

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**  
**«Маркетинговое планирование»**

для магистров по направлению подготовки:

38.04.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) подготовки: «Цифровой маркетинг»

Форма обучения: очная

Программа одобрена на заседании Ученого совета ВШССН  
2023 года, протокол № 6

Москва, 2023

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки (специальности) 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры).

Образовательный стандарт МГУ по направлению подготовки утвержден решением Ученого совета МГУ имени М.В. Ломоносова от 28 декабря 2020 года (протокол №7).

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 в 2 семестре, на 1 курсе.

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

- «стратегический маркетинг»;
- «маркетинговое управление предприятием»;
- «информационная система маркетинга»

**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><b>Компетенция УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий, формулировать научно обоснованные гипотезы, применять методологию научного познания в профессиональной деятельности</b></p>	<p><b>Знать:</b> основы системного подхода формирование научных гипотез методологии научного познания;  <b>Уметь:</b> создавать теоретические модели различной степени сложности для решения управленческих задач;  <b>Владеть:</b> навыками по разработки стратегии действий, формулирование научно обоснованных гипотез;</p>
<p><b>Компетенция ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды</b></p>	<p><b>Знать:</b> принципы стратегического маркетинга; процедуры маркетингового планирования; методы прогнозирования показателей маркетинга;  <b>Уметь:</b> определить конкурентную стратегию компании; разработать план маркетинговых мероприятий для реализации конкурентной стратегии;  <b>Владеть:</b> навыками маркетингового планирования; навыками прогнозирования показателей маркетинговой деятельности;</p>
<p><b>Компетенция ПК-9. Способен находить, систематизировать и анализировать информацию в области консультирования управленческой деятельности</b></p>	<p><b>Знать:</b> основные подходы к пониманию маркетингового планирования основные принципы работы и проблемы, связанные с данным видом деятельности;  <b>Уметь:</b> находить, систематизировать, анализировать информацию в области маркетингового планирования;  <b>Владеть:</b> навыками систематизирования и анализа информации в области маркетингового планирования.</p>
<p><b>Знание основных подходов, методов и инструментов цифрового маркетинга и информационно-</b></p>	<p><b>Знать:</b>          - сущность и основной инструментарий предпланового маркетингового анализа;</p>

<p><b>коммуникационных технологий (СПК-1).</b></p>	<p>- специфические особенности разработки различных видов планов цифрового маркетинга.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать маркетинговую информацию, необходимую для обоснования и разработки планов цифрового маркетинга;</li> <li>- находить наиболее рациональные методы обоснования планов маркетинга для организаций различного типа;</li> <li>- формулировать адекватные цели и стратегии планов маркетинговой деятельности</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками подготовки и принятия плановых маркетинговых решений;</li> <li>- навыками разработки стратегических и оперативных планов цифрового маркетинга.</li> </ul>
<p><b>Умение разрабатывать и реализовывать маркетинговые проекты в цифровых средах для обеспечения конкурентоспособности организации (СПК-4).</b></p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные бизнес-процессы в организации;</li> <li>- принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования;</li> <li>- методы маркетинговых исследований обеспечения конкурентоспособности организации;</li> <li>- основы маркетинговых коммуникаций.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией маркетинговых проектов в цифровых средах;</li> <li>- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;</li> <li>- использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований;</li> <li>- ставить и решать задачи операционного маркетинга;</li> <li>- разрабатывать мероприятия по мотивированию и стимулированию персонала организации.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль);</li> <li>способами разработки бизнес-планов создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов и т.)</li> </ul>

**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**

Наименование и краткое содержание разделов и дисциплины (модуля),  Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)	В том числе			Самостоятельная работа обучающегося, часы	Форма текущего контроля успеваемости (опрос, тестирование, коллоквиум, контрольная работа, реферат и т.п.)
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, часы				
		Занятия лекционным типом*	Занятия семинарского	Всего		
Тема 1. Роль маркетингового планирования. Типология планов маркетинга	14	4	4	9	5	Устный опрос, рефераты, доклады
Тема 2. Стратегическое планирование маркетинга	15	4	4	9	5	Устный опрос, выполнение практических заданий
Тема 3. Тактическое планирование маркетинга	15	4	4	9	5	Устный опрос, рефераты, доклады
Тема 4. Разработка бюджета маркетинга	14	4	4	9	5	Устный опрос, выполнение практических заданий
Тема 5. Роль маркетингового планирования. Типология планов маркетинга	12	4	4	9	3	Устный опрос, выполнение практических заданий
Тема 6. Стратегическое планирование маркетинга	14	4	2	7	3	Устный опрос, выполнение практических заданий
Тема 7. Тактическое планирование маркетинга	12	4	4	9	3	Устный опрос, выполнение практических заданий
Тема 8. Разработка бюджета маркетинга	12	4	4	9	3	
Промежуточная аттестация (зачет)					6	
<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>70</b>			<b>38</b>	

