

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



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Корпоративный маркетинг на глобальных рынках»
для магистров по направлению подготовки:

38.04.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) подготовки:

«Корпоративный менеджмент»

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 дисциплинам вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы (Б1.ФДв.28). Данная дисциплина предусмотрена учебным планом в 3 семестре, на 2 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.

<p>ОПК-1: готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: фундаментальные положения управленческой теории в области коммуникации, в том числе межкультурной; Уметь: использовать междисциплинарные системные связи наук; анализировать и оценивать философские проблемы при решении социальных и профессиональных задач коммуникационного характера; Владеть: навыками использования различных коммуникационных моделей, стилей и сетей для решения комплекса маркетинговых взаимодействий с внешней средой</p>
<p>СПК-2: способность формировать систему взаимодействий между руководством компании, ее советом директоров, акционерами и другими заинтересованными лицами для реализации их интересов, способность оптимизировать взаимоотношения с различными группами стейкхолдеров</p>	<p>Знать: теоретико-методологические основы экономической и маркетинговых наук; Уметь: анализировать деятельность международных организаций на глобальном и региональных ранках; Владеть: инструментами создания программы маркетингового исследования и опытом его практического применения;</p>
<p>СПК-3: способность применять на практике знания в области управления крупными международными компаниями</p>	<p>Знать: теоретические основы экономической науки и международного маркетинга; Уметь: анализировать специфические черты маркетинговой деятельности на различных региональных и глобальном рынке; Владеть: навыками приспособления универсальных маркетинговых методик функционирования корпорации к конкретному географическому рынку</p>
<p>СПК-4: способность координировать и оценивать эффективность</p>	<p>Знать: основные концепции современного маркетинга Уметь: использовать различные маркетинговые инструменты для анализа конкретного рынка</p>

деятельности различных подразделений корпорации	Владеть: различными инструментами изучения рынка
СПК-5: способность формировать систему взаимодействия с государственными и общественными организациями, развивать корпоративную социальную ответственность	Знать: основные теоретические модели маркетинга и корпоративного управления Уметь: анализировать внешнюю среду организации для оптимизации взаимоотношений с государственными и общественными организациями Владеть: инструментами организации и проведения конкретных маркетинговых исследований
СПК-6: владение инструментами проведения корпоративной отчетности, оценки правильности и адекватности предоставляемой корпоративной информации, регулирования информационной прозрачности компании с целью увеличения инвестиционной привлекательности	Знать: основные положения маркетинга и корпоративного управления Уметь: анализировать внешнюю среду корпорации для проведения разнообразных маркетинговых мероприятий Владеть: различными технологиями проведения конкретных маркетинговых исследований

4. Объем дисциплины (модуля) составляет 3 з.е., в том числе 54 академических часа, отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, 54 академических часов на самостоятельную работу обучающихся.

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

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля), Форма промежуточной	Всего (часы)	В том числе	
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, часы	Самостоятельная работа обучающегося (при наличии), часы

аттестации по дисциплине (модулю)		Занят ия лекц ионн ого типа	Заня тия семи нарс кого типа	Всего	
Тема 1. Теоретические основы корпоративного маркетинга	18	4	4	8	10
Тема 2. Методологические подходы к использованию технологий корпоративного маркетинга	20	4	6	10	10
Тема 3. Корпоративные маркетинговые стратегии	22	6	6	12	10
Тема 4. Приоритеты корпоративного маркетинга	22	6	6	12	10
Тема 5. Управление корпоративным маркетингом	22	6	6	12	10
Промежуточная					4
Итого	108			54	54

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Теоретические основы корпоративного маркетинга

Маркетинг как философия современного бизнеса. Внутренняя и внешняя ориентация фирмы. Императивы современного маркетинга. Принципы маркетинга. Ценность, получаемая покупателями. Ценность, получаемая фирмой. Пожизненная ценность покупателя. Отбор покупателей на основе концепции LTV.

