

Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор Дата подписания: 17.06.2025 17:04:53 Уникальный программный ключ (специальности) 38.04.01 04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323	МИНОВЕРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)	Рабочая программа дисциплины "Стратегический анализ деятельности организаций" по направлению подготовки (специальности) 38.04.01 "Экономика" направленности (профилю) Учет и финансы организаций ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 1
--	--	---	--------

Рабочая программа дисциплины (модуля)*
Стратегический анализ деятельности организаций

Направление подготовки (специальность)

38.04.01 Экономика

Направленность (профиль)

Учет и финансы организаций

Присваиваемая квалификация (степень)

Магистр

Форма обучения

заочная

Год(ы) набора 2025

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

Челябинск 2025 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

Являются формирование у студентов способности управления комплексом маркетинга предприятия с целью обеспечения его конкурентоспособности на длительный период.

Для достижения указанной цели решаются следующие основные задачи:

- раскрытие содержания понятий «маркетинг», «маркетинговые стратегии»;

- умение использовать теорию и методологию стратегического маркетинга при формировании маркетинговых стратегий:

- овладение навыками формирования конкурентоспособных маркетинговых стратегий (продуктовые, ценовые, распределительные, коммуникативные) различных предприятий.

Результаты освоения ОПОП:

УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

ПК-2. Способен применять знания для аналитического обеспечения разработки стратегии изменений организации

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: Б1.В.01

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Требованием, необходимым для изучения дисциплины, является владение компетенциями, полученными в рамках дисциплины: "Маркетинговый анализ данных", "Маркетинговые исследования"

Маркетинговый анализ данных

Маркетинговые исследования

Логистика (продвинутый уровень)

Методология и методика социально-экономического исследования (научный семинар)

Микроэкономика (продвинутый уровень)

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

Дисциплина "Стратегический маркетинг" является предшествующей для дисциплин: "Современные концепции управления (научный семинар)", "Управление инвестиционными проектами", "Маркетинговые технологии".

Современные концепции управления (Научный семинар)

Управление инвестиционными проектами

Маркетинговые технологии

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Эконометрика (продвинутый уровень)

Финансово-экономическое обоснование управленческих решений

Управление запасами предприятия и их оптимизация

Управление бизнес-процессами

Прикладное применение методов искусственного интеллекта в цифровой экономике

Модели управления цепями поставок

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1 Знать:

3.1.1 методы, используемые в анализе проблемных ситуаций на основе системного анализа



Рабочая программа дисциплины "Стратегический анализ деятельности организаций" по направлению подготовки (специальности) 38.04.01 "Экономика" направленности (профилю) Учет и финансы организаций ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 4

3.1.2 показатели и методики анализа внутренних (внешних) факторов и условий, влияющих на деятельность организации на стратегическом и тактическом уровнях на основе логистического подхода...

3.2 Уметь:

3.2.1

3.2.2 критически анализировать, систематизировать и обобщать полученную информацию

3.2.3

3.2.4 проводить организационные, методические и практические мероприятия для аналитического обеспечения разработки стратегии изменений организации на основе логистического подхода.....

3.3 Владеть:

3.3.1 методами анализа проблемной ситуации с целью выработки стратегии действий в условиях множественного выбора, навыками формулирования собственных суждений и оценок

3.3.2 навыками использования методик оценки деятельности в соответствии с разработанными показателями стратегии изменений организации.....

