляются в энциклопедиях и словарях:

1. Небольшой объем.

Каких-либо жестких границ, не существует. Объем эссе - от трех до семи страниц компьютерного текста.

2. Конкретная тема и подчеркнуто субъективная ее трактовка.

Тема эссе всегда конкретна. Эссе не может содержать много тем или идей (мыслей). Оно отражает только один вариант, одну мысль. И развивает ее. Это ответ на один вопрос.

3. Свободная композиция - важная особенность эссе.

Эссе по своей природе устроено так, что не терпит никаких формальных рамок. Оно нередко строится вопреки законам логики, подчиняется произвольным ассоциациям, руководствуется принципом "Всё наоборот".

4. Непринужденность повествования.

Автору эссе важно установить доверительный стиль общения с читателем; чтобы быть понятным, он избегает намеренно усложненных, неясных, излишне строгих построений. Считается, что хорошее эссе может написать только тот, кто свободно владеет темой, видит ее с различных сторон и готов предъявить читателю не исчерпывающий, но многоаспектный взгляд на явление, ставшее отправной точкой его размышлений.

5. Склонность к парадоксам.

Эссе призвано удивить читателя (слушателя) - это, по мнению многих исследователей, его обязательное качество. Отправной точкой для размышлений, воплощенных в эссе, нередко является афористическое, яркое высказывание или парадоксальное определение, буквально сталкивающее на первый взгляд бесспорные, но взаимоисключающие друг друга утверждения, характеристики, тезисы.

6. Внутреннее смысловое единство

Возможно, это один из парадоксов жанра. Свободное по композиции, ориентированное на субъективность, эссе вместе с тем обладает внутренним смысловым единством, т.е. согласованностью ключевых тезисов и утверждений, внутренней гармонией аргументов и ассоциаций, непротиворечивостью тех суждений, в которых выражена личностная позиция автора.

7. Ориентация на разговорную речь

В то же время необходимо избегать употребления в эссе сленга, шаблонных фраз, сокращения слов, чересчур легкомысленного тона. Язык, употребляемый при написании эссе, должен восприниматься серьезно. Итак, при написании эссе важно определить (уяснить) его тему, определить желаемый объем и цели каждого параграфа.

Начните с главной идеи или яркой фразы. Задача - сразу захватить внимание читателя (слушателя). Здесь часто применяется сравнительная аллегория, когда неожиданный факт или событие связывается с основной темой.

Правила написания эссе

- Из формальных правил написания эссе можно назвать только одно - наличие заголовка.
- Внутренняя структура эссе может быть произвольной. Поскольку это малая форма письменной работы, то не требуется обязательное повторение выводов в конце, они могут быть включены в основной текст или в заголовок.
- Аргументация может предшествовать формулировке проблемы. Формулировка проблемы может совпадать с окончательным выводом.

Ошибки при написании эссе

- 1 Плохая проверка.

Не думайте, что можно ограничиться лишь проверкой правописания. Перечитайте свои эссе и убедитесь в том, что там нет каких - либо двусмысленных выражений, неудачных оборотов и т. д.

2 Утомительные предисловия. Недостаточное количество деталей.

Слишком часто интересное эссе проигрывает в том, что представляет собой перечисление утверждений без иллюстрации их примерами. Для эссе характерны обычные клише: важность усердной работы и упорства, учеба на ошибках и т. д.

3 Многословие.

Эссе ограничены определенным количеством слов, поэтому вам необходимо разумно распорядиться этим объемом. Иногда это означает отказ от каких-то идей или подробностей, особенно, если они уже где-то упоминались или не имеют непосредственного отношения к делу. Такие вещи только отвлекают внимание читателя (слушателя) и затмевают основную тему эссе.

4 Длинные фразы.

Длинные фразы еще не доказывают правоту автора, а короткие предложения часто производят больший эффект. Лучше всего, когда в эссе длинные фразы чередуются с короткими. Не перегружайте эссе.

При написании эссе отбросьте слова из энциклопедий. Неправильное употребление таких слов отвлекает внимание, приуменьшает значение эссе.

Методические материалы для проведения процедур оценивания результатов обучения

Для подготовки к контрольным работам и тестам студентов рекомендуется:

Самостоятельно дать письменный ответ на вопрос, рассматриваемый в рамках учебной дисциплины. Содержание ответа на поставленный вопрос включает: знание теории, выделение актуальных проблем данной темы в сфере общественной жизни.