Тема 2. Методологические подходы к использованию технологий корпоративного маркетинга

Методологические подходы к использованию технологий корпоративного маркетинга. Понятие корпоративного маркетинга. Факторы, влияющие на развитие корпоративного маркетинга. Цели, задачи и функции корпоративного маркетинга. Принципы маркетинга корпорации.

Тема 3. Корпоративные маркетинговые стратегии

Анализ среды бизнеса: STEP-анализ, SWOT-анализ, факторы привлекательности рынка, ключевые факторы успеха, Портфельные стратегии: модель жизненного цикла товара, модель кривой опыта, модель BCG, модель GE/McKinsey, Стратегии развития: Гар-

анализ, модель Ансоффа. Конкурентные стратегии: модель Портера, наступательные конкурентные стратегии, оборонительные конкурентные стратегии.

Тема 4. Приоритеты корпоративного маркетинга

Инновации и разработка нового продукта. Значение инноваций. Система инновационных рычагов. Стратегические возможности инновационных компаний. Барьеры на инновационном пути. Процесс разработки нового товара. Процесс адаптации потребителей. Брендинг. Добавленная стоимость торговой марки. Экономический эффект торговой марки. Мультимарки, расширение товарных линий и марочных семейств. Ревитализация, репозиционирование и рационализация торговой марки. Создание и сохранение сильного бренда. Управление архитектурой бренда. Стратегические альянсы кобрендинга. Повышение имиджа фирмы. Репутационные аспекты бизнеса. Инструменты поддержки и расширения представления о корпорации работниками, клиентами, средствами массовой информации и обществом в целом.

Тема 5. Управление корпоративным маркетингом

Принципы создания маркетинговой службы на предприятии. Типы организационного построения маркетинговой службы фирмы. Вертикальные иерархические структуры управления маркетингом. Программный принцип организации маркетинговой деятельности. Характеристика основных вариантов организации маркетинга корпорации. Дивизиональная структура управления маркетингом фирмы.

Планы семинарских занятий:

1. Семинар – развернутая беседа на тему: «Теоретические основы корпоративного маркетинга».

Цель семинарского занятия: представлять себе теоретические основы корпоративного маркетинга; рассмотреть предмет и основные дедуктивные и эмпирические методы академической науки.

Задачи:

- Познакомиться с основными теоретическими понятиями академической науки, необходимыми для построения различных моделей;
- Изучить универсальные научные методы и их основные разновидности;
- Изучить специфические черты эмпирических научных методов.

Вопросы для обсуждения:

1. Императивы современного маркетинга.
2. Приведите примеры проявления маркетинга в современном мире.
3. Основные задачи маркетинга.

Задания для самостоятельной работы:

Подготовка эссе № 1, 2, 5; рефератов № 1, 2.

Практическое задание: 1.

Литература основная: 3, 4.

Литература дополнительная: 1, 3.

2. Семинар – развернутая беседа на тему: «Методологические подходы к использованию технологий корпоративного маркетинга».

Цель семинарского занятия: представлять себе методологические подходы к использованию технологий корпоративного маркетинга.

Задачи:

- определить цели, задачи и функции корпоративного маркетинга;
- сформулировать принципы корпоративного маркетинга.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие корпоративного маркетинга.
2. Факторы, влияющие на развитие корпоративного маркетинга.
3. Цели, задачи и функции корпоративного маркетинга.
4. Принципы маркетинга корпорации.

Задания для самостоятельной работы:

Подготовка рефератов №3, 4.

Литература основная: 1, 4.

Литература дополнительная: 3.

3. Семинар – развернутая беседа на тему: «Корпоративные маркетинговые стратегии».

Цель семинарского занятия: рассмотреть различные стратегии и тактики, которые компании могут использовать для улучшения своего имиджа и привлечения клиентов.

