

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 16.05.2025 15:28:44

Уникальный программный ключ:

04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323

**38 03 02 Менеджмент, профиль: Цифровой маркетинг, РПД: Маркетинговый консалтинг:  
2024, форма обучения: очно-заочная**

Проректор по учебной работе

утверждено 21.02.24

А.А. Саламатов

Ученым советом факультета управления

Протокол заседания № 8 от 25.01.2024

Председатель Ученого совета  
факультета управления

согласовано

С. А. Головихин

**Заседанием кафедры менеджмента**

Протокол заседания № 9 от 24.01.2024

Заведующий кафедрой

согласовано

Т.Ю. Лушникова

Автор (составитель)

С.А. Ярушева

**Структура рабочей программы соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «13»  
апреля 2021 г. № 247-1**



## **Рабочая программа дисциплины (модуля)\***

### **Маркетинговый консалтинг**

Направление подготовки (специальность)

38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль)

Цифровой маркетинг

Присваиваемая квалификация (степень)

Бакалавр

Форма обучения

очно-заочная

Год(ы) набора 2024

\*Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Челябинск 2024 г.



## Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)
4. Объем дисциплины (модуля)
5. Структура и содержание дисциплины (модуля)
6. Фонд оценочных средств
  - 6.1. Перечень видов оценочных средств
  - 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации
  - 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации
  - 6.4. Критерии оценивания
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
  - 7.1. Рекомендуемая литература
  - 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
  - 7.3. Перечень информационных технологий
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Специальные условия освоения дисциплины обучающимися с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья



### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

приобретение знаний в области основ маркетингового консалтинга, формирование  
умения принимать управленческие решения в сфере маркетинга.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: К.М.02.ДВ.01.02

#### 2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

сформированные навыки поиска и обработки маркетинговой информации, анализа рынка позволят сформировать компетенции для изучения маркетингового консалтинга

Современные технологии поиска и обработки информации

Маркетинговый анализ больших данных

Основы маркетинга

Разработка управленческих решений

Организация маркетингового исследования

#### 2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

изучение дисциплины сформирует знания для дальнейшего изучения бизнес-планирования и стратегического управления организации

Методы принятия управленческих решений

Стратегический менеджмент

Бизнес-планирование

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### ПК-1: Способен подготовить и организовать проведение маркетингового исследования

##### Знать:

основы планирования и организации сбора маркетинговой информации. методологию написания и оформления отчетов по результатам маркетинговых исследований

##### Уметь:

планировать и организовать сбор маркетинговой информации. обрабатывать полученную информацию. писать и оформлять отчет по результатам маркетинговых исследований

##### Владеть:

инструментами и техниками подготовки и организации проведения маркетингового исследования

#### В результате освоения дисциплины обучающийся должен

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	- сущность и основные понятия в области маркетингового консалтинга;
3.1.2	- особенности использования инструментов маркетинга в отношении услуг маркетингового консалтинга;
3.1.3	- специфику постановки стратегических целей и построения маркетинговых стратегий в области маркетингового консалтинга;
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	- демонстрировать способность анализировать социально значимые проблемы и процессы;
3.2.2	- демонстрировать способность понимание роли и значения информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаний;
3.2.3	- демонстрировать способность оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений
3.2.4	- демонстрировать готовность участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>



3.3.1	- методами анализа факторов внешней маркетинговой среды;
3.3.2	- методами оценки эффективности маркетинговой деятельности;
3.3.3	- основными методами планирования и организации маркетинговой деятельности производителя услуг маркетингового консалтинга;

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

<b>Общая трудоемкость</b>	<b>3 ЗЕТ</b>
Часов по учебному плану : 108	Виды контроля в семестрах: зачеты 5
в том числе :	
аудиторные занятия : 16	
самостоятельная работа : 89,35	
: контактная работа: 18,65 ИКР: 2,65	