Качество письменной работы оценивается, прежде всего, по тому, насколько самостоятельно и правильно студент раскрывает содержание главных вопросов темы, использует знание рекомендованных к теме первоисточников. При изложении материала следует стремиться к тому, чтобы каждое теоретическое положение было убедительно аргументировано и всесторонне обосновано, а также подкреплено практическим материалом.

Ключевым моментом в облегчении подготовки к **контрольным работам и тестам** является активная работа студентов на занятиях (внимательное прослушивание и тщательное конспектирование лекций, активное участие в практических занятиях) и регулярное повторение материала и выполнение домашних заданий. В таком случае требуется минимальная подготовка, заключающаяся в повторении и закреплении уже освоенного материала.

Устный опрос (По всем разделам дисциплины).

Преподаватель ставит студентам вопросы по содержанию изученного материала и побуждает их к ответам, выявляя, таким образом, степень его усвоения.

Критерии ответов студентам во время устного опроса:

5 баллов	Студент на каждом занятии обнаруживает знание теории, активно
----------	---

	участвует в обсуждении предлагаемых вопросов, критически оценивает предлагаемые решения, демонстрирует способность к самостоятельной работе.
3-4 балла	Студент на каждом занятии обнаруживает знание теории, участвует в обсуждении предлагаемых вопросов, критически оценивает предлагаемый материал, иногда демонстрирует способность к самостоятельной работе.
1-2 балла	Студент демонстрирует фрагментарное знание основной теории. На занятиях ведет себя пассивно.
0 баллов	Студент не участвует в работе.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Критерии оценки презентации доклада (сообщения):

Презентация доклада (сообщения) на семинаре

9-10 баллов	Студент активно занимался подготовкой презентации, в том числе с использованием современной экономической литературы, глубоко погружен в тему и может ответить на любой вопрос относительно ее содержания. Сама презентация логически построена, орфографически и стилистически грамотная, содержит интересные данные и вызывает у присутствующих живой интерес. Выступающему задают дополнительные уточняющие вопросы.
7-8 баллов	Студент занимался подготовкой презентации, владеет темой и может ответить на большинство вопросов относительно ее содержания. Однако материал проанализирован недостаточно глубоко. Сама презентация логически построена, содержит орфографические и стилистические ошибки и вызывает у присутствующих интерес.
5-6 баллов	Студент слабо занимался подготовкой презентации, плохо разбирается в теме и не может ответить на вопросы относительно ее содержания. Сама презентация логически плохо построена, содержит орфографические и стилистические ошибки, не вызывает у присутствующих интереса.
менее 5 баллов	Студент не подготовил презентацию или она не отвечает критериям качества

Критерии оценки подготовленного эссе:

9-10 баллов	Эссе написано в соответствии со структурой, при написании использованы разнообразные источники. Студент показал глубокое погружение в тему, сформулировал и обосновал собственную точку зрения на проблемы. Эссе логически выстроено, стилистически грамотно, содержит разнообразные примеры из практики/теории, подтверждающие выводы.
7-8 баллов	Эссе написано в соответствии со структурой, при написании использованы разнообразные источники. Студент показал недостаточно глубокое погружение в тему, в формулировке собственной точки зрения присутствуют отдельные недостатки. Эссе логически выстроено, стилистически грамотно.

5-6 баллов	Присутствует нарушение структуры эссе. Студент демонстрирует поверхностное знание и понимание темы; не сформулировал собственную точку зрения. Эссе содержит стилистические и орфографические ошибки
менее 5 баллов	Эссе не раскрывает содержание проблемы и/или является плагиатом.

