

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Куижева Саида Казбековна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 15.09.2021 11:40:34  
Уникальный программный ключ:  
71183e1134ef9cfa69b206d480271b3c1a975e6f

## МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет управления

Кафедра Менеджмента и региональной экономики



### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине ФТД.В.01 Мониторинг бизнес-среды

по направлению  
подготовки бакалавров 27.03.05 «Иноватика»

по профилю подготовки «Управление инновациями»

квалификация (степень)  
выпускника бакалавр

программа подготовки бакалавриат

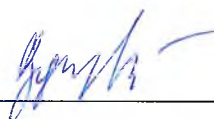
форма обучения Очная, заочная, очно-заочная

год начала подготовки 2021

МАЙКОП

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана МГТУ по направлению подготовки 27.03.05 «Инноватика»

Составитель рабочей программы  
д.э.н., профессор



В.И. Зарубин

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры  
менеджмента и региональной экономики

Заведующая кафедрой  
«23» 08 2021 г.



Л.И.Задорожная

Одобрено  
научно-методической комиссией  
технологического факультета

«23» 08 2021 г.

Председатель  
учебно-методического  
совета направления (специальности)  
(где осуществляется обучение)

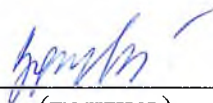


Задорожная Л.И.

(подпись)

(Ф.И.О.)

Декан факультета  
(где осуществляется обучение)  
«23» 08 2021 г.



Зарубин В.И.

(подпись)

(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник УМУ  
«23» 08 2021 г.



(подпись)

Чудесова Н.М.  
(Ф.И.О.)

Зав. выпускающей кафедрой  
по направлению (специальности)



Задорожная Л.И.

(подпись)

(Ф.И.О.)

### **1. Цели и задачи освоения дисциплины**

Изучение дисциплины «Мониторинг бизнес-среды» - важная составляющая часть подготовки бакалавров в области инноватики. Дисциплина призвана сформировать у бакалавров систематизированное представление об основных аспектах специфики маркетингового анализа рынков, разработки предпринимательских проектов в призме сформировавшейся профессиональной практики на рынке.

**Цель** дисциплины – заложить у бакалавров основы знаний о естественных колебаниях и изменениях состояния бизнес среды, которая позволит:

1) оценить показатели состояния функциональной целостности экономических систем и бизнес среды;

2) выявить причины изменения этих показателей и оценить последствия таких изменений, а также определить корректирующие меры в тех случаях, когда целевые показатели экономических условий не достигаются;

3) создать предпосылки для определения мер по исправлению создающихся негативных ситуаций до того, как будет нанесен ущерб.

При изучении дисциплины рассматриваются основные методы сбора и анализа информации о состоянии бизнес среды организаций.

**Задачи курса** «Мониторинг бизнес-среды» состоят в следующем:

- сформировать у бакалавров навыки и умения по изучению системы методов наблюдения и обеспечения экономического мониторинга;

- создать представление о необходимости и роли мониторинга бизнес среды;

- дать слушателям знания основ мониторинга в объеме, необходимом для самостоятельного соответствующего анализа и диагностики социально-экономического состояния организации, территории;

- дать знания и практические навыки в применении методов и инструментов мониторинга;

- подготовить студентов к самостоятельному освоению широкого спектра оценки и диагностики хозяйствующих на рынке субъектов.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина по выбору входит в перечень факультативных курсов. Она имеет предшествующие логические и содержательно-методические связи с дисциплинами по выбору «Риск-менеджмент» и «Контроллинг», «Реинжиниринг и управление бизнес-процессами», а также сопутствующие связи с дисциплинами по выбору «Инновации и стартапы» и «Инкубаторы малого инновационного бизнеса».

С развитием и усложнением производства развивается и усложняется управленческий труд, который носит умственный характер и продуктом которого является решения и действия руководителя. Осознание этой взаимосвязи входит в компетенцию персонального менеджмента как полезной дисциплины, прямо связанной с научной организацией труда работников управления, со степенью применения новейших достижений науки и техники в управлении производством.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В процессе освоения дисциплины у студента формируются следующие компетенции:

ПК-3 – способностью использовать информационно-коммуникационные технологии, управлять информацией с использованием прикладных программ деловой сферы деятельности, использовать сетевые компьютерные технологии и базы данных в своей предметной области, пакеты прикладных программ для анализа, разработки и управления проектом;

ПК – 7 - способностью систематизировать и обобщать информацию по

использованию и формированию ресурсов.

В результате освоения дисциплины студент должен:

**знать:** содержание ключевых понятий менеджмента: рынок, рыночная экономика, менеджмент, организация, управление, мотивация, потребности, лидерство, формальные и неформальные группы, социальные нормы, конфликты, бизнес среда, мониторинг, информационные ресурсы, маркетинговые исследования; понимать значение управления в жизни общества, роль менеджеров в решении экономических и социальных проблем общества.

**уметь:** использовать систему знаний в области организации мониторинга на предприятии (компании); использовать полученные знания, с целью формирования системы мониторинга бизнес – среды; применять практические навыки по оценке затрат на мониторинг бизнес среды; анализировать процессы управления мониторингом; выявлять проблемы при анализе конкретных ситуаций и предлагать способы их решения в области управления мониторингом на предприятии; использовать информационно-коммуникационные технологии, управлять информацией с использованием прикладных программ деловой сферы деятельности, использовать сетевые компьютерные технологии и базы данных в своей предметной области, пакеты прикладных программ для анализа, разработки и управления проектом (ПК-3);

**владеть:** приемами оценки состояния предприятия (компании) с точки зрения мониторинга бизнес среды; навыками самостоятельного овладения новыми знаниями в области мониторинга; методами, основными приемами исследовательской деятельности в области мониторинга; способностью поставить цель и сформулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций в области мониторинга бизнес среды; способностью систематизировать и обобщать информацию по использованию и формированию ресурсов (ПК-7).