#### 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
<b>Раздел 1. Понятие, место и роль маркетингового консалтинга</b>				
1.1	Понятие, место и роль маркетингового консалтинга /Лек/	5	2	Л1.4 Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2Л3.1 Э1
1.2	Понятие, место и роль маркетингового консалтинга /Пр/	5	2	Л1.4 Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2Л3.1 Э1
1.3	Понятие, место и роль маркетингового консалтинга /Ср/	5	20	Л1.4 Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2Л3.1 Э1
1.4	Понятие, место и роль маркетингового консалтинга /ИКР/	5	0,55	Л1.4 Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2Л3.1 Э1
<b>Раздел 2. Виды маркетингового консалтинга</b>				
2.1	Виды маркетингового консалтинга /Лек/	5	2	Л1.4 Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2Л3.1 Э1
2.2	Виды маркетингового консалтинга /Пр/	5	1	Л1.4 Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2Л3.1 Э1
2.3	Виды маркетингового консалтинга /Ср/	5	18	Л1.4 Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2Л3.1 Э1
2.4	Виды маркетингового консалтинга /ИКР/	5	0,5	Л1.4 Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2Л3.1 Э1
<b>Раздел 3. Процесс маркетингового консалтинга</b>				



3.1	Процесс маркетингового консалтинга /Лек/	5	2	Л1.4 Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2Л3.1 Э1
3.2	Процесс маркетингового консалтинга /Пр/	5	2	Л1.4 Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2Л3.1 Э1
3.3	Процесс маркетингового консалтинга /Ср/	5	20	Л1.4 Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2Л3.1 Э1
3.4	Процесс маркетингового консалтинга /ИКР/	5	0,5	Л1.4 Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2Л3.1 Э1
<b>Раздел 4. Маркетинг консалтинговых услуг</b>				
4.1	Маркетинг консалтинговых услуг /Лек/	5	1	Л1.4 Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2Л3.1 Э1
4.2	Маркетинг консалтинговых услуг /Пр/	5	2	Л1.4 Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2Л3.1 Э1
4.3	Маркетинг консалтинговых услуг /Ср/	5	20	Л1.4 Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2Л3.1 Э1
4.4	Маркетинг консалтинговых услуг /ИКР/	5	0,5	Л1.4 Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2Л3.1 Э1
<b>Раздел 5. Управленческий консалтинг в России: современные тенденции</b>				
5.1	Управленческий консалтинг в России: современные тенденции /Лек/	5	1	Л1.4 Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2Л3.1 Э1
5.2	Управленческий консалтинг в России: современные тенденции /Пр/	5	1	Л1.4 Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2Л3.1 Э1
5.3	Управленческий консалтинг в России: современные тенденции /ИКР/	5	0,6	Л1.4 Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2Л3.1 Э1
5.4	Управленческий консалтинг в России: современные тенденции /Ср/	5	11,35	Л1.4 Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2Л3.1 Э1

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 6.1. Перечень видов оценочных средств

Рефераты по дисциплине  
Защита заданий для самостоятельного анализа



Зачет

### 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

Задания по самостоятельному анализу практических ситуаций для последующего обсуждения:

Задание 1. Каждый студент выбирает для анализа предприятие (организацию), осуществляющую маркетинговую деятельность. В ходе работы необходимо определить ее миссию, ключевые объекты маркетинга, стратегическое видение по каждому из них. Далее следует дать общие характеристики факторам внешней среды предприятия (организации).

На основе анализа студенты определяют сильные и слабые стороны, возможности и угрозы его развитию.

Цель выполнения задания – выявление наиболее актуальных проблем маркетинга предприятия и разработка предложений по их решению (собственными силами или с передачей на аутсорсинг).

Задание выполняется самостоятельно, оформляется и представляется публично в форме презентации.

Задание 2. Каждый студент в роли руководителя (специалиста по маркетингу) консалтинговой компании разрабатывает программу маркетинга услуг, предлагаемых рынку. При этом, учитываются специфика и характеристики конкретного вида маркетинговых услуг (функциональных, отраслевых и т.п.)

Цель выполнения задания – проверить знания и навыки студентов в по маркетинговому анализу консалтинговых услуг и разработке программы их эффективного маркетинга.