Задачи:

- Изучить примеры успешных корпоративных маркетинговых кампаний и исследовать их особенности и факторы успеха.
- Сформулировать факторы привлекательности рынка, ключевые факторы успеха для организации.
- Провести SWOT-анализ компании на выбор в группах по 6 человек.

Вопросы для обсуждения:

1. Факторы привлекательности рынка, ключевые факторы успеха.
2. Принципы STEP-анализа.
3. Принципы и содержание SWOT-анализа.

Задания для самостоятельной работы:

Подготовка эссе № 6; рефератов № 5.

Практическое задание: 2.

Литература основная: 2, 5.

Литература дополнительная: 4.

4. Семинар – развернутая беседа на тему: «Приоритеты корпоративного маркетинга»

Цель семинарского занятия: передача знаний и навыков, необходимых для успешного определения и установления основных приоритетов в области корпоративного маркетинга.

Задачи:

- Изучить инновации и процесс разработки нового продукта.
- Изучить создание и сохранение сильного бренда.
- Изучить инструменты поддержки и расширения представления о корпорации работниками, клиентами, средствами массовой информации и обществом в целом.

Вопросы для обсуждения:

1. Брендинг
2. Мультимарки, расширение товарных линий и марочных семейств.
3. Управление архитектурой бренда.
4. Стратегические альянсы кобрендинга.
5. Повышение имиджа фирмы.
6. Репутационные аспекты бизнеса.

Задания для самостоятельной работы:

Подготовка эссе № 7, 8.

Практическое задание: 3.

Литература основная: 2, 5.

Литература дополнительная: 2, 3.

5. Семинар – развернутая беседа на тему: «Управление корпоративным маркетингом».

Цель семинарского занятия: предоставление участникам знаний и практических навыков, необходимых для эффективного управления маркетинговыми стратегиями и тактиками на уровне компании в целом.

Задачи:

- Изучить типы организационного построения маркетинговой службы фирмы.
- Дать характеристику основных вариантов организации маркетинга корпорации.
- Изучить дивизиональную структуру управления маркетингом фирмы.

Вопросы для обсуждения:

1. Принципы создания маркетинговой службы на предприятии.
2. Вертикальные иерархические структуры управления маркетингом.
3. Дивизиональная структура управления маркетингом фирмы.

Задания для самостоятельной работы:

Подготовка эссе № 9, 10.

Практическое задание: 4, 5.

Литература основная: 1, 3, 5.

Литература дополнительная: 2, 5.

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	- фундаментальные положения управленческой теории в области коммуникации, в том числе межкультурной (ОПК-1);	Реферат № 2, 5, 8 Эссе № 1, 4 Практические задания 1-5 Контрольные вопросы (зачет) №: 1, 2, 3, 4, 5, 6	Отсутствие знаний	Сформированные систематические знания
	- теоретико-методологические основы экономической и маркетинговых наук; (СПК-2);	Реферат № 4, 6, 7, 9 Эссе № 1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 10 Практические задания 1-5 Контрольные вопросы (зачет) №: 1 – 15.	Отсутствие знаний	Сформированные систематические знания
	- теоретические основы экономической науки и международного маркетинга; (СПК-3);	Реферат №: 1, 2, 3, 7, 9 Эссе №: 4, 9 Практические задания 1-5 Контрольные вопросы (зачет) №: 7 – 11.	Отсутствие знаний	Сформированные систематические знания
	- основные концепции современного маркетинга (СПК-4);	Реферат №: 1, 9 Эссе №: 3, 4, 6, 7, 8, 9 Практические задания 1-5 Контрольные вопросы (зачет) №: 7 – 11.	Отсутствие знаний	Сформированные систематические знания
	- основные теоретические модели маркетинга и корпоративного управления (СПК-5)	Реферат № 4, 6, 7, 9 Эссе № 1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 10 Практические задания 1-5 Контрольные вопросы (зачет) №: 1 – 15.	Отсутствие знаний	Сформированные систематические знания