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

**Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа).**

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		7	
<b>Контактные часы (всего)</b>	<b>34,25/0,95</b>	<b>34,25/0,95</b>	
В том числе:			
Лекции (Л)	17/0,47	17/0,47	
Практические занятия (ПЗ)	-	-	
Семинары (С)	17/0,47	17/0,47	
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	
Контактная работа в период аттестации (КРАт)	-	-	
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	0,25/0,007	0,25/0,007	
<b>Самостоятельная работа студентов (СРС) (всего)</b>	<b>37,75/1,05</b>	<b>37,75/1,05</b>	
В том числе:			
Расчетно-графические работы	-	-	
Реферат	6/0,17	6/0,17	
<i>Другие виды СРС (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>			
1. Составление плана-конспекта первоисточников и другой учебной литературы.	7,75/0,21	7,75/0,21	
2. Проведение мониторинга, подбор и анализ статистических данных.	15/0,43	15/0,43	
3. Подготовка к контрольным работам, КСЗ	9/0,25	9/0,25	
Курсовой проект (работа)	-	-	
<b>Контроль (всего)</b>			

Форма промежуточной аттестации: <b>зачет</b>		зачет	
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>72/2</b>	<b>72/2</b>	

**4.2. Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения**  
**Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа)**

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		7	
<b>Контактные часы (всего)</b>	<b>8,25/0,23</b>	<b>8,25/0,23</b>	
В том числе:			
Лекции (Л)	4/0,11	4/0,11	
Практические занятия (ПЗ)	-	-	
Семинары (С)	4/0,11	4/0,11	
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)	0,25/0,01	0,25/0,01	
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СПП)	-	-	
<b>Самостоятельная работа студентов (СРС) (всего)</b>	<b>60/1,66</b>	<b>60/1,66</b>	
В том числе:			
Расчетно-графические работы	-	-	
Реферат	20/0,55	20/0,55	
<i>Другие виды СРС (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>			
1. Составление плана-конспекта первоисточников и другой учебной литературы.	16/0,44	16/0,44	
2. Проведение мониторинга, подбор и анализ статистических данных.	15/0,43	15/0,43	
3 Подготовка к контрольным работам, КСЗ	9/0,25	15/0,25	
Курсовой проект (работа)	-	-	
<b>Контроль (всего)</b>	<b>3,75/0,11</b>	<b>3,75/0,11</b>	
Форма промежуточной аттестации: <b>зачет</b>		зачет	
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>72/2</b>	<b>72/2</b>	

**5. Структура и содержание дисциплины**

**5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения**

№ п/п	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ/С	Лаб.	КРАТ	СПП	Контроль	
7 семестр									
1.	Информационное обеспечение маркетинговой деятельности организации.	1-3	3	3				5,75	Рефераты, письменный опрос
2.	Методы сбора данных	4-6	3	3				8	Собеседование,

										устный опрос
3.	Прикладные аспекты мониторинга бизнес среды	7-9	3	3					8	Собеседование, устный опрос
4.	Мониторинг внешней предпринимательской среды и рынков	10-12	3	3					8	Собеседование, устный опрос
5.	Прогноз состояния бизнес среды	13-17	5	2					8	Собеседование, устный опрос
6.	Промежуточная аттестация.	18								Зачет в устной форме
7.	Итого		17	17			0,25		37,75	

### 5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения

№ п/п		Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)					
		Л	ПЗ/Лаб	КРАТ	СРП	Контроль	СР
7 семестр							
1.	Информационное обеспечение маркетинговой деятельности организации.	0,5	0,5				12
2.	Методы сбора данных	0,5	0,5				12
3.	Прикладные аспекты мониторинга бизнес среды	0,5	0,5				12
4.	Мониторинг внешней предпринимательской среды и рынков	0,5	0,5				12
5.	Прогноз состояния бизнес среды	2	2				12
6.	Промежуточная аттестация: зачет в устной форме					3,75	
7.	Итого	4	4	0,25		3,75	60

**5.2. Содержание разделов дисциплины «Мониторинг бизнес-среды», образовательные технологии**  
Лекционный материал

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы / зач. ед.)		Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО				
7 семестр							
Тема 1.	Информационное обеспечение маркетинговой деятельности организации.	3/0,083	0,5/0,014	Сущность, понятие, Цели и задачи мониторинга рынков товаров и услуг. Информация мониторинга рынков товаров и услуг. Внешняя среда бизнеса. Организация, как открытая система Основные направления мониторинга рынков товаров и услуг: мониторинга рекламы, мониторинга экономики бизнеса, мониторинга корпоративной ответственности, мониторинга продукта; мониторинга сбыта и рынка. Объект и предмет изучения в маркетинговом мониторинге. Соотношение понятий "маркетинговый мониторинг" и "мониторинг рынка". Маркетинговая информационная система организации. Сущность, понятия, элементы, принципы организации. Опыт использования маркетинговых информационных систем Опыт организации мониторинга рынков товаров и услуг.	ПК-3, ПК-7	<b>Знать:</b> основные понятия, связанные с мониторингом рынка товаров и услуг <b>Уметь:</b> организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. <b>Владеть:</b> навыками сбора и анализа информации	Слайд-лекции
Тема 2.	Методы сбора данных	3/0,083	0,5/0,014	Общая характеристика методов сбора данных. Количественные методы. Качественные методы Наблюдение и его	ПК-3, ПК-7	<b>Знать:</b> методы сбора данных в мониторинге рынков <b>Уметь:</b> анализировать	Лекции-беседы