Задание выполняется самостоятельно, оформляется и представляется публично в форме презентации.

### 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Темы рефератов

1. Отличия маркетингового консультирования от других видов консультирования.
2. Основные препятствия на пути развития консалтинга в России и возможные способы их преодоления.
3. Обзор рынка консалтинговых услуг Челябинской области.
4. Управление процессом изменения в организации.
5. Поведенческие роли консультанта.
6. Вопросы культуры при проведении консультирования.
7. Профессиональные ассоциации и кодексы поведения консультантов.
8. Особенности составления отчета консультанта.
9. Коучинг и консалтинг: основные отличия.
10. Аутсорсинг маркетинговых услуг.
11. Особенности продвижение продукта на рынке с помощью консалтинговой фирмы.
12. Управление конфликтными ситуациями и методы работы консультантов с конфликтом.
13. Деловые беседы, переговорные технологии.
14. Профессиональная этика консультанта.
15. Эффективное использование рабочего времени.
16. Инновации как цель консалтинга.
17. Российская специфика маркетинговой политики консалтинговых фирм.
18. Состояние российского рынка консультационных услуг: основные тенденции.
19. Разработка стандартов деятельности отдела маркетинга.
20. Правовые аспекты деятельности консалтинговых фирм

Вопросы для подготовки к зачету

1. Консалтинг как разновидность экспертной помощи.
2. Участники процесса консультирования.
3. Консультирование и управленческая деятельность.
4. Организация как система.
5. Консультанты как часть системного управления.
6. Консультирование как задача.
7. Сложность работы консультанта.
8. Внутренние и внешние консультанты.
9. Классификация консультационной деятельности.
10. Консалтинг в области управления и маркетинга.
11. Аутсорсинг как направление консалтинга.
12. Типология консультирования.
13. Обзор ситуации в области консалтинга.
14. Основы взаимодействия консультанта с клиентом.
15. Контракт на консультационные услуги: принципы организации отношений, поведенческие аспекты, организация выполнения работ причины разочарований.



16. Модели консультирования.
  17. Виды консультационных организаций.
  18. Организация внутреннего консультирования.
  19. Ассоциации консультантов.
  20. Поиск консультационной фирмы.
  21. Выявление потенциальных консультантов.
  22. Анализ предложений консультационных фирм.
  23. Цена консультационной услуги.
  24. Оценки клиента.
  25. Классификация методов консультирования.
  26. Методы консультирования направленные на решение управленческих проблем.
  27. Формирование фонда методов.
  28. Качество консультационных услуг.
  29. Отчет о результатах консультирования.
  30. Представление результатов работы клиенту.
  31. Результативность и эффективность консультирования.
  32. Параметры разработки стратегии организации.
  33. Определение действующей стратегии организации.
  34. Варианты эталонных стратегий.
- 
1. К специфическим свойствам консалтинговой услуги относятся:
    - а) неосязаемость
    - б) несохраняемость
    - в) Непостоянство качества
    - г) Всё вышеперечисленное
  2. Какие приёмы маркетинга консалтинговых услуг являются наиболее эффективными?
    - а) выступления на отраслевых встречах клиентов общественная активность
    - б) Прямая рассылка
    - в) Реклама
  3. В консалтинге более эффективны маркетинговые приёмы, которые предполагают:
    - а) письменные коммуникации
    - б) личные коммуникации
  4. Конечным критерием доходности консалтинговой организации является:
    - а) количество обслуженных клиентов
    - б) количество выполненных договоров
    - в) Выручка консалтинговой компании
    - г) Прибыль, приходящаяся на одного партнёра
  5. Прибыльность консалтинговых организаций зависит от:
    - а) доходности
    - б) производительности
    - в) Рычага
    - г) Финансовой отчётности
  6. Услуга, непосредственно выполняемая для конкретного клиента на контрактной основе – это:
    - а) непосредственно неоплачиваемая услуга
    - б) неоплачиваемая услуга
    - в) Безвозмездная услуга
    - г) Оплачиваемая услуга
  7. Отношение общего дохода консультанта к оплачиваемым дням – это:  
зарплата консультанта
    - а) прибыль консалтинговой организации