Критерии оценки подготовленного реферата:

11-15 баллов	Реферат логически выстроен и содержание излагается на хорошем русском языке. Студент свободно владеет понятийным аппаратом дисциплины, ссылается на необходимые источники, соответствующие поставленной цели, свободно ориентируется в проблеме, аргументирует свою позицию, подкрепляет дополнительной информацией, демонстрирует свою эрудицию, отсутствуют орфографические, пунктуационные, стилистические, фактические ошибки. Текст реферата самостоятельный, не вторичный, присутствуют обоснованные выводы.
6-10 баллов	В реферате не прослеживается явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент не в полной мере может аргументировать и обосновать свою позицию, использует отдельную специализированную лексику, ссылается на необходимые источники, соответствующие поставленной цели, однако присутствуют отдельные незначительные орфографические, пунктуационные, стилистические, фактические ошибки. Текст реферата самостоятельный, не вторичный, присутствуют обоснованные выводы.
1-5 баллов	В реферате полностью отсутствует явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент владеет лишь основными источниками и литературой, ориентируется в некоторых из них, использует отдельную специализированную лексику, допускает отдельные, но значительные орфографические, пунктуационные, стилистические, фактические ошибки. Текст реферата самостоятельный, не вторичный, присутствуют недостаточно обоснованные выводы.
менее 1 балла	Реферат содержит бессистемно представленный текст. Студент не ориентируется в источниках, не использует специализированную лексику, допускает большое количество значительных орфографических, пунктуационных, стилистических, фактических ошибок. Текст реферата несамостоятельный, вторичный, отсутствуют выводы.

Критерии выполнения разбора кейса:

11-15 баллов	Ответ логически выстроен и излагается на хорошем русском языке. Студент свободно владеет понятийным аппаратом дисциплины, ссылается на необходимые источники, свободно ориентируется в проблеме, аргументирует свою позицию, подкрепляет дополнительной информацией, демонстрирует свою эрудицию, тем самым дает исчерпывающие ответы на все вопросы, а также правильно решает задачу
--------------	---

6-10 баллов	В ответе не прослеживается явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент не в полной мере может аргументировать и обосновать свою позицию, использует при ответе отдельную специализированную лексику, дает удовлетворительные ответы на вопросы, поставленные в кейсе.
1-5 баллов	В ответе полностью отсутствует явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент владеет лишь основными источниками и литературой, ориентируется в некоторых из них, использует при ответе отдельную специализированную лексику, дает удовлетворительные ответы.
менее 1 балла	Ответ излагается бессистемно, речь несвязанная. Студент не ориентируется в них, при ответе не использует специализированную лексику, дает неудовлетворительные ответы

Круглый стол

Концепция круглого стола: на обсуждения приглашаются специалисты (преподаватели, занимающиеся данной проблематикой, специалисты исследовательских центров и т.д.), внутри группы студентов выбирается модератор, который будет организовывать дискуссию.

Остальные студенты становятся участниками круглого стола. Начинается круглый стол с выступления преподавателя и приглашенных участников, затем сообщения делают участники семинара (мини-выступления по 5-7 мин.). Участники излагают собственную точку зрения на современные проблемы, возникающие в сфере делового общения, аргументируют свою позицию, задают вопросы коллегам, коллективно обсуждают пути решения данных проблем. Ожидаемые результаты: умение аргументировать и обосновывать позицию, умение представлять результаты своего анализа на публике, умение работать в группе, умение грамотно ставить вопросы, делать оценку ответам коллег.

Критерии выступлений студентов во время проведения «Круглого стола»:

5 баллов	Выставляется студенту, если он использовал при подготовке к круглому столу дополнительную рекомендованную и/или самостоятельно найденную литературу, демонстрирует знание иностранных и отечественных работ по проблематике круглого стола, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры; грамотно аргументирует свою позицию;
3-4 балла	Выставляется студенту, если он демонстрирует знание только отечественных работ по проблематике круглого стола, свободно владеет базовыми знаниями по теме, способен самостоятельно формулировать проблемы, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры
1-2 балла	Выставляется студенту, если он неуверенно владеет базовыми знаниями по теме, логически выстраивает и презентует материал, приводит примеры;
0 баллов	Выставляется студенту, если он слабо владеет (или не владеет) базовыми знаниями по теме, плохо логически выстраивает и презентует материал, не самостоятелен в суждениях.

Развернутая беседа

Концепция развернутой беседы: предполагает подготовку всех студентов по каждому вопросу плана, занятия с единым для всех перечнем рекомендуемой обязательной и дополнительной литературы; выступления студентов (по их желанию или по вызову преподавателя) и их обсуждение; вступление и заключение преподавателя.

Ожидаемые результаты: умение аргументировать и обосновывать позицию, умение представлять результаты своего анализа на публике, умение работать в группе, умение грамотно ставить вопросы, делать оценку ответам коллег.