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Часов по учебному плану : 108 в том числе : аудиторные занятия : 8 самостоятельная работа : 94,55 часов на контроль : 4 контактная работа: 9,45 ИКР: 1,45	Виды контроля на курсах: зачеты 1

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
	Раздел 1. Раздел 1. Стратегический анализ в системе анализа в системе менеджмента организации			
1.1	Стратегический анализ в системе анализа в системе менеджмента организации /Лек/	1	1	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3
1.2	Стратегический анализ в системе анализа в системе менеджмента организации /Пр/	1	1	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3
1.3	Стратегический анализ в системе анализа в системе менеджмента организации /Ср/	1	34,55	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3
	Раздел 2. Раздел 2. Методологические основы стратегического анализа.			
2.1	Методологические основы стратегического анализа /Лек/	1	1	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2
2.2	Методологические основы стратегического анализа /Пр/	1	1	Л1.1Л2.1Л3.1 Э3
2.3	Методологические основы стратегического анализа /Ср/	1	20	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3
	Раздел 3. Раздел 3.Типовые модели анализа конкурентной позиции организации			
3.1	Инструментальные методы стратегического анализа /Лек/	1	2	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2
3.2	Инструментальные методы стратегического анализа /Пр/	1	2	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2
3.3	Инструментальные методы стратегического анализа /Ср/	1	40	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2
	Раздел 4. Иная контактная работа			



4.1	Индивидуальные консультации, текущий контроль /ИКР/	1	1,45	Л1.Л2.Л3.1 Э1 Э2 Э3
-----	---	---	------	------------------------

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Перечень видов оценочных средств

реферат, тест, вопросы к зачету

6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

ПК-1 Способен разрабатывать финансовые планы и контролировать их исполнение

При написании реферата продемонстрируйте навыки консультирования клиента по вопросам личного бюджета, страхования, оценки объектов организации, формирования сбережений, управления кредитным и инвестиционным портфелем, проведения антикризисных мероприятий

Реферат

1. Анализ внешней среды функционирования предприятия (на примере конкретного предприятия)
2. Выбор и экономическое обоснование каналов сбыта для предприятия (на примере конкретного предприятия)
3. Выбор и экономическое обоснование конкурентной стратегии предприятия (на примере конкретного предприятия)
4. Изучение поведения потребителей на товарном рынке г. Владивостока
5. Изучение потребительских предпочтений на товарном рынке г. Владивостока
6. Использование прямого маркетинга на российском предприятии
7. Исследование и прогнозирование конъюнктуры (на примере конкретного предприятия)
8. Исследование товарного рынка г. Владивостока
9. Оценка ассортиментной политики предприятия (на примере конкретного предприятия)
10. Оценка и выбор поставщиков (на примере конкретного предприятия)

При подготовке реферата необходимо продемонстрировать знания и умение сбора, анализа и порядка предоставления достоверной информации в масштабах всего спектра финансовых услуг

11. Оценка конкурентной среды на товарном (региональном) рынке
12. Оценка конкурентоспособности предприятия (на примере строительной, туристкой, производственной и пр. фирмы)
13. Оценка марочного капитала (на примере конкретного предприятия)
14. Оценка потенциала товарного рынка г. Владивостока
15. Оценка эффективности рекламной деятельности (на примере конкретного предприятия)
16. Разработка BTL-кампании (на примере конкретного предприятия)
17. Разработка ассортиментной политики предприятия (на примере конкретного предприятия)
18. Разработка и внедрение на рынок новых товаров (на примере конкретного предприятия)
19. Разработка имиджа предприятия (на примере конкретного предприятия)

При составлении реферата покажите умение учитывать текущую финансовую ситуацию и перспективу при оценке предложений, направленных на решение финансовых задач клиента

20. Разработка маркетинговой информационной системы (на примере конкретного предприятия)
21. Разработка маркетинговой программы (на примере конкретного предприятия)
22. Разработка мероприятий целевого маркетинга для предприятия (на примере конкретного предприятия)
23. Разработка политики продукта (на примере конкретного предприятия)
24. Разработка программы маркетинговых коммуникаций (на примере конкретного предприятия)
25. Разработка рекламной кампании (на примере конкретного предприятия)
26. Разработка сбытовой программы (на примере конкретного предприятия)
27. Разработка стандартов мерчандайзинга (на примере конкретного предприятия)
28. Разработка стратегии брендинга (на примере конкретного предприятия)
29. Разработка стратегии маркетинга (на примере конкретного предприятия)
30. Разработка стратегии позиционирования предприятия (на примере конкретного предприятия)

Продемонстрируйте способность проводить расчеты при определении оценки объектов организации, определять итоговые величины стоимости организаций при подготовке реферата по следующим темам.