				<p>роль при проведении исследований рынка Методическое обеспечение наблюдения. Этапы проведения наблюдения Метод фокус - группы Сущность, цели и методика использования, Глубинное интервью, анализ протокола, проекционные методы. Сущность, понятие, принципы использования. Методы опроса Достоинства и недостатки. Формы проведения опросов. Панельный метод обследования. Сущность, принципы использования. Условия выбора конкретного метода опроса. Принципы разработки форм для сбора данных Шкала измерений Сущность, понятие, построение. Надежность и достоверность получаемой в ходе мониторинга информации. Принципы составления анкет.</p>		<p>информацию по мониторингу рынков  <b>Владеть:</b> методами сбора данных, полученных в результате мониторинга рынков.</p>	
Тема 3.	Прикладные аспекты мониторинга бизнес среды	3/0,083	0,5/0,014	<p>Понятия внешней среды организации. Элементы внешней среды: политика, экономика, правовой климат, социально-демографическое положение, культура, экология. НТР. Методы мониторинга внешней среды. Исследование рынков, сущность, понятие, основные направления Определение величины спроса. Оценка рыночной доли, Оценка общей конъюнктуры. Виды рыночного спроса. Подходы к изучению рынков.</p>	ПК-3, ПК-7	<p><b>Знать:</b> основные понятия и элементы внешней среды организации, методы мониторинга внешней среды.  <b>Уметь:</b> проводить исследование рынков  <b>Владеть:</b> методикой мониторинга внешней предпринимательской среды и рынков</p>	Лекция-визуализация
Тема 4.	Мониторинг внешней	3/0,083	0,5/0,014	<p>Поведение потребителей. Основные факторы, определяющие оценки и</p>	ПК-3, ПК-7	<p><b>Знать:</b> основные элементы бизнес - среды</p>	Проблемные лекции,



	предпринимательской среды и рынков			поведение потребителей: личные, культурные, социальные и психологические, Типы потребителей. Направления изучения потребителей. Изучение системы ценностей потребителей. Изучение уровня удовлетворения запросов потребителей. Определение структуры закупочного центра. Изучение поведения потребителей при и после покупки. Оценка привлекательности отрасли и конкурентной борьбы внутри ее конкурентные силы, затрудняющие выход организации на конкурентный рынок Выявление приоритетных конкурентов и определение силы их позиции. Исследование конкурентоспособности продуктов и эффективности маркетинговой деятельности, Исследование конкурентоспособности организации. Мониторинг средств коммуникаций маркетинга. Оценка эффективности рекламы. Оценка эффективности средств стимулирования спроса. Оценка эффективности пропаганды. Мониторинг продуктивности личной продажи. Оценка эффективности каналов сбыта Мониторинг рекламной компании. Предварительное тестирование средств коммуникаций.		<b>Уметь:</b> оценивать поведение потребителей, конкурентоспособность продуктов, организации, эффективность маркетинговой деятельности. <b>Владеть:</b> методикой исследования бизнес-среды.	интерактивные методы обучения
Тема 5.	Прогноз состояния бизнес среды	5/0,13	2/0,055	Общая характеристика методов прогнозирования, применяемых в мониторинге рынков товаров и услуг. Эвристические	ПК-3, ПК-7	<b>Знать:</b> основные методы прогнозирования, используемые в мониторинге рынков товаров и	Проблемная лекция

				<p>методы прогнозирования Достоинства и недостатки. Экономико-математические методы Достоинства и недостатки. Метод сценариев как средство организации взаимодействия количественного и качественного подходов. Достоинства и недостатки. Метод экстраполяции Парный регрессионный анализ. Анализ на основе множественной регрессии.</p>		<p>услуг.  <b>Уметь:</b> прогнозировать состояние бизнес среды  <b>Владеть:</b> методикой и методами построения прогноза состояния бизнес - среды</p>	
	Итого	17/0,47	4/0,11				

**5.4. Практические и семинарские занятия, их наименование, содержание и объем в часах**

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование практических и семинарских занятий	Объем в часах / трудоемкость в з.е.	
			ОФО	ЗФО
7 семестр				
1.	Информационное обеспечение маркетинговой деятельности организации.	Сущность, понятие, Цели и задачи мониторинга рынков товаров и услуг. Информация мониторинга рынков товаров и услуг. Внешняя среда бизнеса. Организация, как открытая система Основные направления мониторинга рынков товаров и услуг: мониторинга рекламы, мониторинга экономики бизнеса, мониторинга корпоративной ответственности, мониторинга продукта; мониторинга сбыта и рынка. Объект и предмет изучения в маркетинговом мониторинге. Соотношение понятий "маркетинговый мониторинг" и "мониторинг рынка". Маркетинговая информационная система организации. Сущность, понятия, элементы, принципы организации. Опыт использования маркетинговых информационных систем Опыт организации мониторинга рынков товаров и услуг.	3/0,083	0,5/0,014
2.	Методы сбора данных	Общая характеристика методов сбора данных. Количественные методы. Качественные методы Наблюдение и его роль при проведении исследований рынка Методическое обеспечение наблюдения. Этапы проведения наблюдения Метод фокус - группы Сущность, цели и методика использования, Глубинное интервью, анализ протокола, проекционные методы. Сущность, понятие, принципы использования. Методы опроса Достоинства и недостатки. Формы проведения опросов. Панельный метод обследования. Сущность, принципы использования. Условия выбора конкретного метода опроса. Принципы разработки форм для сбора данных Шкала измерений Сущность, понятие, построение. Надежность и достоверность получаемой в ходе мониторинга информации. Принципы составления анкет.	3/0,083	0,5/0,014
3.	Прикладные аспекты мониторинга бизнес среды	Понятия внешней среды организации. Элементы внешней среды: политика, экономика, правовой климат, социально-демографическое положение, культура,	3/0,083	0,5/0,014

