

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Куижева Саида Казбековна
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.04.2022 19:09:29
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 (специальности)
бакалавров 38.03.02 Менеджмент

по профилю подготовки
(специализации) Менеджмент

квалификация (степень)
выпускника бакалавр

программа подготовки бакалавриат
академический/прикладной бакалавриат/магистратура (при наличии программы подготовки во ФГОС ВО)

форма обучения очная, очно-заочная, заочная

год начала
подготовки 2021

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана МГТУ по направлению (специальности) 38.03.02 Менеджмент

Составитель рабочей программы:

Доцент, кандидат экономических наук, доцент
(должность, ученое звание, степень)



(подпись)

Маськова Н.Г.
(Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры

Менеджмента и региональной экономики

(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой
«29» 06 2021 г.



(подпись)

Задорожная Л.И.
(Ф.И.О.)

Одобрено учебно-методической комиссией факультета
(где осуществляется обучение)

«27» 08 2021 г.

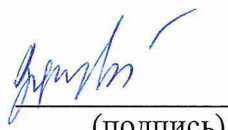
Председатель
научно-методического
совета направления (специальности)
(где осуществляется обучение)



(подпись)

Задорожная Л.И.
(Ф.И.О.)

Декан факультета
(где осуществляется обучение)
«29» 08 2021 г.




(подпись)

Зарубин В.И.
(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник УМУ
«27» 08 2021 г.



(подпись)

Чудесова Н.Н.
(Ф.И.О.)

Зав. выпускающей кафедрой
по направлению (специальности)



(подпись)

Задорожная Л.И.
(Ф.И.О.)

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Изучение дисциплины «Мониторинг бизнес-среды» - важная составляющая часть подготовки бакалавров в области управления. Дисциплина призвана сформировать у бакалавров систематизированное представление об основных аспектах специфики маркетингового анализа рынков, разработки предпринимательских проектов в призмe 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 ООП бакалавриата

Дисциплина по выбору входит в перечень факультативных курсов. Она имеет предшествующие логические и содержательно-методические связи с дисциплинами «Маркетинг» и «Реинжиниринг и управление бизнес-процессами».

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 бакалавра формируются следующие компетенции:

УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи

УК-1.2. Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи.

В процессе освоения дисциплины у бакалавра формируются следующие компетенции:

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(УК-1.1, УК-1.2);

- понимать значение управления в жизни общества, роль менеджеров в решении экономических и социальных проблем общества(УК-1.1, УК-1.2);

- иметь представление о факторах, влияющих на деятельность любой организации и сотрудников, работающих в ней(УК-1.1, УК-1.2);

уметь:

- использовать систему знаний в области организации мониторинга на предприятии (компании)(УК-1.1, УК-1.2);

- использовать полученные знания, с целью формирования системы мониторинга бизнес – среды(УК-1.1, УК-1.2);

- применять практические навыки по оценке затрат на мониторинг бизнес среды(УК-1.1, УК-1.2);

- выявлять проблемы при анализе конкретных ситуаций и предлагать способы их решения в области управления мониторингом на предприятии(УК-1.1, УК-1.2);

- использовать компьютерную технику в режиме пользователя для решения управленческих задач в области управления мониторингом(УК-1.1, УК-1.2);

- систематизировать, обобщать информацию, готовить обзоры по вопросам в области управления, редактировать, реферировать и рецензировать тексты профессионального содержания в сфере менеджмента(УК-1.1, УК-1.2);

- анализировать процессы управления мониторингом(УК-1.1, УК-1.2);

владеть:

- приемами оценки состояния предприятия (компании) с точки зрения мониторинга бизнес среды(УК-1.1, УК-1.2);

- навыками самостоятельного овладения новыми знаниями в области мониторинга(УК-1.1, УК-1.2);

- методами, основными приемами исследовательской деятельности в области мониторинга(УК-1.1, УК-1.2);

- способностью поставить цель и сформулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций в области мониторинга бизнес-среды(УК-1.1, УК-1.2);

- компьютерными методами сбора, хранения и обработки (редактирования) информации, применяемыми в сфере профессиональной деятельности(УК-1.1, УК-1.2).

4. Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.**4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа).**

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		7	8
Контактные часы (всего)	34,25/0,95	34,25/0,95	
В том числе:			
Лекции (Л)	17/0,5	17/0,5	
Практические занятия (ПЗ)	17/0,5	17/0,5	
Лабораторные работы (ЛР)			
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)			
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	0,25/0,01	0,25/0,01	
Самостоятельная работа (СР) (всего)	37,75/1,05	37,75/1,05	

В том числе:			
Расчетно-графические работы	10/0,28	10/0,28	
Реферат	14/0,39	14/0,39	
<i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СР)</i>			
1. Составление плана-конспекта	14/0,39	14/0,39	
Курсовой проект (работа)			
Контроль (всего)	+	-	
Форма промежуточной аттестации: (зачет)	+	+	
Общая трудоемкость (часы/ з.е.)	72/2	72/2	

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

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		7	8
Контактные часы (всего)	8,25/0,23		8,25/0,23
В том числе:			
Лекции (Л)	4/0,11		4/0,11
Практические занятия (ПЗ)	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 (СРП)			
Самостоятельная работа (СР) (всего)	60/1,67		60/1,67
В том числе:			
Расчетно-графические работы	10/0,28		10/0,28
Реферат	25/0,69		25/0,69
<i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СР)</i>			
1. Составление плана-конспекта	25/0,69		25/0,69
Курсовой проект (работа)			
Контроль (всего)	3,75/0,1		3,75/0,1
Форма промежуточной аттестации: (зачет)	3,75/0,1		3,75/0,1
Общая трудоемкость (часы/ з.е.)	72/2		72/2

4.3. Объем дисциплины и виды учебной работы по очно-заочной форме обучения.
Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		7	8
Контактные часы (всего)	28,25/0,78		28,25/0,78
В том числе:			
Лекции (Л)	14/0,39		14/0,39
Практические занятия (ПЗ)	14/0,39		14/0,39
Лабораторные работы (ЛР)			
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)			

Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	0,25/0,01		0,25/0,01
Самостоятельная работа (СР) (всего)	43,75/1,21		43,75/1,21
В том числе:			
Расчетно-графические работы	16/0,44		16/0,44
Реферат	14/0,39		14/0,39
Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СР)			
1. Составление плана-конспекта	13,75/0,38		13,75/0,38
Курсовой проект (работа)			
Контроль (всего)	-		-
Форма промежуточной аттестации: (зачет)	+		+
Общая трудоемкость (часы/ з.е.)	72/2		72/2

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины ОФО

№ п/п	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную и трудоемкость (в часах)							Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	С/ЛЗ	ЛР	СРП	КРАТ	Контроль	СРС	
1.	Раздел 1. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности организации Тема 1.1 Содержание и направления мониторинга рынков товаров и услуг	1-2	2	2					4	Обсуждение докладов
2.	Тема 1.2. Процесс мониторинга рынков товаров и услуг	3-4	2	2					4	Блиц-опрос

3.	Раздел 2. Методы сбора данных Тема 2.1. Методы сбора данных в мониторинге рынков	5-6	2	2					4	Тестирование
4.	Тема 2.2. Методы разработки выборочного плана и определения объема выборки	7-8	2	2					4	Блиц-опрос
5.	Тема 2.3. Методы анализа данных в мониторинге рынка	9-10	2	2					4	Тестирование
6.	Тема 2.4. Методы проведения экспертных оценок и содержание их этапов	11-12	2	2					6	Обсуждение докладов
7.	Раздел 3. Прикладные аспекты мониторинга бизнес среды Тема 3.1. Мониторинг внешней предпринимательской среды и рынков	13-14	2	2					4	Тестирование
8.	Тема 3.2. Изучение ключевых элементов бизнес среды	15-16	2	2					4	Блиц-опрос
9.	Тема 3.3. Прогноз состояния бизнес среды	17	1	1					3,75	
10.	Промежуточная аттестация.		-	-					-	Зачет в устной форме
11.	ИТОГО:		17	17			0,25		37,75	