31. Разработка товарной политики предприятия (на примере конкретного предприятия)
32. Разработка ценовой политики фирмы (на примере конкретного предприятия)
33. Сегментирование потребительского рынка
34. Сегментирование промышленного рынка



35. Управление выставочной деятельностью (на примере конкретного предприятия)
36. Управление инновациями в маркетинге (на примере конкретного предприятия)
37. Управление продажами в торговой фирме (на примере конкретного предприятия)
38. Управление службой маркетинга на предприятии (на примере конкретного предприятия)
39. Управление службой сервиса торгового предприятия (на примере конкретного предприятия)
40. Особенности стратегии маркетинга в условиях экономического спада.

При ответах на тестовые вопросы продемонстрируйте способность разрабатывать финансовые планы и контролировать их исполнение
а также навыки консультирования клиента по вопросам личного бюджета, страхования, оценки объектов организации, формирования сбережений, управления кредитным и инвестиционным портфелем, проведения антикризисных мероприятий

Пример теста

1. Общий, недетализированный план какой-либо деятельности, охватывающий длительный период времени, способ достижения сложной цели, являющейся неопределённой и главной для управленца на данный момент, в дальнейшем корректируемой под изменившиеся условия существования управленца, это...

- a) Тактика
- b) Стратегия
- c) Бизнес-идея
- d) Бизнес-план
- e) Маркетинговый план

2. Инструмент реализации стратегии, это...

- a) Задача
- b) Тактика
- c) Бизнес-идея
- d) Бизнес-план
- e) Маркетинговый план

3. Процесс планирования и реализации различных маркетинговых мероприятий, которые подчинены достижению поставленных перед компанией (фирмой, организацией, бизнес структурой) целей, это...

- a) Маркетинговая стратегия
- b) Бизнес-стратегия
- c) Функциональная стратегия

При ответах на тестовые вопросы продемонстрируйте знания сбора, анализа и порядка предоставления достоверной информации в масштабах всего спектра финансовых услуг

4. Инструмент для стратегического анализа и планирования в маркетинге. Создана Брюсом Д. Хендерсоном для анализа актуальности продуктов компании, исходя из их положения на рынке относительно роста рынка данной продукции и занимаемой выбранной для анализа компанией доли на рынке. В его основу заложены две концепции: жизненного цикла товара (вертикальная ось) и эффекта масштаба производства или кривой обучения (горизонтальная ось), это...

- a) Матрица БКГ (англ. Boston Consulting Group, BCG)
- b) SWOT-анализ
- c) PEST-анализ (STEP)
- d) SNW-анализ

5. Метод анализа в стратегическом планировании, заключающийся в разделении факторов и явлений на четыре категории, это...

- a) Матрица БКГ (англ. Boston Consulting Group, BCG)
- b) SWOT-анализ
- c) PEST-анализ (STEP)
- d) SNW-анализ

7. Инструмент сравнительного анализа стратегических бизнес-единиц компании для определения их относительной приоритетности при распределении инвестиционных ресурсов, а также получения в первом приближении типовых стратегических рекомендаций. Важный этап разработки маркетинговой стратегии, это...

- a) Портфельный анализ
- b) СВOT – анализ
- c) Бизнес-анализ

При ответах на тестовые вопросы продемонстрируйте умение учитывать текущую финансовую ситуацию и



перспективу при оценке предложений, направленных на решение финансовых задач клиента

8. Выберите известную стратегию

- a) Стратегия голубого океана (В. Чан Ким, Р. Моборн)
- b) Стратегия синего моря (Дугласа Р.)
- c) Стратегия зеленого мыса (Роджерс, Медерн Р.)
- d) Стратегия серого рифа (Клод В.)