		экология. НТР. Методы мониторинга внешней среды. Исследование рынков, сущность, понятие, основные направления. Определение величины спроса. Оценка рыночной доли, Оценка общей конъюнктуры. Виды рыночного спроса. Подходы к изучению рынков.		
4.	Мониторинг внешней предпринимательской среды и рынков	Поведение потребителей. Основные факторы, определяющие оценки и поведение потребителей: личные, культурные, социальные и психологические, Типы потребителей. Направления изучения потребителей. Изучение системы ценностей потребителей. Изучение уровня удовлетворения запросов потребителей. Определение структуры закупочного центра. Изучение поведения потребителей при и после покупки. Оценка привлекательности отрасли и конкурентной борьбы внутри ее конкурентные силы, затрудняющие выход организации на конкурентный рынок. Выявление приоритетных конкурентов и определение силы их позиции. Исследование конкурентоспособности продуктов и эффективности маркетинговой деятельности, Исследование конкурентоспособности организации. Мониторинг средств коммуникаций маркетинга. Оценка эффективности рекламы. Оценка эффективности средств стимулирования спроса. Оценка эффективности пропаганды. Мониторинг продуктивности личной продажи. Оценка эффективности каналов сбыта. Мониторинг рекламной компании. Предварительное тестирование средств коммуникаций.	3/0,083	0,5/0,014
5.	Прогноз состояния бизнес среды	Общая характеристика методов прогнозирования, применяемых в мониторинге рынков товаров и услуг. Эвристические методы прогнозирования Достоинства и недостатки. Экономико-математические методы Достоинства и недостатки. Метод сценариев как средство организации взаимодействия количественного и качественного подходов. Достоинства и недостатки. Метод экстраполяции Парный регрессионный анализ. Анализ на основе множественной регрессии.	5/0,14	2/0,055
	Итого		17/0,47	4/0,11

### 5.5 Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ	Объем в часах / трудоемкость в з.е.
-	-	-	-

### 5.6. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрены.

### 5.7. Самостоятельная работа студентов

#### Содержание и объем самостоятельной работы студентов

№ п/п	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах / трудоемкость в з.е.	
				ОФО	ЗФО
7 семестр					
1.	Информационное обеспечение маркетинговой деятельности организации.	Сущность, понятие, Цели и задачи мониторинга рынков товаров и услуг. Информация мониторинга рынков товаров и услуг. Внешняя среда бизнеса. Организация, как открытая система Основные направления мониторинга рынков товаров и услуг: мониторинга рекламы, мониторинга экономики бизнеса, мониторинга корпоративной ответственности, мониторинга продукта; мониторинга сбыта и рынка. Объект и предмет изучения в маркетинговом мониторинге. Соотношение понятий "маркетинговый мониторинг" и "мониторинг рынка". Маркетинговая информационная система организации. Сущность, понятия, элементы, принципы организации. Опыт использования маркетинговых информационных систем Опыт организации мониторинга рынков товаров и услуг.	1-3	6/0,16	12/0,33

2.	Методы сбора данных	Общая характеристика методов сбора данных. Количественные методы. Качественные методы Наблюдение и его роль при проведении исследований рынка Методическое обеспечение наблюдения. Этапы проведения наблюдения Метод фокус - группы Сущность, цели и методика использования, Глубинное интервью, анализ протокола, проекционные методы. Сущность, понятие, принципы использования. Методы опроса Достоинства и недостатки. Формы проведения опросов. Панельный метод обследования. Сущность, принципы использования. Условия выбора конкретного метода опроса. Принципы разработки форм для сбора данных Шкала измерений Сущность, понятие, построение. Надежность и достоверность получаемой в ходе мониторинга информации. Принципы составления анкет.	4-6	8/0,22	12/0,33
3.	Прикладные аспекты мониторинга бизнес среды	Понятия внешней среды организации. Элементы внешней среды: политика, экономика, правовой климат, социально-демографическое положение, культура, экология. НТР. Методы мониторинга внешней среды. Исследование рынков, сущность, понятие, основные направления Определение величины спроса. Оценка рыночной доли, Оценка общей конъюнктуры. Виды рыночного спроса. Подходы к изучению рынков.	7- 9	8/0,22	12/0,33
4.	Мониторинг внешней предпринимательской среды и рынков	Поведение потребителей. Основные факторы, определяющие оценки и поведение потребителей: личностные, культурные, социальные и психологические, Типы потребителей. Направления изучения потребителей. Изучение системы ценностей потребителей. Изучение уровня удовлетворения запросов потребителей. Определение структуры закупочного центра. Изучение поведения потребителей при и после покупки. Оценка	10-12	8/0,22	12/0,33

		привлекательности отрасли и конкурентной борьбы внутри ее конкурентные силы, затрудняющие выход организации на конкурентный рынок. Выявление приоритетных конкурентов и определение силы их позиции. Исследование конкурентоспособности продуктов и эффективности маркетинговой деятельности, Исследование конкурентоспособности организации. Мониторинг средств коммуникаций маркетинга. Оценка эффективности рекламы. Оценка эффективности средств стимулирования спроса. Оценка эффективности пропаганды. Мониторинг продуктивности личной продажи. Оценка эффективности каналов сбыта Мониторинг рекламной компании. Предварительное тестирование средств коммуникаций.			
5.	Прогноз состояния бизнес среды	Общая характеристика методов прогнозирования, применяемых в мониторинге рынков товаров и услуг. Эвристические методы прогнозирования Достоинства и недостатки. Экономико-математические методы Достоинства и недостатки. Метод сценариев как средство организации взаимодействия количественного и качественного подходов. Достоинства и недостатки. Метод экстраполяции Парный регрессионный анализ. Анализ на основе множественной регрессии.	13-17	8/0,22	12/0,33
6.		Подготовка к промежуточной аттестации: зачет в устной форме	18		
	Итого			37,75/1,05	60/1,66

## **6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).**

### **6.1. Методические указания (собственные разработки)**

### **6.2 Литература для самостоятельной работы**

1. Каменева, Н.Г. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: Инфра-М, 2013. - 368 с.- ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа:<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=351385>

2. Елиферов, В.Г. Бизнес-процессы: Регламентация и управление [Электронный ресурс]: учебник / В.Г. Елиферов, В.В. Репин. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 319 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа:<http://znanium.com/catalog/product/1020015>

3. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / А.В. Коротков. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 303 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71235.html>

4. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие / Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. - М.: Дашков и К, 2017. - 296 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=336541>

5. Елиферов, В.Г. Бизнес-процессы Регламентация и управление [Электронный ресурс]: учебник / В.Г. Елиферов, В.В. Репин. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 319 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=489829>