- б) Гонорар консультанта на единицу времени  
в) Стоимость консалтинговой услуги
8. Цена консалтинговой услуги может определяться:  
а) исходя из прейскуранта на услуги  
б) с учётом внешних факторов  
в) С учётом внутренних факторов  
г) Спонтанно
9. Войти в консалтинговый бизнес можно:  
а) в качестве мигранта;  
б) в качестве наемного работника;  
в) в качестве индивидуального предпринимателя;  
г) в качестве субподрядчика.
10. Отношение числа младших консультантов к числу главных консультантов – это:  
а) производительность;  
б) прибыльность;  
в) леверидж;  
г) оптимум.
11. Консультант-клиентская модель консалтингового бизнеса – это... процесс:  
а) двухсторонний;  
б) трехсторонний;  
в) четырехсторонний;  
г) односторонний.
12. Мелкие консалтинговые фирмы:  
а) самостоятельно ведут разработки новых услуг;  
б) подключаются к исследованиям в вузах;  
в) покупают новые управленческие технологии;  
г) не обновляют свои услуги.
13. Крупные консалтинговые фирмы:  
а) всегда реализуют проекты самостоятельно;  
б) при необходимости прибегают к услугам субподрядчиков;  
в) стремятся реализовывать проекты в сотрудничестве с другими крупными фирмами.
14. Для консалтинга характерна ориентация на:  
а) выполнение проекта;  
б) людей;  
в) выполнение проекта и людей.
15. Для регистрации действий консультанта, событий и данных используется:  
а) дневник проекта;  
б) резюме проекта;  
в) извещение о проекте;  
г) отчет по проекту.
16. Для информирования всех отделов консультационной фирмы о проекте используется:  
а) дневник проекта;  
б) резюме проекта;  
в) извещение о проекте;  
г) отчет по проекту.
17. По окончании проекта составляется:  
а) дневник проекта;



- б) резюме проекта;
- в) извещение о проекте;
- г) отчет по проекту.

18. План проекта может быть представлен в виде:

- а) диаграммы;
- б) гистограммы;
- в) таблицы;
- г) в любом виде.

19. Ассоциация консультантов — это

- а) добровольное объединение, основанное на членстве, цель которого – пропаганда норм консультационной деятельности и создание рынка консультационных услуг
- б) независимые консультационные фирмы или индивидуальные консультанты, оказывающие услуги клиентам на основе соответствующих договоров
- в) объединение профессиональных консультантов, чьей целью является оценка компетентности консультантов и консалтинговых фирм и выдача соответствующих лицензий на право осуществления консалтинговой деятельности
- г) одна из форм организации бизнеса в современной экономике, практика, помогающая компаниям решить проблемы функционирования и развития

20. Ограниченный во времени целенаправленный комплекс мероприятий, предпринимаемый консультантом на установленных договором условиях, для разрешения проблем клиента

- а) консультационный проект
- б) консультационная услуга
- в) консультационные процесс
- г) управленческий консалтинг

Российская специфика маркетинговой политики консалтинговых фирм.

#### 6.4. Критерии оценивания

Критерии оценивания теоретического вопроса:

- «отлично» (9-10 баллов) характеризует высокий уровень освоения проверяемых компетенций. Обучающийся глубоко знает вопрос, понимает сущности и взаимосвязи изучаемых процессов и явлений, умеет грамотно оперировать основными категориями, аргументированно и развернуто изложить свою точку зрения, применить полученные знания, свободно приводя примеры, дает полные ответы на основные и дополнительные вопросы;
- «хорошо» (6-8 баллов) характеризует средний уровень освоения проверяемых компетенций. Обучающийся хорошо знает материал, умеет оперировать основными категориями, но допускает несущественные неточности, изложить свою точку зрения, применить полученные знания, приводя примеры, дает неполные ответы на основные и дополнительные вопросы;
- «удовлетворительно» (3-5 баллов) характеризует базовый уровень освоения проверяемых компетенций. Обучающийся удовлетворительно знает материал, излагает его не в полной объеме либо с ошибками, умеет оперировать основными категориями, но допускает существенные неточности, затрудняется аргументировать свою точку зрения, применить полученные знания, приводя примеры, не дает ответы на дополнительные вопросы;
- «неудовлетворительно» (0-2 балла) характеризует недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций. Обучающийся не разобрался с основными категориями, обнаруживает пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допускает принципиальные ошибки.