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную и трудоемкость (в часах)						
		Л	СЛЗ	ЛР	КРАТ	СРП	Контроль	СРС
1.	Раздел 1. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности организации Тема 1.1 Содержание и направления мониторинга рынков товаров и услуг	0,25	0,25					6
2.	Тема 1.2. Процесс мониторинга рынков товаров и услуг	0,25	0,25					6
3.	Раздел 2. Методы сбора данных Тема 2.1. Методы сбора данных в мониторинге рынков	0,5	0,5					6
4.	Тема 2.2. Методы разработки выборочного плана и определения объема выборки	0,5	0,5					7
5.	Тема 2.3. Методы анализа данных в мониторинге рынка	0,5	0,5					7
6.	Тема 2.4. Методы проведения экспертных оценок и содержание их этапов	0,5	0,5					7
7.	Раздел 3. Прикладные аспекты мониторинга бизнес среды Тема 3.1. Мониторинг внешней предпринимательской среды и рынков	0,5	0,5					7
8.	Тема 3.2. Изучение ключевых элементов бизнес среды	0,5	0,5					7
9.	Тема 3.3. Прогноз состояния бизнес среды	0,5	0,5					7
10.	ИТОГО:	4	4		0,25		3,75	60

5.3. Структура дисциплины ОЗФО

№ п/п	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную и трудоемкость (в часах)							СРС	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	С/ЛЗ	ЛР	СРП	КРАТ	Контроль	СРС		
1.	Раздел 1. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности организации Тема 1.1 Содержание и направления мониторинга рынков товаров и услуг	1-2	2	2						4	Обсуждение докладов
2.	Тема 1.2. Процесс мониторинга рынков товаров и услуг	3-4	2	2						4	Блиц-опрос
3.	Раздел 2. Методы сбора данных Тема 2.1. Методы сбора данных в мониторинге рынков	5-6	2	2						5	Тестирование
4.	Тема 2.2. Методы разработки выборочного плана и определения объема выборки	7-8	2	2						5	Блиц-опрос
5.	Тема 2.3. Методы анализа данных	9-10	2	2						5	Тестирование

	мониторинге рынка								
6.	Тема 2.4. Методы проведения экспертных оценок и содержание их этапов	11-12	1	1				6	Обсуждение докладов
7.	Раздел 3. Прикладные аспекты мониторинга бизнес среды Тема 3.1. Мониторинг внешней предпринимательской среды и рынков	13-14	1	1				5	Тестирование
8.	Тема 3.2. Изучение ключевых элементов бизнес среды	15-16	1	1				5	Блиц-опрос
9.	Тема 3.3. Прогноз состояния бизнес среды	17	1	1				4,75	Блиц-опрос
10.	Промежуточная аттестация.		-	-				-	Зачет в устной форме
11.	ИТОГО:		14	14		0,25		43,75	

5.3. Содержание разделов дисциплины «Мониторинг бизнес-среды», образовательные технологии

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Трудоёмкость (часы / зач. ед.)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
Тема 1.	Раздел 1. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности организации Тема 1.1 Содержание и направления мониторинга рынков товаров и услуг	2/0,06	0,25/0,01	2/0,06	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.	УК-1.1 УК-1.2	Знать: основные понятия, связанные с мониторингом рынка товаров и услуг Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками сбора и анализа информации	Слайд-лекции, тематический семинар

Тема 2.	Тема 1.2. Процесс мониторинга рынков товаров и услуг	2/0,06	0,25/0,01	2/0,06	Сущность, элементы, принципы организации. Использование маркетинговых информационных систем Опыт организации мониторинга рынков товаров и услуг.	Общая характеристика последовательности этапов проведения мониторинга рынков товаров и услуг. Определение потребности в проведении мониторинга рынков товаров и услуг. Условия, при которых не возникает потребности в мониторинге рынков товаров и услуг. Определение проблемы при проведении мониторинга рынков товаров и услуг. Этапы выявления формирования проблемы. Подходы к выявлению проблем управления маркетингом. Использование метода	УК-1.1 УК-1.2			Знать: этапы проведения мониторинга рынков товаров и услуг Уметь: эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды. Владеть: методами проведения мониторинга рынков товаров и услуг, навыками сбора и анализа информации по мониторингу рынка товаров и услуг	Лекции-беседы, интерактивные методы обучения (мозговой штурм)
---------	--	--------	-----------	--------	--	--	------------------	--	--	--	---