6. Ивашкевич, В.Б. Стратегический контроллинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.Б. Ивашкевич. - М.: Магистр: Инфра-М, 2013. - 216 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=374731>

7. Токарев, Б.Е. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебник / Б.Е. Токарев. - М.: Магистр: Инфра-М, 2013. - 512 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=392041>

СОГЛАСОВАНО  
С БИБЛИОТЕКОЙ МГТУ  
 /САМУСОВА Е.Е./

## 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Основы организации производственных технологий»

### 7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (согласно учебному плану)		Наименование дисциплин, формирующих компетенции в процессе освоения ОП
ОФО	ЗФО	
<b>ПК-3 Способность использовать информационно-коммуникационные технологии, управлять информацией с использованием прикладных программ деловой сферы деятельности, использовать сетевые компьютерные технологии и базы данных в своей предметной области, пакеты прикладных программ для анализа, разработки и управления проектом</b>		
2	2	Информационные технологии
2	2	Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (учебная практика)
3	3	Интернет-технологии
3	3	Информационные ресурсы
7	7	<b>Мониторинг бизнес-среды</b>
8	9	Преддипломная практика для выполнения ВКР
8	9	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
<b>ПК-7 Способность систематизировать и обобщать информацию по использованию и формированию ресурсов</b>		
4	4	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности



		(Производственная практика №1)
5,6	7,8	Стратегический менеджмент инновационного предприятия
7	7	Управление инновационной деятельностью
7	7	<i>Мониторинг бизнес-среды</i>
8	9	Форсайт-менеджмент
8	9	Финансовый менеджмент
8	9	Корпоративные финансы
8	9	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

**7.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания**

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
<b>ПК-3 Способность использовать информационно-коммуникационные технологии, управлять информацией с использованием прикладных программ деловой сферы деятельности, использовать сетевые компьютерные технологии и базы данных в своей предметной области, пакеты прикладных программ для анализа, разработки и управления проектом</b>					
<b>знать:</b> информационно-коммуникационные технологии, прикладные программы деловой сферы деятельности, сетевые компьютерные технологии и базы данных для мониторинга бизнес-среды, пакеты прикладных программ для анализа, разработки и управления проектом.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тест, рефераты, зачет
<b>уметь:</b> использовать информационно-коммуникационные технологии, управлять информацией с использованием прикладных программ деловой сферы деятельности, использовать сетевые компьютерные технологии и базы данных для мониторинга бизнес-среды, пакеты прикладных программ для анализа, разработки и управления проектом.	Частичные умения	Неполные умения	Учения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
<b>владеть:</b> способностью использовать информационно-коммуникационные технологии, управлять информацией с использованием прикладных программ деловой сферы деятельности, использовать сетевые компьютерные технологии и базы данных для мониторинга бизнес-среды, пакеты прикладных программ для анализа, разработки и управления проектом.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
<b>ПК-7 Способность систематизировать и обобщать информацию по использованию и формированию ресурсов</b>					
<b>знать:</b> информацию по использованию и формированию ресурсов для мониторинга бизнес-среды.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тест, рефераты, зачет
<b>уметь:</b> систематизировать и обобщать информацию по использованию и формированию ресурсов для мониторинга	Частичные умения	Неполные умения	Учения полные, допускаются	Сформированные умения	

бизнес-среды.			небольшие ошибки		
<b>владеть:</b> способностью систематизировать и обобщать информацию по использованию и формированию ресурсов для мониторинга бизнес-среды.	Частичное владение навыками	Несистемати- ческое применение навыков	В системати- ческом при- менении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

**7.1. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Темы рефератов**

1. Анализ общей бизнес-среды.
2. Анализ мезосреды делового окружения.
3. Анализ специфической бизнес-среды: поставщиков, покупателей, конкурентов и человеческого капитала.
4. Методика структурного анализа конкурентного окружения.
5. Анализ стратегических групп.
6. Анализ структуры рынка.
7. Анализ экономических ресурсов.
8. Анализ бизнес-процессов.

**Тестовые задания**

**Тест 1**

1. Шкала порядка позволяет:
  - a. имеет свойства номинальной шкалы в сочетании с отношением порядка
  - b. указывает только относительную разницу между измеряемыми объектами
  - c. ранжировать респондентов или их ответы
2. Панель -это
  - a. выборочная совокупность опрашиваемых единиц, подвергаемых повторяющимся мониторингам при сохранении предмета мониторинга.
  - b. выборочная совокупность опрашиваемых единиц, подвергаемых повторяющимся мониторингам при изменении предмета мониторинга.
  - c. выборочная совокупность опрашиваемых единиц, подвергаемых единовременным мониторингам при сохранении предмета мониторинга.
3. При использовании проекционных методов:
  - a. респонденты помещаются в определенные имитируемые ситуации в надежде на то, что они выскажут такую информацию о себе, которую невозможно получить методом опроса
  - b. респонденты помещаются в определенные ситуации по принятию решения, при этом они должны описать все факторы и аргументы выбора.
  - c. респонденты могут говорить обо всем, что приходит им в голову.
4. Наблюдатель фиксирует в изучаемом эпизоде все виды поведения. Проводится
  - a. структурированное наблюдение
  - b. неструктурированное наблюдение
  - c. включенное наблюдение
  - d. не включенное наблюдение
5. Поиск легко подсчитываемых признаков, черт, свойств документа (например частота использования терминов) осуществляется в рамках
  - a. традиционного анализа
  - b. формализованного анализа
  - c. внутреннего анализа
  - d. внешнего анализа
6. Синдикативная информация - это
  - a. первичные данные, собранные и обработанные специальной информационно – консультационной организацией с целью продажи своим подписчикам.

b. вторичные данные, собранные и обработанные специальной информационно – консультационной организацией с целью продажи своим подписчикам.

c. внешние данные, собранные и обработанные специальной информационно – консультационной организацией с целью продажи своим подписчикам.