9. Дочерняя компания, подразделение компании или даже самостоятельная продуктовая линейка достаточно крупные, чтобы иметь собственную стратегию (цели и задачи, отличные от материнской компании или компании в целом), это...

- a) Стратегическая бизнес-единица
- b) Функциональная бизнес-единица
- c) Бизнес-единица фирмы (компании)

10. Признаки компании, ориентированной на стратегию производства:

- a) Акцент на характеристиках и качестве продукта
- b) Узкий ассортимент
- c) Широкий ассортимент

При ответах на тестовые вопросы продемонстрируйте способности проводить расчеты при определении оценки объектов организации, определять итоговые величины стоимости организаций.

11. Джон Николлс предложил эту матрицу как альтернативу традиционным методам разработки стратегии компании.

Матрица позволяет определить, какие проекты/продукты/бизнес-единицы в наибольшей степени способствуют реализации миссии и ключевых компетенций компании, чтобы ограниченные ресурсы были перераспределены на них в первую очередь.

- a) Матрица БКГ (англ. Boston Consulting Group, BCG)
- b) SWOT-анализ
- c) PEST-анализ (STEP)
- d) SNW-анализ
- e) Матрица GE/McKinsey
- f) Матрица МСС

12. Выберите стратегию, отличием которой является конкуренция в узком сегменте рынка

- a) Стратегия минимизации издержек
- b) Стратегия дифференциации
- c) Стратегия концентрации

13. Какое действие не входит в рамки атакующей стратегии...

- a) Стратегия ценовых скидок
- b) Стратегия расширения ассортимента продукции
- c) Стратегия повышения уровня обслуживания
- d) Стратегия вынужденного сокращения

6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

При подготовке ответов продемонстрировать способность разрабатывать финансовые планы и контролировать их исполнение

Примерные экзаменационные вопросы

1. Маркетинг как фактор конкурентоспособности фирмы.
2. Охарактеризуйте сущность конкуренции и значение маркетинговой стратегии в конкурентной борьбе.
3. Факторы конкуренции: которые оказывают негативное или позитивное воздействие на маркетинговую деятельность фирмы.
4. Охарактеризуйте модель пяти конкурентных сил Портера.
5. Дайте понятие конкурентных преимуществ, конкурентоспособности товара, конкурентоспособности фирмы.
6. Каких принципов конкурентоспособности должны придерживаться фирмы в процессе планирования маркетинговой деятельности?
7. Какие факторы влияют на конкурентоспособность фирмы?

Показать навыки консультирования клиента по вопросам личного бюджета, страхования, оценки объектов организации, формирования сбережений, управления кредитным и инвестиционным портфелем, проведения антикризисных мероприятий и ответить на следующие вопросы



8. Какие факторы влияют на конкурентоспособность товара?
9. Охарактеризуйте типы конкурентных стратегий.
10. Стратегический и операционный маркетинг.
11. Охарактеризуйте концепцию стратегического маркетинга.
12. Охарактеризуйте плановый характер функционирования маркетинга.
13. Перечислите этапы разработки маркетинговой стратегии.
14. Какова цель и основные задачи операционного маркетинга?
15. Каковы задачи маркетингового контроллинга?

Продемонстрируйте обладание знаниями сбора, анализа и порядка предоставления достоверной информации в масштабах всего спектра финансовых услуг

16. Разработка маркетинговой стратегии компании.
17. Перечислите этапы разработки маркетинговой стратегии.
18. Каковы основные отличия миссии от целей
19. Какова цель и основные задачи стратегического анализа.
20. Какие рыночные параметры рассматриваются при проведении анализа внешней среды, внутренней среды.
21. Какие методические инструменты применяются при проведении анализа внешней среды, внутренней среды, цель их применения.
22. Какова цель и основные задачи маркетингового контроля?
23. Базовые маркетинговые стратегии.