**Содержание разделов дисциплины**

### **Тема 1. Роль маркетингового планирования. Типология планов маркетинга**

Роль и место маркетингового планирования в деятельности организации. Взаимосвязи планов маркетинга с планами подразделений организации. Виды планов маркетинга. Роль и место маркетингового планирования в деятельности организации. Взаимосвязи планов маркетинга с планами подразделений организации. Виды планов маркетинга.

### **Тема 2. Стратегическое планирование маркетинга**

Основы разработки стратегических планов маркетинга. Процесс и этапы разработки стратегических планов маркетинга. Содержание стратегического плана маркетинга. Разработка стратегического плана маркетинга для организации по следующей структуре: -аннотация - цели и задачи - товарная стратегия - ценовая стратегия – стратегия товародвижения - стратегия продвижения

### **Тема 3. Тактическое планирование маркетинга**

Проблемы разработки тактического плана маркетинга. Процесс и этапы разработки тактического плана маркетинга. Содержание тактического плана маркетинга. Разработка тактического плана маркетинга для организации по следующей структуре: -аннотация - обзор и прогноз рынка - товарная стратегия - ценовая стратегия – стратегия товародвижения - стратегия продвижения

### **Тема 4. Разработка бюджета маркетинга**

Методы формирования бюджета маркетинга. Статьи затрат бюджета маркетинга. Разработка бюджета маркетинга для организации. Оптимизация бюджета маркетинга с использованием программного средства Statgraphics и проведения регрессионного анализа.

### **Тема 5. Роль маркетингового планирования. Типология планов маркетинга**

Роль и место маркетингового планирования в деятельности организации. Взаимосвязи планов маркетинга с планами подразделений организации. Виды планов маркетинга.

### **Тема 6. Стратегическое планирование маркетинга**

Разработка стратегического плана маркетинга для организации по следующей структуре: -аннотация - цели и задачи - товарная стратегия - ценовая стратегия – стратегия товародвижения - стратегия продвижения

### **Тема 7. Тактическое планирование маркетинга**

Разработка тактического плана маркетинга для организации по следующей структуре: -аннотация - обзор и прогноз рынка - товарная стратегия - ценовая стратегия – стратегия товародвижения - стратегия продвижения

### **Тема 8. Разработка бюджета маркетинга**

Разработка бюджета маркетинга для организации. Оптимизация бюджета маркетинга с использованием программного средства Statgraphics и проведения регрессионного анализа.

## **6. Фонд оценочных средств (ФОС) 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**

1. Состояние и тенденции развития внешней и внутренней среды маркетинговой деятельности, сегментация рынков и определение рыночных ниш.
2. Анализ деятельности конкурентов.
3. Анализ маркетинговой деятельности.
4. Вертикальные маркетинговые системы (ВМС): корпоративные, управляемые и договорные ВМС.
5. Внутренние и внешние факторы, влияющие на поведение потребителей
6. Внутриорганизационный маркетинг, его цели, методы и влияние на конечные результаты деятельности организации.
7. Внутриорганизационный маркетинг, его цели, методы и влияние на конечные результаты деятельности организации.
8. Коммуникации в управлении маркетингом.
9. Комплекс маркетинговых средств и их роль в управлении маркетингом.
10. Комплекс промышленного маркетинга.
11. Конкуренция и конкурентоспособность продукции.
12. Марка и марочная политика
13. Маркетинг некоммерческих организаций.
14. Маркетинг потребительских и промышленных продуктов: сходства и различия
15. Маркетинг территорий как фактор социально-экономического развития, повышения инвестиционной активности и формирования благоприятного имиджа территории.
16. Маркетинговое планирование
17. Маркетинговое управление в производственных организациях
18. Маркетинговое управление промышленными продуктами
19. Маркетинговые аспекты управления жизненными циклами продуктов и услуг.
20. Маркетинговые исследования рекламной деятельности
21. Математическое моделирование маркетинговой деятельности
22. Методологические основы, содержание, формы и методы стратегического и операционного маркетинга
23. Методы и технологии проведения маркетинговых исследований.
24. Методы организации прямого маркетинга и условия их применения.
25. Организация сервисного обслуживания промышленной продукции
26. Организация управления по потребителям или регионам
27. Основные виды маркетинга
28. Оценка деятельности конкурентов, ее использование в маркетинговой политике компании; бенчмаркинг.
29. Паблик рилейшнз
30. Поведение потребителей и маркетинговая стратегия