7. Нулевую точку имеет:

a. шкала наименований

b. шкала отношений

c. шкала порядка

d. номинальная шкала

8. Простой случайный отбор в выборочном методе предусматривает:

a. формирование выборки «вслепую» и с помощью таблицы случайных чисел

b. формирование выборки по показателю «интервал скачка»

c. деление совокупности на подгруппы, каждая из которых представляет совокупность в целом

9. Размах вариации является показателем:

a. анализа связей

b. анализа различий

c. дескриптивного анализа

10. Основная часть отчета о проведенном мониторинге состоит из:

a. аннотации, введения, характеристики методологии, обсуждения полученных результатов, констатации ограничений, выводов и рекомендаций.

b. титульного листа, аннотации, меморандума, введения, характеристики методологии, обсуждения полученных результатов, констатации ограничений, выводов и рекомендаций, приложений.

c. введения, характеристики методологии, обсуждения полученных результатов, констатации ограничений, выводов и рекомендаций.

## Тест 2.

1. При формировании выборки используются

a. вероятностные, невероятностные и случайные методы.

b. вероятностные и невероятностные методы.

c. вероятностные, неслучайные и случайные методы.

2. Вероятностные методы включают в свой состав

a. простой случайный отбор, систематический отбор, кластерный отбор и стратифицированный отбор.

b. отбор на основе принципа удобства (целевая выборка), квотная выборка, формирование выборки в процессе мониторинга.

c. простой случайный отбор, кластерный отбор и стратифицированный отбор, отбор на основе принципа удобства (целевая выборка), квотная выборка.

3. Невыборочные ошибки сбора данных включают в свой состав

a. ошибки сбора данных; все типы ошибок, обусловленные пропусками респондентами некоторых ответов; ошибки обращения с полученными данными; средняя квадратическая ошибка.

b. ошибки сбора данных; все типы ошибок, обусловленные пропусками респондентами некоторых ответов; средняя квадратическая ошибка; ошибки обращения с полученными данными; ошибки анализа собранных данных; ошибки интерпретации полученных данных.

c. ошибки сбора данных; все типы ошибок, обусловленные пропусками респондентами некоторых ответов; ошибки обращения с полученными данными; ошибки анализа собранных данных; ошибки интерпретации полученных данных.

4. При проведении исследований рынков товаров и услуг используются следующие статистические методы
  - a. дескриптивный анализ; анализ различий; анализ связей; анализ вывода; прогнозирование; проверка гипотез.
  - b. дескриптивный анализ; анализ различий; анализ связей; анализ вывода; прогнозирование проверка гипотез, корреляционно – регрессионный анализ.
  - c. дескриптивный анализ; анализ различий; анализ связей; анализ вывода; прогнозирование.
5. Точнее всех остальных отражает связи между двумя переменными
  - a. шкала отношений
  - b. шкала интервалов
  - c. номинальная шкала
  - d. шкала порядка
6. В методологическом разделе отчета об мониторинге описываются
  - a. объект и предмет мониторинга; используемые методы; приводятся ссылки на авторов и источники использованных методов.
  - b. объект и предмет мониторинга; используемые методы; приводятся полученные результаты.
  - c. объект и предмет мониторинга; используемые методы; приводятся полученные результаты; степень влияния ограничений на полученные результаты.
7. К мерам «центральной тенденции» относят
  - a. меры асимметрии; моду; медиану; среднюю величину; меры, характеризующие типичного респондента или типичный ответ.
  - b. моду, медиану, среднюю величину.
  - c. меры асимметрии; моду; медиану; среднюю величину.
8. Медиана характеризует
  - a. величину признака, появляющуюся наиболее часто по сравнению с другими величинами данного признака.
  - b. значение признака, занимающего срединное место в упорядоченном ряду значений данного признака.
  - c. распределение признака поровну между всеми единицами совокупности.
9. Индикатором степени отличия оценки, истинной для совокупности в целом , от оценки, которая ожидается для типичной выборки является
  - a. средняя квадратическая ошибка
  - b. нормированное отклонение
  - c. допустимая ошибка
10. Полученные результаты мониторинга переводить в более простую шкалу
  - a. можно
  - b. нельзя

### Тест 3

1. Шкала порядка позволяет
  - a. имеет свойства номинальной шкалы в сочетании с отношением порядка
  - b. указывает только относительную разницу между измеряемыми объектами
  - c. ранжировать респондентов или их ответы
2. Панель это
  - a. выборочная совокупность опрашиваемых единиц, подвергаемых повторяющимся мониторингам при сохранении предмета мониторинга.
  - b. выборочная совокупность опрашиваемых единиц, подвергаемых повторяющимся мониторингам при изменении предмета мониторинга.

- c. выборочная совокупность опрашиваемых единиц, подвергаемых единовременным мониторингам при сохранении предмета мониторинга.
- 3. При использовании проекционных методов
  - a. респонденты помещаются в определенные имитируемые ситуации в надежде на то, что они выскажут такую информацию о себе, которую невозможно получить методом опроса
  - b. респонденты помещаются в определенные ситуации по принятию решения, при этом они должны описать все факторы и аргументы выбора.
  - c. респонденты могут говорить обо всем, что приходит им в голову.
- 4. Наблюдатель фиксирует в изучаемом эпизоде все виды поведения.