При ответах на экзаменационные вопросы продемонстрируйте умение учитывать текущую финансовую ситуацию и перспективу при оценке предложений, направленных на решение финансовых задач клиента

24. Приведите классификацию базовых маркетинговых стратегий.
25. Приведите классификацию стратегий роста.
26. Объясните разницу между интенсивным и интеграционным ростом.
27. Каковы особенности применения стратегий роста?
28. В чем заключается маркетинговая идея стратегии специализации?
29. Может ли стратегия специализации одновременно ориентироваться на лидерство по издержкам и на дифференциацию?
30. В чем заключается сущность горизонтальной интеграции?
31. Стратегические матрицы.

При подготовке ответов на следующие вопросы показать способность проводить расчеты при определении оценки объектов организации, определять итоговые величины стоимости организаций.

32. Стратегия партизанского маркетинга
33. Стратегия маркетинга территории
34. Каким образом осуществляется выбор маркетинговой стратегии территории?
35. Стратегия лидера на рынке
36. Стратегия преследователя лидера на рынке
37. Стратегия фланговой атаки.
38. Стратегия завоевания ниши рынка
39. Стратегия «голубого океана»
40. Исследовательская часть маркетинговой стратегии
41. Креативная часть маркетинговой стратегии
42. Коммуникационная программа в рамках маркетинговой стратегии

6.4. Критерии оценивания

Тесты

Высокий уровень освоения проверяемых компетенций - абсолютное большинство ответов верные. Обучающийся глубоко понимает теоретические и практические особенности изучаемой дисциплины.

Средний уровень освоения проверяемых компетенций - большая часть ответов верные. Обучающийся понимает теоретические и практические особенности изучаемой дисциплины на среднем уровне.

Базовый уровень освоения проверяемых компетенций - многие ответы содержат существенные неточности. Обучающийся понимает теоретические и практические особенности изучаемой дисциплины на базовом уровне.

Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций - абсолютное большинство ответов не верные. Обучающийся недостаточно понимает теоретические и практические особенности изучаемой дисциплины.



Рефераты

Высокий уровень освоения проверяемых компетенций - содержание полностью соответствует выбранной тематике и предметной области. Все необходимые задания выполнены полностью. Предложенные теоретические подходы, методы и результаты обоснованы на высоком уровне. Работа выполнена полностью самостоятельно, является высоко оригинальной. Оформление работы соответствует всем требованиям.

Средний уровень освоения проверяемых компетенций - содержание по большей части соответствует выбранной тематике и предметной области. Все необходимые задания выполнены полностью, либо присутствуют несущественные отступления от содержания задания. Предложенные теоретические подходы, методы и результаты обоснованы на среднем уровне. Работа выполнена самостоятельно, оригинальной работы на среднем уровне. Оформление работы соответствует требованиям, присутствуют небольшие неточности и искажения требований.

Базовый уровень освоения проверяемых компетенций - содержание соответствует выбранной тематике и предметной области на базовом уровне. Все основные задания выполнены полностью, но присутствуют существенные отступления от содержания задания. Предложенные теоретические подходы, методы и результаты обоснованы поверхностно. Работа выполнена самостоятельно, оригинальной работы на базовом уровне. Оформление работы соответствует требованиям, но присутствуют существенные неточности и искажения требований.

Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций - содержание работы не соответствует тематике и/или предметной области. Многие задания не выполнены или выполнены с ошибками. Предложенные теоретические подходы, методы и результаты не обоснованы, либо обоснование является некорректным. Работа выполнена не самостоятельно, оригинальность работы низкая. Оформление работы не соответствует требованиям.

Вопросы к экзамену/ситуационные задачи

Высокий уровень освоения проверяемых компетенций - ответ обучающегося полностью раскрывает задание, выполнен полностью самостоятельно, не содержит прямого копирования внешних источников, содержит примеры, которые соответствуют заданию и разработаны обучающимся самостоятельно. Ответ высоко структурирован, информация систематизирована и подана в наглядном виде. Обучающийся может проанализировать вопрос, систематизировать разнородную информацию.