### **Практические задания**



### *Задание 1. Письменно ответьте на вопросы*

1. Каковы основные составляющие плана маркетинга?
2. В чем, по вашему мнению, состоит различие между маркетинговым планом и маркетинговой стратегией?
3. В чем состоит различие между прогнозом и планом продаж?
4. Назовите известный вам метод прогнозирования продаж, каковы его достоинства и недостатки?
5. Что необходимо учитывать при составлении плана продаж?
6. Что должна содержать в себе маркетинговая программа, и какие виды издержек необходимо учитывать на ее реализацию?

### *Задание 2*

Разработка маркетингового плана. В этом разделе Вы должны дать полное описание производимой предприятием продукции, рассмотреть планы развития производства и оценить продукцию конкурирующих фирм, а также следует изложить те возможности, которые Вам предоставляются на рынке, необходимо показать, что эти возможности учтены в Ваших планах. Сведения, представленные в некоторых из последующих разделов, например, в разделах "Производственная деятельность" и "Финансы", будут зависеть от того, насколько жизнеспособно Ваше предприятие, сможет ли оно добиться успеха в рыночных операциях и расширить свое влияние на рынке.

#### *Ход работы:*

1. Подробное описание продукции и услуг:
  1. Фирменное наименование продукции и услуг, товарный знак;
  2. Для каких целей она предназначена?
  3. Каковы характерные свойства продукции (качество, технология, стоимость универсальность), которые делают ее единственной в своем роде?
  4. Используйте по необходимости графики и диаграммы, фотографии и рисунков, для сравнения Вашей продукции с аналогичными изделиями конкурирующих фирм.
  5. Окончательно разработано Ваше изделие или нет? Создан ли рабочий образец? Находится ли изделие в стадии производства?
  6. Имеются ли возможности для расширения номенклатуры выпускаемых изделий?
  7. Изделие запатентовано или используется иная форма охраны авторских прав?
2. Методика ценообразования на Вашу продукцию и услуги:
  1. Оценка спроса и предложения;
  2. Чувствительность покупателей к уровню цен;
  3. Система скидок, дисконтных карт, поощрений и иные методы стимулирования сбыта;
  4. Нахождение оптимальной цены с использованием анализа безубыточности производства;
  5. Расчет оптовых, розничных и договорных цен;
  6. Анализ предложения и цен конкурирующих фирм;
3. Описание рынка сбыта:
  1. Уровень развития рынка и история его возникновения (географический регион, трудности доступа, опубликованные прогнозы относительно будущего развития рынка);

2. Размеры рынка (в каком количестве требуются запасы сырья и готовых изделий, оптимальные размеры заказов);
4. Маркетинговые исследования:
  1. Анкетирование целевой группы покупателей (их возраст, уровень образования, среднемесячный заработок, потребительские вкусы, мнение о цене, качестве товара и обслуживании);
  2. Выбор стратегии рекламы (радио, рекламные щиты, листовки);

**Тестовые задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине  
«Маркетинговое планирование»:**

Правильные ответы отмечены +

Вопрос:

Требования к постановке целей:

Варианты ответа:

(+) достижимы

(+) реалистичны

(+) измеримы

(+) согласованы

- должны определять причинно-следственные связи

- должны быть связаны с показателями емкости и доли рынка

- должны определять содержание миссии организации

(+) формализуемы

(+) недвусмысленно сформулированы

(+) должны иметь сроки исполнения

(+) должны мотивировать действия исполнителя

Вопрос:

Согласованность целей обязательна при планировании развития организации.

Варианты ответа:

(+) да

- нет

- обязательна только в критической ситуации

Вопрос:

Дерево целей – это ...