	- основные положения маркетинга и корпоративного управления (СПК-6)	Реферат №: 1, 2, 3, 7, 9 Эссе №: 4, 9 Практические задания 1-5 Контрольные вопросы (зачет) №: 7 – 11.	Отсутствие знаний	Сформированные систематические знания
Уметь	- использовать междисциплинарные системные связи наук; анализировать и оценивать философские проблемы при решении социальных и профессиональных задач коммуникационного характера; (ОПК-1);	Реферат № 2, 5, 8 Эссе № 1, 4 Практические задания 1-5 Контрольные вопросы (зачет) №: 1, 2, 3, 4, 5, 6	Отсутствие умений	Сформированные систематические умения
	- анализировать деятельность международных организаций на глобальном и региональных ранках; (СПК-2);	Реферат № 4, 6, 7, 9 Эссе № 1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 10 Практические задания 1-5 Контрольные вопросы (зачет) №: 1 – 15.	Отсутствие умений	Сформированные систематические умения
	- анализировать специфические черты маркетинговой деятельности на различных региональных и глобальном рынке; (СПК-3);	Реферат №: 1, 2, 3, 7, 9 Эссе №: 4, 9 Практические задания 1-5 Контрольные вопросы (зачет) №: 7 – 11.	Отсутствие умений	Сформированные систематические умения
	- использовать различные маркетинговые инструменты для анализа конкретного рынка (СПК-4);	Реферат №: 1, 9 Эссе №: 3, 4, 6, 7, 8, 9 Практические задания 1-5 Контрольные вопросы (зачет) №: 7 – 11.	Отсутствие умений	Сформированные систематические умения
	- анализировать внешнюю среду организации для оптимизации взаимоотношений с государственными и общественными организациями (СПК-5)	Реферат № 4, 6, 7, 9 Эссе № 1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 10 Практические задания 1-5 Контрольные вопросы (зачет) №: 1 – 15.	Отсутствие умений	Сформированные систематические умения
	-: анализировать внешнюю среду корпорации для проведения разнообразных	Реферат №: 1, 2, 3, 7, 9 Эссе №: 4, 9 Практические задания 1-5	Отсутствие умений	Сформированные систематические умения

	маркетинговых мероприятий (СПК-6)	Контрольные вопросы (зачет) №: 7 – 11.		
Владеть	- навыками использования различных коммуникационных моделей, стилей и сетей для решения комплекса маркетинговых взаимодействий с внешней средой (ОПК-1) .	Реферат № 2, 5, 8 Эссе № 1, 4 Практические задания 1-5 Контрольные вопросы (зачет) №: 1, 2, 3, 4, 5, 6	Отсутствие владения	Сформированное систематическое владение
	- инструментами создания программы маркетингового исследования и опытом его практического применения; (СПК-2) .	Реферат № 4, 6, 7, 9 Эссе № 1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 10 Практические задания 1-5 Контрольные вопросы (зачет) №: 1 – 15.	Отсутствие владения	Сформированное систематическое владение
	- навыками приспособления универсальных маркетинговых методик функционирования корпорации к конкретному географическому рынку (СПК-3) .	Реферат №: 1, 2, 3, 7, 9 Эссе №: 4, 9 Практические задания 1-5 Контрольные вопросы (зачет) №: 7 – 11.	Отсутствие владения	Сформированное систематическое владение
	- различными инструментами изучения рынка (СПК-4) .	Реферат №: 1, 9 Эссе №: 3, 4, 6, 7, 8, 9 Практические задания 1-5 Контрольные вопросы (зачет) №: 7 – 11.	Отсутствие владения	Сформированное систематическое владение
	- инструментами организации и проведения конкретных маркетинговых исследований (СПК-5)	Реферат № 2, 5, 8 Эссе № 1, 4 Практические задания 1-5 Контрольные вопросы (зачет) №: 1, 2, 3, 4, 5, 6	Отсутствие владения	Сформированное систематическое владение
	- различными технологиями проведения конкретных маркетинговых исследований (СПК-6)	Реферат № 4, 6, 7, 9 Эссе № 1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 10 Практические задания 1-5 Контрольные вопросы (зачет) №: 1 – 15.	Отсутствие владения	Сформированное систематическое владение