Средний уровень освоения проверяемых компетенций - ответ обучающегося раскрывает задание на достаточном уровне, содержит примеры, но они не полностью соответствуют заданию, либо разработаны не самостоятельно. Ответ содержит частичное копирование внешних источников. Ответ структурирован, информация систематизирована, но не подана в наглядном виде. Обучающийся может проанализировать проблему, систематизировать разнородную информацию применением информационно-коммуникационных технологий на среднем уровне.

Базовый уровень освоения проверяемых компетенций - ответ обучающегося частично раскрывает задание, содержит примеры, но они не полностью соответствуют заданию, либо разработаны не самостоятельно. Ответ содержит частичное копирование внешних источников. Ответ не до конца структурирован, информация не подана в наглядном виде. Обучающийся может проанализировать проблему, систематизировать разнородную информацию применением информационно-коммуникационных технологий на базовом уровне.

Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций - ответ не раскрывает задание или не соответствует заданию, либо полностью состоит из материала, скопированного из внешних источников. Ответ на задание не содержит примеров, либо примеры неверны. Ответ (при его наличии) не структурирован, информация подана бессвязно. Обучающийся не может проанализировать вопрос, систематизировать разнородную информацию с применением информационно-коммуникационных технологий.

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

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
ЛП.1	Зенкина И.В.	Современный стратегический анализ: учебник (https://znanium.ru/catalog/document?id=451865)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024	ЭБС

7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
--	---------------------	----------	-------------------	--------



	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л2.1	Сбоева И. А.	Стратегический маркетинг инновационного продукта: учебное пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=560559)	Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2019	ЭБС

7.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л3.1	Шевченко Д. А.	Стратегический маркетинг: учебник (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=688902)	Москва : Директ-Медиа, 2022	ЭБС

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Юрайт [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Юрайт. – URL: https://biblio-online.ru .
Э2	Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО Директмедиа Паблишинг. – URL: http://biblioclub.ru/
Э3	Znanium.com [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / Научно-издательский центр ИНФРА-М. – URL: http://znanium.com/

7.3 Перечень информационных технологий

7.3.1 Программное обеспечение

Adobe Connect Acrobat

LMS Moodle

7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

1. Российское образование [Электронный ресурс] : федеральный портал / ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика». – [Москва, 2002 -]. – Режим доступа : <http://www.edu.ru/>, свободный (02.09.2019).
2. * Электронная библиотека диссертаций [Электронный ресурс] : официальный сайт / Российская государственная библиотека. – Москва : Рос. гос. б-ка, 2003 - . – Доступ к полным текстам из читальных залов библиотеки ЧелГУ : <http://diss.rsl.ru/> (02.09.2019).
3. Электронная библиотека экономической и деловой литературы [Электронный ресурс] : // AUP.Ru : административно-управленческий портал / АУП-Консалтинг. – [Б. м., 1999-]. – Режим доступа : <http://www.aup.ru/>, свободный (02.09.2019).
4. Дело и сервис [Электронный ресурс] : сайт / Издательская группа «Дело и сервис». – [Б. м., 2000 –]. – Режим доступа: <http://www.dis.ru/>, свободный (02.09.2019).
5. * eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека [научной периодики на русском языке]. – Москва, [1999-]. – Доступ к полным текстам из сети ЧелГУ. – Режим доступа : <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (02.09.2019).
6. Консультант Плюс [Электронный ресурс] : официальный сайт компании Консультант Плюс. – Режим доступа : <http://consultant.ru/>, свободный (02.09.2019).
7. ГАРАНТ [Электронный ресурс] : информационно-правовой портал [сайт]. – Режим доступа : <http://garant.ru/>, свободный (02.09.2019).
8. Информационно-правовой консорциум «КОДЕКС». – [Москва, 1991-]. – Режим доступа : <http://kodeks.ru/>, свободный (02.09.2019).