Критерии оценивания теста:

Тест может формироваться в системе электронного обучения MOODLE либо в печатном варианте. Каждый правильный ответ оценивается в 0,5 балла:

- «отлично» (9-10 баллов) характеризует высокий уровень освоения проверяемых компетенций (90-100% выполненных заданий);
- «хорошо» (6-8 баллов) характеризует средний уровень освоения проверяемых компетенций (76-89% выполненных заданий);
- «удовлетворительно» (3-5 баллов) характеризует базовый уровень освоения проверяемых компетенций (61-75% выполненных заданий);



- «неудовлетворительно» (0-2 баллов) характеризует недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций (менее 61% выполненных заданий).

При итоговой оценке сформированности компетенций у обучающихся в рамках дисциплины применяется балльно-рейтинговая система оценки.

Набранные по результатам текущей аттестации баллы суммируются с баллами, полученными в ходе проведения промежуточной аттестации.

Итоговая оценка:

91-100 баллов – отлично;

76-90 баллов – хорошо;

61-75 баллов – удовлетворительно;

60 и менее баллов – неудовлетворительно;

61-100 баллов – зачтено;

60 и менее баллов – не зачтено.

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке «отлично». Он предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности: формируются системные знания теории управления, необходимые для самостоятельной разработки организационно-управленческих и экономических решений, способов их реализации; умения и навыки оценки их экономических и социальных последствий, способность осмысливать их в динамике и взаимосвязи. Студент способен аргументировать собственную точку зрения по дискуссионным вопросам дисциплины, свободно решать практические задачи.

2. Средний уровень соответствует оценке «хорошо». Он предполагает формирование компетенций на более высоком уровне: формируется общее понимание процесса управления, выработки и реализации управленческих решений; умение их анализировать и представление о возможных результатах организационно-управленческих решений, студент способен давать развернутые ответы на теоретические вопросы дисциплины с отдельными неточностями, решать практические задачи с отдельными затруднениями.

3. Базовый уровень соответствует оценке «удовлетворительно». Он предполагает формирование компетенций на начальном уровне: формируется общее представление о теории управления, грамотное владение управленческой терминологией, умение ориентироваться в методах и принципах управленческой деятельности, нахождения организационно-управленческих решений.

4. Низкий уровень соответствует оценке «неудовлетворительно».

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

### 7.1. Рекомендуемая литература

#### 7.1.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
ЛП.1	Наумов В.Н.	Стратегический маркетинг: учебник ( <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=432526">https://znanium.com/catalog/document?id=432526</a> )	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024	ЭБС
ЛП.2	Секерин В.Д.	Инновационный маркетинг: учебник ( <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=431110">https://znanium.com/catalog/document?id=431110</a> )	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024	ЭБС
ЛП.3	Чуланова О.Л.	Управленческое консультирование: учебное пособие ( <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=422207">https://znanium.com/catalog/document?id=422207</a> )	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023	ЭБС
ЛП.4	Блинов А. О., Дресвянников В. А.	Управленческое консультирование: учебник ( <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=621848">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=621848</a> )	Москва : Дашков и К, 2022	ЭБС