Варианты ответа:

(+) структура соподчиненности целей и задач одной или нескольких систем

- комплекс целей и задач организации

- методика определения целей

Вопрос:

Последовательность действий в рамках стратегического планирования маркетинга:

Варианты ответа:

(+) определение миссии

(+) определение целей

(+) выбор стратегии

Вопрос:

Правильное утверждение:

Варианты ответа:

- стратегическое планирование маркетинга – новая прогрессивная форма управления, поэтому организации могут перейти к ней легко и быстро

(+) переход к стратегическому планированию маркетинга требует определенных затрат времени и изменение работы службы маркетинга

- переход к стратегическому планированию маркетинга требует проведение кардинальных изменений в системе управления организацией

Вопрос:

Факторы, которые должны быть в первую очередь учтены при выборе стратегии:

Варианты ответа:

(+) сильные стороны отрасли

(+) сильные стороны организации

- политика лоббирования в законодательных органах власти

- личные интересы высшего руководства

- стоимость объектов интеллектуальной собственности

(+) степень зависимости от внешней среды

Вопрос:

Характерным для процесса стратегического планирования маркетинга является ...

Варианты ответа:

- ориентация внутрь организации

- поиск путей более эффективного использования ресурсов

(+) поиск новых возможностей в конкурентной борьбе

Вопрос:

При стратегическом планировании планы организации ...

Варианты ответа:

- предусматривают только конкретные действия в настоящем и будущем

- базируются на четко известном и неизменном конечном состоянии

(+) позволяет организации реагировать на изменения в окружении, чтобы обеспечить развитие в будущем

Вопрос:

Составляющая SWOT-анализа, к которой относится следующий набор показателей, характеризующих положение организации: хорошая репутация, расширение производственной линии, вертикальная интеграция.

Варианты ответа:

(+) сильные стороны

- слабые стороны

- возможности

- угрозы

Вопрос:

Последовательность разделов плана маркетинга:

Варианты ответа:

(+) Миссия

(+) Анализ среды

(+) Анализ конкурентоспособности

(+) Цели и стратегии

(+) Бюджет маркетинга

(+) Анализ риска и планирование непредвиденных расходов

Вопрос:

План маркетинга предприятия является ...

Варианты ответа:

(+) частью бизнес-плана

- отдельной стратегией

- задачей предприятия

- маркетинговой политикой предприятия

Вопрос:

Основными требованиями к содержанию маркетингового плана

Варианты ответа:

(+) определение целевых рынков и взаимоувязка всех элементов комплекса маркетинга

- сопоставимость краткосрочных разделов плана с рыночными возможностями

- определение производительности труда
- ориентация на обеспечение финансовой устойчивости фирмы

Вопрос:

План маркетинга – это неизменяемый документ на весь период его действия.

Варианты ответа:

- да
  - если не происходит кризисных ситуаций
  - если не осуществляется производство кардинально нового продукта
- (+) нет

### **Примерные вопросы к итоговой аттестации по дисциплине «Маркетинговое планирование»:**

1. Роль и место маркетингового планирования в деятельности организации.
2. Взаимосвязи планов маркетинга с планами подразделений организации.
3. Виды планов маркетинга.
4. Основы разработки стратегических планов маркетинга.
5. Процесс и этапы разработки стратегических планов маркетинга.
6. Содержание стратегического плана маркетинга.
7. Проблемы разработки тактического плана маркетинга.
8. Процесс и этапы разработки тактического плана маркетинга.
9. Содержание тактического плана маркетинга.
10. Статьи затрат бюджета маркетинга.
11. Методы формирования бюджета маркетинга.
12. Финансирование "от возможностей"
13. Метод "фиксированного процента"
14. Метод "соответствия конкуренту"
15. Метод максимальных расходов
16. Метод на основе целей и задач
17. Метод учета программы маркетинга

### **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 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 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 моментов 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 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:

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

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.