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

- аудитории для проведения лекционных и практических занятий 2-го, 4-го и лабораторного корпусов ЧелГУ с возможностью использования переносного мультимедийное оборудование (экран, ноутбук, проектор, колонки);

- аудитория для самостоятельной работы студентов (лаборатория кафедры математических методов в экономике (аудитория 121 2-го учебного корпуса), оборудованная компьютерами с возможностью доступа в интернет).



Для реализации данной дисциплины предназначены специальные помещения, которые представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Перечень материально-технического обеспечения, необходимого для реализации данной дисциплины, включает в себя лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени его сложности.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с подключением к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.

При применении дистанционных образовательных технологий осуществляется, при необходимости, замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими обучающимся осваивать умения и навыки, предусмотренные профессиональной деятельностью.

Обучающийся при изучении материала дисциплины может воспользоваться библиотечным фондом, который расположен в библиотеке организации, укомплектованным печатными изданиями, перечисленными в рабочих программах дисциплин (модулей), практик.

В Организации имеется необходимый комплект лицензионного программного обеспечения (состав определен в рабочей программе дисциплины и подлежит ежегодному обновлению).

Электронно-библиотечные системы (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивает одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся, которые изучают данную дисциплину.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен рабочей программой дисциплины и подлежит ежегодному обновлению.

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

Приступая к изучению дисциплины «Стратегический маркетинг», студент должен ясно представлять, что результат обучения зависит не только от работы преподавателей на лекциях и практических занятиях, но и о того, насколько добросовестно сам слушатель подойдет к этому процессу.

Необходимо сразу точно понять критерии оценки всех видов учебной работы в течение учебного семестра, критерии получения.

Все формы учебной работы имеют равное значение, поэтому посещение как лекционных, так и практических занятий, выполнение всех видов самостоятельной работы и активное участие в учебной деятельности позволят добиться высоких результатов.

Студенту рекомендуется конспектировать материал лекций, однако следует помнить, что лекция не является диктантом, во время которого все следует записывать дословно. Помимо лекционного материала нужно использовать рекомендованную основную и дополнительную литературу, при этом достаточно взять один – два базовых учебника из списка основной литературы, и по мере необходимости – дополнительную учебную литературу и периодические издания.

На практических занятиях студент может не только закрепить знание и понимание учебного материала, но и развить профессиональные навыки письменной и устной речи, навыки решения профессиональных задач и принятия управленческих решений в области управления затратами. Поэтому результат обучения в существенной степени определяется качеством самостоятельной подготовки, умением находить интересный материал. Все контрольные работы и письменные задания являются обязательными для выполнения.

Особое внимание следует уделять самостоятельной работе, в ходе которой можно как закрепить знания материал, так и расширить профессиональный кругозор. Кроме того, можно определить круг научных интересов, заблаговременно выбрав тему будущей выпускной квалификационной работы при подготовке к практическим занятиям и в ходе выполнения письменных самостоятельных работ. Это позволит накопить достаточно количество теоретического и практического материала для ее выполнения уже к началу 8 семестра.

Результаты работы студентов подводятся в ходе их текущей и промежуточной аттестации. Текущая аттестация обычно проводится два раза в семестр. Она отражает результаты работы студентов на лекциях, на практических занятиях, а также самостоятельной работы. В случае если студент не прошел аттестацию, он не будет допущен к экзамену.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет



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 по предмету является важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

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 информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося (мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения и с нарушением слуха, ассистивные информационные технологии).

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

В учебных аудиториях обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся с инвалидностью и 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 с помощью специальных технических и программных средств к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах.

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

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обучающимся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается по их заявлению предоставление в доступной форме в зависимости от их индивидуальных особенностей инструкции о порядке проведения промежуточной аттестации, оценочных средств и возможности 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 здоровья предусматривается использование предоставленных ЧелГУ или собственных технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. 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.