#### 7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
--	---------	----------	---------------	--------



	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л2.1	Грибов В.Д.	Основы маркетинга сферы услуг: учебное пособие ( <a href="https://book.ru/book/944933">https://book.ru/book/944933</a> )	Москва : КноРус, 2023	ЭБС
Л2.2	Забродин В. Ю.	Управленческий консалтинг. Социологический подход: учебное пособие для вузов ( <a href="https://urait.ru/bcode/514365">https://urait.ru/bcode/514365</a> )	Москва : Юрайт, 2023	ЭБС
Л2.3	Казакова Н.А.	Маркетинговый анализ: учебное пособие ( <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=417704">https://znanium.com/catalog/document?id=417704</a> )	Москва : ООО "Научно- издательский центр ИНФРА- М", 2023	ЭБС

### 7.1.3. Методические разработки

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л3.1	Латышова Л. С.	Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы: учебник ( <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=697013">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=697013</a> )	Москва : Дашков и К, 2023	ЭБС

### 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	1. Лань [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Лань. – URL: <a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> . 2. Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО ДиректмедиаПаблицинг. – URL: <a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> . 3. Юрайт [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Юрайт. – URL: <a href="https://biblio-online.ru">https://biblio-online.ru</a> . 4. Znanium.com [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / Научно-издательский центр ИНФРА-М. – URL: <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a> . 5. BOOK.ru [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство КноРус. – URL: <a href="https://www.book.ru/">https://www.book.ru/</a> . 6. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : электронная библиотека / Науч. электрон.б-ка. – URL: <a href="http://elibrary.ru/defaultx.asp">http://elibrary.ru/defaultx.asp</a> .			
----	---	--	--	--

### 7.3 Перечень информационных технологий

#### 7.3.1 Программное обеспечение

LMS Moodle

MS Office365

Adobe Reader

#### 7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

1. Электронный каталог научной библиотеки ЧелГУ [Электронный ресурс]: база данных/Челяб.гос.ун-т. – Челябинск, 1992.
2. Консультант Плюс [Электронный ресурс]: справочно-правовая система: база данных/Регион.центр правовой информ. Информправо.

## 8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Для реализации дисциплины используются учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения с возможностью использования переносного мультимедийного оборудования (экран, ноутбук, проектор, колонки).

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий для демонстрации слайдовых презентаций. Мультимедийное сопровождение лекционных занятий обеспечивается видеопрезентациями и видеокейсами из медиатеки методического кабинета факультета управления.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с подключением к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета для проведения тестирования в программе Moodle.



Наличие систем Wi-Fi во 2-ом и 4-ом учебных корпусах позволяет использовать интерактивные методы ведения занятий с использованием Интернет-ресурсов, проводить консультации с использованием электронной почты.

С целью повышения качества образовательных услуг необходимая организационная и учебно-методическая информация, сопровождающая учебный процесс, помещена на сайте факультета управления. Конфиденциальность информации обеспечивается наличием личных кабинетов студентов.

В случае применения при обучении дисциплины электронного обучения, дистанционных образовательных технологий общение обучающихся и преподавателя осуществляется в режиме реального времени (чаты.) или отложенного времени (система дистанционного обучения Moodle, электронная почта).

Большую часть времени обучающиеся самостоятельно работают с учебно-методическими материалами. Студенты имеют возможность консультироваться с преподавателем по всем вопросам, возникающим в ходе самостоятельной работы посредством электронной почты, социальных сетей.

Доступ обучающегося к учебным ресурсам в режиме отложенного времени, самостоятельной работы осуществляется через сеть Интернет в удобном для него месте, времени и темпе.

## 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студента на всех занятиях аудиторной формы (лекции, практические занятия), выполнение контрольных мероприятий, планомерную самостоятельную работу. В ходе освоения дисциплины студент расширяет свой социальный опыт, развивает такие общекультурные и профессиональные компетенции как овладение навыками исследовательской деятельности; целеполагание, планирование, анализ и рефлексия в процессе познания; формирование целостного экономического мышления; расстановка приоритетов и нахождение оптимальных решений в различных ситуациях; и др.