- Бондаренко, Виктория Андреевна. Территориальный маркетинг в развитии социально-инфраструктурных проектов в регионе : монография / Бонадаренко В. А., Романишина Т. С. ; Рост. гос. экон. ун-т (РИНХ)/ Ростов н/Д : Изд.-полигр. комплекс РГЭУ (РИНХ), 2021
- Жариков, Виктор Данилович. Основы бизнес-планирования в организации : учеб. пособие для студентов вузов / В. Д. Жариков, В. В. Жариков, В. В. Беспалов/ М. : КНОРУС, 2020
- Зинченко, Александр Сергеевич. Современные инновационные технологии управления маркетингом на высокотехнологичных предприятиях : монография / Зинченко А. С., Сазонов А. А. ; Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Моск. авиац. ин-т (нац. исслед. ун-т)" (МАИ), Ин-т инженер. экономики и гуманитар. наук, Каф. "Менеджмент и маркетинг высокотехнологич. отраслей пром-сти"/ М. : Перо, 2019
- Кононенко, Елена Сергеевна. Маркетинг ресурсосбережения: теория, методология, практика : монография / Е. С. Кононенко
- Овчинникова, Ирина Викторовна. Торговый маркетинг товаров повседневного спроса / Ирина Овчинникова/ М. : Спутник+, 2017
- Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник / [И. И. Скоробогатых и др.] ; под общ. ред. И. И. Скоробогатых, Д. М. Ефимовой ; Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова" (ФГБОУ ВО "РЭУ им. Г. В. Плеханова")/ М. : ФГБОУ ВО "РЭУ им. Г. В. Плеханова", 2017
- Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учеб. и практикум для студентов бакалавриата / И. И. Скоробогатых [и др.] ; под общ. ред. И. И. Скоробогатых, Д. М. Ефимовой ; Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова/ М. : КНОРУС, 2021
- Маркетинговый анализ восприятия пассажирами услуг и подвижного состава общественного транспорта : монография / [И. И. Скоробогатых и др.] ; под общ. ред. И. И. Скоробогатых, Р. Р. Сидорчука, А. В. Лукиной ; [Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова]/ М. : КНОРУС, 2021
- Соловьева, Юлиана Владимировна (). Внутрифирменное планирование : учеб. пособие / Ю. В. Соловьева, М. В. Черняев/ М. : Дашков и К', 2017
- Шаронин, Павел Николаевич. Стратегическое маркетинговое планирование как инструмент повышения конкурентоспособности медиаорганизации : монография /

Шаронин П. Н., Шельгов А. В., Третьяк Е. Б. ; Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Моск. политехн. ун-т" (Моск. Политех)/ М. : Изд-во ИТРК, 2019

#### **Б. Дополнительная литература.**

- Бабурин, Владимир Александрович. Маркетинговое планирование в сфере сервиса : учебник / В. А. Бабурин, Н. Л. Гончарова ; Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "С.-Петерб. гос. экон. ун-т", Ин-т сервиса и экономики/ СПб. : Астерион, 2014

7.2. Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства (подлежит обновлению при необходимости)

7.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем (подлежит обновлению при необходимости)

7.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

- <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](http://www.re-c.ru) – сайт издания «Российский экономический журнал».
- [www.vopreco.ru](http://www.vopreco.ru) – сайт журнала «Вопросы экономики».
- [www.nbmgu.ru](http://www.nbmgu.ru) – библиотека экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова
- [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru) – сайт Центрального Банка
- [www.minfin.ru](http://www.minfin.ru) – сайт Министерства финансов РФ.
- [www.government.ru](http://www.government.ru) – сайт Правительства РФ.
- [www.ecsocman.edu.ru](http://www.ecsocman.edu.ru) – портал по социологии, экономике и менеджменту.
- [www.socionet.ru](http://www.socionet.ru) - портал по общественным наукам
- [www.gks.ru](http://www.gks.ru) – официальный сайт Росстата РФ.
- <https://khabarovsk.hh.ru/article/303224> - НН.ru «Digital-словарик для HR».
- [https:// www.deloitte.com/us/en/pages/human-capital/articles/introduction-human-capital-trends.html](https://www.deloitte.com/us/en/pages/human-capital/articles/introduction-human-capital-trends.html) - Deloitte Global Human Capital Trends.
- Информационные данные Госкомстата, Государственного таможенного комитета, коммерческих и государственных компаний, полученные через поисковые системы Yandex, Rambler, Google, Mail— Сайты маркетинговых и коммуникационных агентств и др.
- <http://dic.academic.ru/searchall.php> - Словари и энциклопедии

- <https://hr-portal.ru/varticle/upravlenie-personalom> - Управление персоналом
- <https://hr-portal.ru/> - Образовательный портал
- <http://nbmgu.ru> - Сайт университетской библиотеки с электронными и алфавитными каталогами

#### 7.5. Описание материально-технического обеспечения.

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.

**8. Соответствие результатов обучения по данному элементу ОПОП результатам освоения ОПОП** указано в Общей характеристике ОПОП.

**9. Разработчик (разработчики) программы:** к.э.н. Троценко А.Н.