Критерии оценки участия студента в развернутой беседе:

5 баллов	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился со всей основной и дополнительной рекомендованной литературой, подготовился по всем вопросам плана занятия, подобрал статистический материал, подтверждающий его позицию, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры из практики разрешения проблем в разных странах, опирается на мнения специалистов; грамотно аргументирует свою позицию;
3-4 балла	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился со всей основной и дополнительной рекомендованной литературой, подготовился по всем вопросам плана занятия, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал;
1-2 балла	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился только с основной рекомендованной литературой, подготовился не по всем вопросам плана занятия, если он не уверенно владеет базовыми знаниями по теме, не всегда логически верно выстраивает и презентует материал;
0 баллов	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился не со всей основной рекомендованной литературой, подготовился не по всем вопросам плана занятия, если он слабо владеет (или не владеет) базовыми знаниями по теме, плохо логически выстраивает и презентует материал, не самостоятелен в суждениях.

Дискуссия

Ожидаемые результаты: умение аргументировать и обосновывать позицию, умение представлять результаты своего анализа на публике, умение работать в группе, умение грамотно ставить вопросы, делать оценку ответам коллег.

Критерии оценки участия студента в дискуссии

5 баллов	Выставляется студенту, если он использовал при подготовке к дискуссии дополнительную рекомендованную и/или самостоятельно найденную литературу, собрал разнообразные примеры, подтверждающих позицию, демонстрирует знание российской и зарубежной практики по решению обозначенных проблем, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры; грамотно аргументирует свою позицию;
3-4 балла	Выставляется студенту, если он демонстрирует знание

	отечественных работ по проблематике дискуссии, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры;
1-2 балла	Выставляется студенту, если он не уверенно владеет базовыми знаниями по теме, логически выстраивает и презентует материал, приводит примеры;
0 баллов	Выставляется студенту, если он слабо владеет (или не владеет) базовыми знаниями по теме, плохо логически выстраивает и презентует материал, не самостоятелен в суждениях.

Деловая игра

Ожидаемые результаты: научить студентов правильно определять и практически демонстрировать те навыки и умения, которые потребуются для успешной реализации делового общения.

Критерии оценки участия студента в деловой игре

1-2 балла	Выставляется студенту, если он в ходе игры продемонстрировал навыки и умения, которые требуются для успешной реализации делового общения. Проявил гибкость и креативность мышления, способность критически осмыслить собственное поведение и поведение коллег в процессе игры.
0 баллов	Выставляется студенту, если он в ходе игры не смог продемонстрировать навыки и умения, которые требуются для успешной реализации делового общения, не смог критически осмыслить собственное поведение и поведение коллег в процессе игры.

«Мозговой штурм»

Ожидаемый (е) результат (ы): научить студентов обсуждать спорные/дискуссионные вопросы; повысить мотивацию неактивных студентов; сформировать банк идей для последующей работы, обсуждения

Критерии оценки участия студента в «мозговом штурме»

1-2 балла	Выставляется студенту, если он если он активно участвовал в мозговом штурме, в проведении и оценке результатов;
0 баллов	Выставляется студенту, если он не проявил активности в проведении и оценке результатов мозгового штурма.

Ролевая игра

Ожидаемый (е) результат (ы): научить студентов правильно определять и практически демонстрировать те навыки и характеристики, которые были приобретены ими в ходе освоения учебной дисциплины.

Критерии оценки участия студента в ролевой игре

1-2 балла	Выставляется студенту, если он в ходе игры смог
-----------	---

	продемонстрировать навыки и умения анализировать социальные проблемы, продемонстрировал гибкость и креативность мышления, способность отобрать необходимый материал, провести сравнительный анализ предложенных концепций и достойно отстаивать выбранную позицию
0 баллов	Выставляется студенту, если он в ходе игры не смог продемонстрировать навыки и умения анализировать социальные проблемы в области социологии рождаемости, не смог критически осмыслить поставленную проблему и отобрать необходимый материал.

Коллоквиум

Коллоквиум представляет собой разновидность опроса студентов по пройденной проблематике, в центре которого стоят вопросы, задаваемые преподавателем. Преподаватель формулирует вопрос к одному из студентов, он дает свой ответ, затем остальные студенты имеют возможность дополнить ответ данного студента. Вопросы преподавателя могут вытекать один из другого, быть взаимосвязанными, наводящими, и т.п.