В ходе освоения дисциплины деятельность студента направлена на решение следующих задач:

- логическое мышление, навыки создания научных работ по вопросам профессиональной деятельности, ведения научных дискуссий;
- развитие навыков работы с разноплановыми источниками;
- осуществление эффективного поиска информации и критики источников;
- получение, обработка и сохранение источников информации;
- преобразование информации в знание, осмысливание процессов, событий и явлений в области профессиональной деятельности в их динамике и взаимосвязи;
- формирование и аргументированное отстаивание собственной позиции по различным проблемам профессиональной деятельности.

В учебной дисциплине студент должен ориентироваться на самостоятельную проработку учебного материала, подготовку к практическим занятиям, выполнение итоговой исследовательской работы и компьютерного тестирования, самостоятельное изучение разделов курса.

Успешное освоение дисциплины предполагает обязательное посещение практических занятий, выполнение творческих и поисковых заданий, запланированной исследовательской работы, а также компьютерного тестирования.

Подготовка к практическим занятиям:

- студент должен внимательно ознакомиться с материалом, относящимся к данному занятию по учебнику и учебным пособиям;
- выписать основные термины;
- выполнить творческое или поисковое задание, сформулировать возникшие вопросы и постараться получить на них ответ заранее (до практического занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечня знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована студентами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к промежуточной аттестации:

К промежуточной аттестации необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. В самом начале учебного курса студент может познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов для самоподготовки.

Рекомендации для организации работы студента на лекции

Ведущую роль в организации учебного процесса играют лекции, которые определяют содержание и направленность работы студентов в освоении научных знаний, выполняют образовательную, воспитательную и учебно-



организационную функцию. Самостоятельная работа студентов с лекционным материалом, состоящая из его повторения, структурирования, анализа, способствует более глубокому усвоению полученных знаний.

Особое значение в организации самостоятельной работы имеет вводная лекция преподавателя. Раскрывая сущность предмета и методы истории как науки, преподаватель знакомит с основными формами организации учебной деятельности в вузе. В лекции обобщаются результаты научных исследований, дается представление о современной историографической ситуации. На лекции студенты вооружаются необходимым минимумом знаний для самостоятельной работы, преподаватель указывает ее цель и основные направления, наделяет инструментарием в виде рабочей программы и методических рекомендаций, что позволяет впоследствии адекватно организовывать собственную самостоятельную работу.

Тематические и обзорные лекции требуют от студента дополнительной подготовки. Во-первых, необходимо знать содержание предшествующей лекции, без чего невозможно сознательно усвоить новый материал. Особое значение предварительная подготовка приобретает в тех случаях, когда в лекциях освещаются не все вопросы программы курса и ряд вопросов, не представляющих большой трудности, выносятся на самостоятельное изучение. Лектор в ходе лекции указывает, какие именно разделы темы должны быть самостоятельной изучены, предлагает список источников и литературы, с которыми необходимо ознакомиться, комментирует формы отчетности по самостоятельной работе.

Во-вторых, необходимо слушать лекцию и одновременно ее конспектировать. Правильно организованное конспектирование способствует подготовке к контрольной работе и тестированию.

Вести запись лекции предлагается в общей тетради, пронумеровав ее и оставив первые страницы для оглавления, что дает возможность быстро найти нужную лекцию. В тетради предлагается записывать дату, номер лекции, тему и план лекции; название вопросов во время лекции можно не записывать, а лишь обозначить их порядковый номер согласно плану.

Целесообразно в лекционной тетради оставить широкие поля, которые можно использовать для записи ссылок на литературу и источники, цитат, а также заполнять их дополнительным материалом при самостоятельном чтении рекомендованной литературы и при подготовке к контрольной работе.

Дословно записывать содержание лекции нет необходимости. Конспектирование предполагает фиксирование лишь основных положений, главных мыслей и выводов. Самостоятельная работа студента на лекции и заключается в выделении главного материала. Лекцию необходимо воспринимать творчески, избегать механического записывания, фиксировать ранее неизвестную информацию. Студенту рекомендуется в тот же день обработать свой конспект: прочесть его, вписать пропущенное, исправить неточные выражения, формулировки, искажения, подчеркнуть важные места. По итогам лекционного курса конспекты лекций могут быть проверены преподавателем.