Темы рефератов по дисциплине

1. Стратегии мировых корпораций на глобальных рынках: сравнительный анализ.
2. Влияние культурных особенностей на корпоративный маркетинг в различных странах.
3. Технологические инновации и их роль в корпоративном маркетинге на глобальном уровне.
4. Корпоративный социальный маркетинг: вызовы и возможности для мировых компаний.
5. Этические аспекты корпоративного маркетинга в международном бизнесе.
6. Конкурентные стратегии мировых корпораций на глобальных рынках.
7. Роль цифровых технологий в корпоративном маркетинге: перспективы и риски.
8. Глобализация и ее влияние на маркетинговые стратегии корпораций.
9. Исследование рынка как ключевой элемент корпоративного маркетинга: методы и подходы.
10. Экологически устойчивый корпоративный маркетинг: зеленые стратегии мировых компаний.

Темы эссе по дисциплине

1. Роль маркетинговой стратегии в успешном вхождении на мировой рынок.
2. Эффективное использование социальных медиа в корпоративном маркетинге на мировом уровне.
3. Глобальная стандартизация или адаптация маркетинговых стратегий: как выбрать подход.
4. Культурные аспекты в корпоративном маркетинге: анализ и преодоление культурных барьеров.
5. Управление брендом в глобальном контексте: стратегии и вызовы.
6. Влияние глобальных трендов на корпоративный маркетинг.
7. Этика и ответственность в глобальном корпоративном маркетинге.
8. Конкурентные преимущества через инновации в маркетинге на мировом рынке.
9. Анализ успешных и неудачных кейсов корпоративного маркетинга на глобальных рынках.
10. Экологически устойчивый маркетинг как конкурентное преимущество в мировом бизнесе.

Практические задания

Задание 1.

Анализ учебной конкретной ситуации: «Международные видео и аудиостандарты как результат соглашения ведущих производителей».

Задание 2.

Анализ учебной конкретной ситуации: «Регламент REACH и проблемы экспорта российской химической продукции в страны ЕС».

Задание 3.

Анализ учебной конкретной ситуации: «Проблемы реализации проекта «Северный поток. Позиции стран-транзитеров газа».

Задание 4.

Анализ учебной конкретной ситуации: «Особенности ценовой политики при выходе «Лаборатории Касперского» на рынок антивирусной продукции США»

Задание 5.

Подготовка групповых и индивидуальных студенческих проектов на тему: «Особенности трансфертного ценообразования (на примере крупных зарубежных компаний)».

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ СТУДЕНТОВ:

Тестовые задания для проведения промежуточной аттестации

1. Стратегия организации это:

Варианты ответа:

1. а) деятельность организации в определенной стратегической зоне хозяйствования (определенный сегмент рынка;
2. б) практическое использование методологии стратегического управления;
4. в) генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей; +
5. г) обеспечение выработки действий для достижения целей организации и создание управленческих механизмов реализации этих действий через систему планов.

2. Стратегия управления персоналом организации, производством, финансами и стратегиями в других сферах деятельности это:

Варианты ответа:

1. а) функциональная стратегия
 2. б) бизнес-стратегия
 4. в) корпоративная стратегия +
 5. г) стратегия
3. Генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей – это:

Варианты ответа:

1. а) функциональная стратегия
 2. б) бизнес-стратегия
 3. в) корпоративная стратегия
 5. г) стратегия +
4. Как называется данный этап в развитии методологии стратегического управления: «реактивная адаптация, которая наиболее естественна для организации, но требует много времени на осознание неизбежности изменений, выработку новой стратегии и адаптацию к ней системы»

Варианты ответа:

1. а) долгосрочное планирование
2. б) Управление на основе контроля за исполнением
3. в) Управление на основе предвидения изменений
4. г) Управление на основе гибких экстренных решений +

5. Как называется данный этап в развитии методологии стратегического управления: «начали возникать неожиданные явления и темп изменений ускорился, однако не настолько, чтобы нельзя было вовремя предусмотреть будущие тенденции и определить реакцию на них путем выработки соответствующей стратегии (стратегическое планирование)»

Варианты ответа:

1. а) долгосрочное планирование
2. б) Управление на основе контроля за исполнением
4. в) Управление на основе предвидения изменений +
5. г) Управление на основе гибких экстренных решений

6. Как называется данный этап в развитии методологии стратегического управления: «складывается в настоящее время, в условиях, когда многие важные задачи возникают настолько стремительно, что их невозможно вовремя предусмотреть (стратегическое управление в реальном масштабе времени)»

Варианты ответа:

1. а) долгосрочное планирование
3. б) Управление на основе контроля за исполнением +
4. в) Управление на основе предвидения изменений
6. г) Управление на основе гибких экстренных решений

7. Если будущее может быть предсказано путем экстраполяции исторически сложившихся тенденций роста, то это:

Варианты ответа:

1. а) стратегическое планирование
2. б) среднесрочное планирование
4. в) долгосрочное планирование +
6. г) другой ответ

8. Если важное место отводится анализу перспектив организации, задачей которого является выяснение тех тенденций, опасностей, возможностей, а также отдельных чрезвычайных ситуаций, которые способны изменить сложившиеся тенденции, то это:

Варианты ответа:

1. а) стратегическое планирование +
2. б) среднесрочное планирование
4. в) долгосрочное планирование
6. г) другой ответ

9. Эволюционное развитие из стратегического планирования, которое составляет его сущностную основу, это:

Варианты ответа:

1. а) стратегическое планирование
2. б) среднесрочное планирование
3. в) долгосрочное планирование
4. г) стратегическое управление +

10. Результат анализа сильных и слабых сторон организации, а также определения возможностей и препятствий ее развития, это:

Варианты ответа:

1. а) стратегическое планирование
2. б) стратегия
4. в) СВОТ – анализ +
6. г) стратегическое управление

11. Кто считает, что стратегия должна: содержать ясные цели, достижение которых является решающим для общего исхода дела; поддерживать инициативу; концентрировать главные усилия в нужное время в нужном месте; предусматривать такую гибкость

поведения, чтобы использовать минимум ресурсов для достижения максимального результата; обозначать скоординированное руководство; предполагать корректное расписание действий; обеспечивать гарантированные ресурсы?

Варианты ответа:

1. а) Минцеберг
3. б) Квин +
4. в) Портер
6. г) МакКинсей

12. Что это за определение стратегического менеджмента: «выражение цели, которое позволяет легко отличить данный бизнес от других подобных ему фирм»?

Варианты ответа:

1. а) Потенциал
2. б) Сцена
3. в) Целевые установки
4. г) Миссия +

13. Что это за определение: «комплекс не только стратегических управленческих решений, определяющих долговременное развитие организации, но и конкретных действий, обеспечивающих быстрое реагирование предприятия на изменение внешней конъюнктуры, которое может повлечь за собой необходимость стратегического маневра, пересмотр целей и корректировку общего направления развития»?

Варианты ответа:

1. а) стратегическое планирование +
2. б) стратегия
3. в) стратегический менеджмент
5. г) стратегическое управление

14. Стратегическое управление – это управление в социально-экономических системах, где выделяются функциональная, процессная и элементная стороны. Если «управление рассматривается как совокупность видов деятельности, направленных на достижение определённых результатов», то какая это сторона управления?

Варианты ответа:

1. а) функциональная +
2. б) процессная
3. в) элементная
5. г) другая сторона

15. Можно выделить четыре уровня знаний, составляющих методологию стратегического управления. Если рассматривается уровень «даёт понимание общих подходов, принципов, форм организации системы. Этот уровень образуют науки: теория систем, кибернетика, теория организации и др.», то это уровень?