Критерии оценки участия студента в коллоквиуме:

5 баллов	Выставляется студенту, если он при подготовке к коллоквиуму ознакомился со всей основной и дополнительной рекомендованной литературой, подготовился по всем вопросам плана занятия, хорошо логически выстраивает ответ, приводит адекватные примеры, опирается на мнения специалистов; грамотно аргументирует свою позицию.
3-4 балла	Выставляется студенту, если он при подготовке к коллоквиуму ознакомился со всей основной и дополнительной рекомендованной литературой, подготовился по всем вопросам плана занятия, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал.
1-2 балла	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился только с основной рекомендованной литературой, подготовился не по всем вопросам плана занятия, если он не уверенно владеет базовыми знаниями по теме, не всегда логически верно выстраивает и презентует материал.
0 баллов	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился не со всей основной рекомендованной литературой, подготовился не по всем вопросам плана занятия, если он слабо владеет (или не владеет) базовыми знаниями по теме, плохо логически выстраивает и презентует материал, не самостоятелен в суждениях.

Критерии оценки ответов на вопросы зачета:

40 баллов за вопрос	Выставляется студенту, если он обнаруживает всестороннее систематическое и глубокое знание программного материала; способен творчески применять знание теории к решению профессиональных задач; - владеет понятийным аппаратом дисциплины; демонстрирует способность к анализу и сопоставлению различных подходов к решению заявленной в вопросе проблематики; подтверждает теоретические постулаты примерами из социальной практики
менее 40 баллов	Выставляется студенту, если он обнаруживает значительные пробелы в знаниях основного программного материала; допускает принципиальные ошибки в ответе на вопрос билета; демонстрирует незнание теории и практики социологии глобализации.

Критерии оценки ответов на вопросы экзамена:

29-40 баллов	Ставится в том случае, когда студент обнаруживает систематическое и глубокое знание программного материала по дисциплине, умеет свободно ориентироваться в вопросе. Ответ полный и правильный на основании изученного материала. Выдвинутые положения аргументированы и иллюстрированы примерами. Материал изложен в определенной логической последовательности, осознанно, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Студент уверенно отвечает на дополнительные вопросы.
19-28 баллов	Ставится в том случае, когда студент обнаруживает полное знание учебного материала, демонстрирует систематический характер знаний по дисциплине. Ответ полный и правильный, подтвержден примерами; но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены 2-3 незначительные погрешности, исправленные по требованию экзаменатора. Студент испытывает незначительные трудности в ответах на дополнительные вопросы. Материал изложен осознанно, самостоятельно, с использованием современных научных терминов, литературным языком.
9-18 баллов	Ставится в том случае, когда студент обнаруживает знание основного программного материала по дисциплине, но допускает погрешности в ответе. Ответ недостаточно логически выстроен, самостоятелен. Основные понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаточное раскрытие теоретического материала. Выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; ответ носит преимущественно описательный характер. Студент испытывает достаточные трудности в ответах на вопросы. Научная терминология используется недостаточно.
0-8 баллов	Выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине. При ответе обнаружено непонимание студентом основного содержания теоретического материала или допущен ряд существенных ошибок, которые студент не может исправить при наводящих вопросах экзаменатора, затрудняется в ответах на вопросы. Студент

подменил научное обоснование проблем рассуждением бытового плана. Ответ носит поверхностный характер; наблюдаются неточности в использовании научной терминологии.
--

Обоснование балльной системы оценки

Балльная структура оценки

Посещение лекций – **0,5 балла за посещение 1 лекционного занятия**

Активная работа на семинарах – **5 баллов (максимальное количество баллов за работу на 1 семинарском занятии)**

Презентация доклад (сообщения) на семинаре- **10 баллов**

Подготовка эссе – **10 баллов**

Подготовка реферата – **15 баллов**

Разбор кейсов – **8 баллов**

Практическое задание – **15 баллов**

Внутрисеместровая аттестация (внутрисеместровое тестирование) – 20 баллов

Итоговое испытание (зачет/экзамен)– 40 баллов

Шкала перевода баллов в традиционную шкалу оценки

Трудоемкость каждой учебной дисциплины рассчитывается по формуле: **50 баллов \times количество кредитов — это 100%**.