Рекомендации для организации работы студента при подготовке к практическому занятию (семинару)  
Для наиболее эффективного достижения результата изучения данной дисциплины подготовку к семинару следует начинать сразу же после лекции по данной теме или консультации преподавателя.

В процессе углубленного чтения литературы можно составлять краткие конспекты, тезисы своих выступлений, делать необходимые выписки, чтобы затем на семинаре активно участвовать в обсуждении всех вопросов.

Конспекты лучше вести в той же тетради, в которой конспектируются лекции по данной дисциплине.

Самостоятельная работа студентов по изучаемой дисциплине проводится в соответствии с предложенными темами. По каждой теме сформулированы виды и содержание самостоятельной работы студентов.

Следующим этапом учебной деятельности студентов является выполнение компьютерного тестирования по дисциплине. Тестирование проверяет знания студентов по изученным темам дисциплины. Контрольное тестирование выполняется в компьютерном классе в присутствии преподавателя. Сроки выполнения тестирования – согласовываются с преподавателем.

Тестовые задания размещены в системе MOODLE. Чтобы получить в нее доступ, необходимо зарегистрироваться. Для этого следует зайти на главную страницу сайта <http://moodle.uio.csu.ru>.

В течение всего семестра для студентов проводится консультация. На консультацию приглашаются студенты, по вопросам связанным с освоением материала дисциплины. Сроки проведения консультации в соответствии с графиком, можно уточнить на кафедре менеджмента.

## 10. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием специальных технических средств и голо информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося.

1. Мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения: портативный компьютер с вводом/выводом шрифтом Брайля с синтезатором речи «EIBraile-W14J G2»; ноутбуки с программной экранного



доступа NVDA; электронные увеличители для удаленного просмотра; видеоувеличители портативные; тифлоплеер; цифровые диктофоны.

2. Мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями слуха: система свободного звукового поля со встроенной совместимостью с FM-устройствами; радиоклассы «Сонет-PCM» с передатчиком, заушным индуктором и индукционной петлей; система информационная для слабослышащих переносная «Исток» А2 со встроенным плеером – звуковым информатором; документ-камера; программируемые слуховые аппараты индивидуального пользования.

3. Ассистивные информационные технологии: программное обеспечение экранного доступа с синтезом речи NVDA; программы экранного увеличения; программы речевого синтеза для компьютеров и ноутбуков; программы речевого синтеза для мобильных устройств; экранная клавиатура; экранная лупа.

При необходимости для обучающихся с нарушениями зрения на рабочих местах для проведения практических или лабораторных занятий устанавливается специальное программное обеспечение (программа речевой навигации NVDA, речевые синтезаторы, экранные лупы).

В учебных аудитории обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья. В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, предусматривается соответствующее количество мест для обучающихся с учетом нарушений их здоровья.

Для освоения дисциплины инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется доступ к печатным источникам, имеющимся в научной библиотеке ЧелГУ, с помощью специальных технических средств; доступ к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах, с помощью специальных технических и программных средств (рабочее место для незрячего пользователя с программным обеспечением экранного доступа с синтезом речи NVDA, рабочее место с компьютерным роллером и клавиатурой Clevy с большими кнопками и с разделяющей клавиши накладкой).

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме шрифтом Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий (Moodle, Adobe Connect Pro и пр.).

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья используется индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации направлены на индивидуализацию обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей, обучающихся:

а) инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, в письменной форме шрифтом Брайля, устно с использованием услуг сурдопереводчика);

б) доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в печатной форме шрифтом Брайля, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода);

в) доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно шрифтом Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Рабочая программа дисциплины "Маркетинговый консалтинг" по направлению подготовки (специальности)  
38.03.02 "Менеджмент" направленности (профилю) Цифровой маркетинг ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 15

здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены ЧелГУ или могут использоваться собственные технические средства. При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на задания, процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.  
Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.