Варианты ответа:

1. а) конкретная методология наук
3. б) методология, методика и технология стратегического управления +
4. в) общефилософский
5. г) общенаучный

Примерные вопросы к итоговой аттестации по дисциплине

1. Маркетинг как философия современного бизнеса.
2. Внутренняя и внешняя ориентация фирмы.
3. Понятие корпоративного маркетинга.
4. Факторы, влияющие на развитие корпоративного маркетинга.
5. Цели, задачи и функции корпоративного маркетинга.
6. Принципы маркетинга корпорации.

7. STEP-анализ.
8. SWOT-анализ.
9. Модель BCG.
10. Модель GE/McKinsey.
11. Модель Портера.
12. Создание и сохранение сильного бренда.
13. Управление архитектурой бренда.
14. Повышение имиджа фирмы.
15. Репутационные аспекты бизнеса.

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 приступать 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 подчеркнута 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 понятым, 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. Продemonстрировал 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 отстоять 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 несущественные 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 x 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:

$$z = 100\% * ux, \text{ где}$$

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. Корпоративный маркетинг: Учебное пособие/Ю.Н.Егоров – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015 – 238 с.
2. Управление маркетингом: Учебное пособие/Ю.Н.Егоров – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015 – 238 с.:
3. Дубровин И.А. Поведение потребителей: Учебное пособие /И.А.Дубровин. – 4-е изд. – .: Дашков и К, 2018.
4. Егорова, М. М. Маркетинг : учебное пособие / М. М. Егорова, Е. Ю. Логинова, И. Г. Швайко. — 2-е изд. — Саратов : Научная книга, 2019. — 159 с.
5. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / Е. И. Мазилкина. — 3-е изд. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 300 с.

Б. Дополнительная литература.

1. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для бакалавров / М. Н. Григорьев. – Москва : Юрайт, 2014. – 366 с.
2. Давар, Нирадж Идеальный маркетинг: О чем забыли 98% маркетологов [Электронный ресурс] / Нирадж Давар ; пер. С. Филин. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2019. — 215 с. — 978-5-9614-5035-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/82958.html>.
3. Котлер, Филип Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер [Электронный ресурс] / Филип Котлер ; пер. Т. В. Виноградова, А. А. Чех, Л. Л. Царук. — 3-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2019. — 216 с. — 978-5-9614-1645-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/82710.html>.
4. Латышев, Д. В. Маркетинговые технологии и стратегии в управленческой деятельности организации. Теоретический курс : учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Д. В. Латышев, Т. М. Гомаюнова. — Электрон. текстовые данные. — Волгоград : Волгоградский государственный социально-педагогический университет, «Перемена», 2019. — 135 с.
5. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / А. В. Коротков ; Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики). - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2014. - 595 с.

В. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

- <http://vshssn.msu.ru/> - Высшая школа современных социальных наук Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова;
- <http://www.ecsocman.edu.ru> - Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»;
- <http://www.cfin.ru> – «Корпоративный менеджмент»;
- <http://www.hrm.ru> - электронная библиотека HR-специалистов.
- www.re-c.ru – сайт издания «Российский экономический журнал».
- www.vopresco.ru – сайт журнала «Вопросы экономики».
- www.nbmgu.ru – библиотека экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова
- www.cbr.ru – сайт Центрального Банка
- www.minfin.ru – сайт Министерства финансов РФ.
- www.government.ru – сайт Правительства РФ.
- www.ecsocman.edu.ru – портал по социологии, экономике и менеджменту.
- www.socionet.ru - портал по общественным наукам
- www.gks.ru – официальный сайт Росстата РФ.
- www.worldbank.org/rus/group/ - сайт Всемирного Банка.
- www.e-xecutive.ru

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. Автор программы: к.э.н., доц. Троценко А.Н.