1. Кредит – это единица измерения трудоемкости учебной дисциплины. Балл – это единица оценки качества выполнения работы студентом.

В балльно-рейтинговой системе 1 кредит соответствует 50 баллам.

Для перевода баллов, набранных студентом, в проценты необходимо использовать формулу:

$$z = \frac{100\% \cdot y}{x}, \text{ где}$$

z — сумма набранных баллов студентом (%).

x — трудоемкость каждой учебной дисциплины (балл);

y — сумма набранных баллов студентом (балл).

Экзамен:

- $z > 85\%$ выставляется оценка «5»;
- $65\% < z < 85\%$ выставляется оценка «4»;
- $50\% < z < 65\%$ выставляется оценка «3»;
- $20\% < z < 50\%$ выставляется оценка «2»;
- $z < 20\%$ выставляется оценка «1».

Зачет:

- $z > 50\%$ выставляется оценка «зачет»;
- $z < 50\%$ выставляется оценка «не зачет»;

8. Ресурсное обеспечение:

А. Основная литература.

1. Котлер, Филип Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый

менеджер / Филип Котлер ; перевод Т. В. Виноградова, А. А. Чех, Л. Л. Царук. — 3-е изд. — 29

Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 216 с. — ISBN 978-5-9614-1645-9. — Текст : электронный //

Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru>

2. Сет, Годин Разрешительный маркетинг: как из незнакомца сделать друга и превратить его в покупателя / Годин Сет ; перевод И. Степанова ; под редакцией С. Зинюка. — Москва :

Альпина Паблишер, 2019. — 240 с. — ISBN 978-5-9614-1978-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru>

3. Сенаторов, А. А. Контент-маркетинг: стратегии продвижения в социальных сетях / А. А. Сенаторов ; под редакцией А. Никольского. — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 160 с. — ISBN 978-5-9614-5526-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR

Б. Дополнительная литература.

1. Кметь Е.Б. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебник/ Кметь Е.Б., Ким А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 284 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43373>.— ЭБС «IPRbooks»

2. Альтшулер И.Г. О стратегии, маркетинге и консалтинге. Занимательно — для внимательных! [Электронный ресурс]/ Альтшулер И.Г.— Электрон. Текстовые данные.— М.: Дело, 2016.— 438 с.— Режим доступа:

3. Томасова, Д. А. Стратегический анализ с применением размытой логики и теории нечетких множеств : учебное пособие / Д. А. Томасова. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 105 с. — ISBN 978-5-4486-0784-4. — Текст : электронный // Электронно библиотечная система IPR

В. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

- <http://www.aconflict.ru> Научно-образовательный портал «Аналитика конфликта»
- <http://conflictology.isras.ru> Центр конфликтологии Института социологии РАН
- <http://www.conflictology.narod.ru/> Журнал Аналитика конфликта
- www.ecsocman.edu.ru – портал по социологии, экономике и менеджменту.
- www.socionet.ru - портал по общественным наукам
- <http://www.humanities.edu.ru> - Портал по социально-гуманитарному и политологическому образованию
- (www.ebsco.com) Базы данных научной периодики и книг (НЭБ/Elibrary.ru, JSTORE (www.jstor.org), ProQuest (www.proquestdirect.com), EBSCO
- <https://консультантплюс.сайт/> Информационно-справочные системы: «Консультант Плюс», «Гарант» <https://www.garant.ru/>
- <http://nbmgu.ru> - Сайт университетской библиотеки с электронными и алфавитными каталогами

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для занятий предусматривается аудитория, позволяющая организовать фронтальное взаимодействие, а также интерактивное взаимодействие в группах и между группами обучающихся, а также современные технические средства обучения (видеопроjectionное оборудование для презентаций, средства звуковоспроизведения, в зависимости от разрабатываемых проектов может понадобиться интерактивная доска и др.). Для организации самостоятельной работы имеется доступ к Интернет-ресурсам, учебникам и базам данных.

9. Язык преподавания: русский.

- 10. Преподаватели:** к.э.н., доцент Дмитриева Н.И.
- 11. Автор программы:** к.э.н., доцент Дмитриева Н.И.