Проводится

- a. структурированное наблюдение
- b. неструктурированное наблюдение
- c. включенное наблюдение
- d. не включенное наблюдение
- 5. Поиск легко подсчитываемых признаков, черт, свойств документа (например частота использования терминов) осуществляется в рамках
  - a. традиционного анализа
  - b. формализованного анализа
  - c. внутреннего анализа
  - d. внешнего анализа
- 6. Синдикативная информация это
  - a. первичные данные, собранные и обработанные специальной информационно – консультационной организацией с целью продажи своим подписчикам.
  - b. вторичные данные, собранные и обработанные специальной информационно – консультационной организацией с целью продажи своим подписчикам.
  - c. внешние данные, собранные и обработанные специальной информационно – консультационной организацией с целью продажи своим подписчикам.
- 7. Нулевую точку имеет
  - a. шкала наименований
  - b. шкала отношений
  - c. шкала порядка
  - d. номинальная шкала
- 8. Простой случайный отбор в выборочном методе предусматривает
  - a. формирование выборки «вслепую» и с помощью таблицы случайных чисел
  - b. формирование выборки по показателю «интервал скачка»
  - c. деление совокупности на подгруппы, каждая из которых представляет совокупность в целом
- 9. Размах вариации является показателем
  - a. анализа связей
  - b. анализа различий
  - c. дескриптивного анализа
- 10. Основная часть отчета о проведенном мониторинге состоит из:
  - a. аннотации, введения, характеристики методологии, обсуждения полученных результатов, констатации ограничений, выводов и рекомендаций.
  - b. титульного листа, аннотации, меморандума, введения, характеристики методологии, обсуждения полученных результатов, констатации ограничений, выводов и рекомендаций, приложений.
  - c. введения, характеристики методологии, обсуждения полученных результатов, констатации ограничений, выводов и рекомендаций.

## Вопросы к зачету

1. Типы вопросов анкеты. Специфика применения; достоинства и недостатки.
2. Основные понятия выборочного мониторинга.
3. Вероятностные методы формирования выборки при проведении мониторинга рынка товаров и услуг
4. Не вероятностные методы формирования выборки при проведении исследований рынка товаров к услуг
5. Организация: сбора данных: подходы, ошибки сбора данных; контроль качества собираемых данных.
6. Анализ данных. Этапы, виды, методы.
7. Презентация результатов мониторинга рынка товаров и услуг
8. Методы экспертных оценок, используемые при проведении мониторинга товаров и услуг.
9. Задачи исследование рынка товаров и услуг, решаемые с помощью метода генерации идей.
10. Исследование рыночного спроса.
11. Специфика исследовали новых товаров
12. Специфика мониторинга цен.
13. Специфика мониторинга рекламной деятельности.
14. Изучение конкурентов.
15. Специфика исследований потребителей.

### **7.4.Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

#### **Требования к написанию реферата**

Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список использованных источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д. Объем реферата – 15-20 страниц печатного текста, включая титульный лист, введение, заключение и список литературы.

Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;
2. Развитие навыков логического мышления;
3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

При оценке реферата используются следующие критерии:

- новизна текста;
- обоснованность выбора источника;
- степень раскрытия сущности вопроса;
- соблюдения требований к оформлению.



<b>Критерии оценивания реферата:</b>	
«отлично»	Выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
«хорошо»	Основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; невыдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
«удовлетворительно»	Имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.
«неудовлетворительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Тематика рефератов выдается преподавателем в конце семинарского занятия.

### **Требования к выполнению тестового задания**

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого.

Основные принципы тестирования, следующие:

- связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

- объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

- справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

- систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

- закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет»,

«является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

– открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

– установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

– установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

#### **Критерии оценки знаний при проведении тестирования**

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

#### **Критерии оценки знаний на зачете**

Форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине.

Проведение зачета организуется на последней учебной неделе семестра до начала экзаменационной сессии в соответствии с утвержденным расписанием занятий. Зачет принимается преподавателем, читающим лекции по данной дисциплине. Экзаменатор может проставить зачет без опроса или собеседования тем обучающимся, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы

## **8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **8.1. Основная литература**

1. Каменева, Н.Г. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: Инфра-М, 2013. - 368 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=351385>

### **8.2. Дополнительная литература**

2. Елиферов, В.Г. Бизнес-процессы: Регламентация и управление [Электронный ресурс]: учебник / В.Г. Елиферов, В.В. Репин. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 319 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1020015>

3. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / А.В. Коротков. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 303 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71235.html>

4. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие / Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. - М.: Дашков и К, 2017. - 296 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=336541>

5. Елиферов, В.Г. Бизнес-процессы Регламентация и управление [Электронный ресурс]: учебник / В.Г. Елиферов, В.В. Репин. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 319 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=489829>

6. Ивашкевич, В.Б. Стратегический контроллинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.Б. Ивашкевич. - М.: Магистр: Инфра-М, 2013. - 216 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=374731>

7. Токарев, Б.Е. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебник / Б.Е. Токарев. - М.: Магистр: Инфра-М, 2013. - 512 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=392041>

СОГЛАСОВАНО  
С БИБЛИОТЕКОЙ МГТУ  
 /САМУСОВА Е.Е./

### **8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»**

- Образовательный портал ФГБОУ ВО «МГТУ» [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://mkgtu.ru/>

- <http://infomanagement.ru/> - Менеджмент – новости, лекции, статьи, литература

- Научная электронная библиотека [www.eLIBRARY.RU](http://www.eLIBRARY.RU) – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

- Электронный каталог библиотеки – Режим доступа: <http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/fo12;>

- Единое окно доступа к образовательным ресурсам: Режим доступа: <http://window.edu.ru/>

- CYBERLENINKA: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2014. – URL: <https://cyberleninka.ru/> – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.

**9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируемые компетенции
<b>7 семестр</b>				
Информационное обеспечение маркетинговой деятельности организации.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков, применение знаний, творческая деятельность, частично-поисковый	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия, устная речь, письмо	ПК-3, ПК-7
Методы сбора данных	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков, применение знаний, творческая деятельность, частично-поисковый	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия, устная речь, письмо	ПК-3, ПК-7
Прикладные аспекты мониторинга бизнес среды	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков, применение знаний, творческая деятельность, частично-поисковый	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия, устная речь, письмо	ПК-3, ПК-7
Мониторинг внешней предпринимательской среды и рынков	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков, применение знаний, творческая деятельность, частично-поисковый	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия, устная речь, письмо	ПК-3, ПК-7

Прогноз состояния бизнес среды	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков, применение знаний, творческая деятельность, частично-поисковый	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия, устная речь, письмо	ПК-3, ПК-7
--------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------	------------

Курс предполагает, как аудиторную (лекции и практические занятия), так и самостоятельную работу студентов.

Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом процесса подготовки бакалавров, она формирует самостоятельность, познавательную активность студентов, вырабатывает практические навыки работы с экономической литературой. Задания самостоятельной работы студентов выполняются вне аудитории без участия преподавателя. Основная задача самостоятельной работы подготовка к семинарским и практическим занятиям.

На семинарское занятие выносятся основные вопросы темы. Для подготовки к практическим занятиям необходимо на основе лекций подготовить дополнительные материалы, раскрывающие особенности и направлений решений поставленной проблемы. Тематический план семинарских занятий, формулировка практических заданий, перечень основной и дополнительной литературы, список тем рефератов призваны помочь студенту правильно организовать и выбрать направление самостоятельной работы. Семинарские (практические) занятия, как ведущий вид учебных занятий, составляют базу подготовки бакалавров.

На практических занятиях студенты получают навыки самостоятельного поиска материала, анализа, решения задач и сопоставления статистических данных.

Для облегчения подготовки к практическим занятиям предлагается рекомендуемая литература из основного и дополнительного списков, указанных в комплексе и соответствующая изучаемым разделам, а также периодические издания (специализированные журналы и газеты) по изучаемой тематике и ссылки на Интернет-ресурсы.

Основная цель практических занятий – научить студентов использовать знания, полученные на лекциях на базе умения самостоятельной работы с литературой и другими источниками.

**10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине позволяют:

- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования;
- автоматизировать расчеты аналитических показателей, предусмотренные программой научно-исследовательской работы;
- автоматизировать поиск информации посредством использования справочных систем.

### **10.1. Перечень необходимого программного обеспечения**

1. Microsoft Office 2010 номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO (14.0.6024.1000) 02260-018-0000106-48095
2. Kaspersky Anti-virus 6/0 № лицензии 26FE-000451-5729CF81 Сроклицензии 07.02.2020
3. Adobe Reader 9 Бесплатно, 01.02.2019
4. ОСWindows7 Профессиональная, MicrosoftCorp. № 00371-838-5849405-85257, 23.01.2012, бессрочный
5. Open Office 4.1.5, Apache 01.02.2019, лицензия LGPL.
6. 7-zip.org GNU LGPL

### **10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем и профессиональных баз данных:**

#### **Электронно-библиотечные системы**

1. Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО "Научно-издательский центр Инфра-М". – Москва, 2011 - - URL: <http://znanium.com/catalog> (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.
2. IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания "Ай Пи Ар Медиа". – Саратов, 2010 - . – URL: <http://www.iprbookshop.ru/586.html> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст электронный.

#### **Электронные библиотеки**

3. Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. – Москва, 2004 - - URL: <https://нэб.рф/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.
4. eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. - . – URL: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.
5. CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2014. - . – URL: <https://cyberleninka.ru/> - Режим доступа: для зарегистрир. Пользователей. – Текст: электронный.

#### **Ресурсы Интернет открытого доступа (Open Access)**

6. [Министерство экономического развития Российской Федерации](http://economy.gov.ru/minec/main) : официальный сайт. – Москва. – Обновляется в течении суток. – URL: <http://economy.gov.ru/minec/main>. - Текст: электронный.
7. [Министерство экономического развития и торговли Республики Адыгея](http://www.adygheya.ru/ministers/departments/ministerstvo-ekonomicheskogo-razvitiya-i-torgovli/) // Республика Адыгея : официальный сайт исполнительных органов государственной власти. – Майкоп. – Обновляется ежедневно. – URL: <http://www.adygheya.ru/ministers/departments/ministerstvo-ekonomicheskogo-razvitiya-i-torgovli/>. - Текст: электронный.
8. [ЭСМ. Экономика Социология Менеджмент](http://ecsocman.hse.ru/) : федеральный образовательный портал. – Москва. – URL: <http://ecsocman.hse.ru/>. - Текст: электронный.  
[Корпоративный менеджмент](https://www.cfin.ru/) : [сайт]. – Москва, 1998. - . – URL: <https://www.cfin.ru/> (Дата обращения) – Текст электронный.

#### **Зарубежные ресурсы**

9. [DOAJ](https://www.doaj.org/) (Directory of Open Access Journals) : каталог журналов открытого доступа : [сайт] / Лундский университет (Швеция). – Лунд, 2003. - . – URL: <https://www.doaj.org/>. - Текст: электронный.

10. RePEc (Research Papers in Economics) : сайт. – URL: <http://repec.org/#uses>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

СОГЛАСОВАНО  
С БИБЛИОТЕКОЙ МГТУ  
*Е/* /САМУСОВА Е.Е./

**11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
<b>Специальные помещения</b>		
<p>Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: № ауд. 5-22, 5-21 адрес: г. Майкоп, ул. Жуковского 30. Аудитория для практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: № ауд. 5-22, 5-21 адрес: г. Майкоп, ул. Жуковского 30. Компьютерный класс: № ауд. 5-23, адрес: г. Майкоп, ул. Жуковского 30.</p>	<p>Переносное мультимедийное оборудование, доска, мебель для аудиторий, компьютерный класс на 15 посадочных мест, оснащенный компьютерами Pentium с выходом в Интернет</p>	<p>1. Операционная система «Windows», договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015; свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение: 1. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «VLCmediaplayer»; 2. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-litecodec»; 3. Офисный пакет «WPSoffice»; 4. Программа для работы с архивами «7zip»; 5. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobereader»;</p>

**Дополнения и изменения в рабочей программе  
за 20 /20 учебный год**

В рабочую программу Мониторинг бизнес-среды  
(наименование дисциплины)  
для специальности (тей) 27.03.05 Инноватика  
(номер специальности)  
вносятся следующие дополнения и изменения:

Дополнения и изменения внес \_\_\_\_\_  
(должность, Ф.И.О., подпись)

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры  
\_\_\_\_\_  
(наименование кафедры)

«   » \_\_\_\_\_ 20    г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись)

Л.И. Задорожная  
(Ф.И.О.)