				<p>логико-смыслового моделирования в маркетинговом мониторинге. Этапы формирования проблем: выбор и четкое определение содержания параметров, подлежащих оценке; определение взаимосвязей; выбор модели.</p> <p>Формирование целей мониторинга рынков товаров и услуг. Выбор методов проведения мониторинга рынков товаров и услуг. Эксперименты и их роль при проведении мониторинга рынков товаров и услуг. Типы "экспериментов.</p> <p>Проектирование экспериментов.</p> <p>Определение методов сбора информации, использования количественных и качественных методов, разработка форм для сбора данных</p> <p>Разработка выборочного плана и определения</p>			
--	--	--	--	--	--	--	--

Тема 3.	Раздел 2. Методы сбора данных Тема 2.1. Методы сбора данных в мониторинге рынков	2/0,06	0,5/0,01	2/0,06	<p>объема выборки. Сбор данных. Принципы организации, возможные ошибки, контроль качества. Анализ данных и презентация отчета о мониторинге.</p> <p>Общая характеристика методов сбора данных. Количественные методы. Качественные методы. Наблюдение и его роль при проведении исследований рынка</p> <p>Методическое обеспечение наблюдения. Этапы проведения наблюдения</p> <p>Метод фокус - группы</p> <p>Сущность, цели и методика использования, Глубинное интервью, анализ протокола, проекционные методы. Сущность, понятие, принципы использования.</p> <p>Методы опроса</p> <p>Достоинства и недостатки. Формы проведения опросов.</p> <p>Панельный метод обследования.</p> <p>Сущность, принципы</p>	УК-1.1 УК-1.2	<p>Знать: методы сбора данных в мониторинге рынков</p> <p>Уметь: анализировать информацию по мониторингу рынков</p> <p>Владеть: методам сбора данных, полученных в результате мониторинга рынков.</p>	Лекция-визуализация, кейс-метод
---------	---	--------	----------	--------	---	------------------	--	---------------------------------

Тема 4.	Тема 2.2. Методы разработки выборочного плана и определения объема выборки	2/0,06	0,5/0,01	2/0,06	использования. Условия выбора конкретного опроса. Принципы разработки форм для сбора данных Шкала измерений Сущность, понятие, построение. Надежность и достоверность получаемой в ходе мониторинга информации. Принципы составления анкет.	УК-1.1 УК-1.2	Знать: методы разработки выборочного плана и определения объема Уметь: анализировать информацию по мониторингу Владеть: методами разработки выборочного плана и определения объема выборки	Проблемные лекции, тематический семинар
					Основные понятия выборочного мониторинга: группа, генеральная совокупность, выборка ошибка выборки, контур выборки, единица выборки, объем выборки. Основные проблемы формирования выборки. Методы определения выборки. Вероятностные (случайные) методы: простой случайный отбор, систематический отбор, кластерный отбор, стратифицированный отбор.			

Тема 5.	Тема 2.3. Методы анализа данных в мониторинге рынка	2/0,06	0,5/0,01	2/0,06	Вероятностные методы отбора: отбор на основе принципа удобства, отбор на основе суждений, формирование выборки в процессе обследования, формирование выборки на основе квот. Этапы разработки выборочного плана, определения, объема выборки.	УК-1.1 УК-1.2	Знать: Методы анализа данных в мониторинге рынка Уметь: планировать процесс сбора и анализа данных Владеть: методикой анализа данных мониторинга рынка	Слайд-лекции, деловая игра
---------	---	--------	----------	--------	---	------------------	---	----------------------------

Тема 6.	Тема 2.4. Методы проведения экспертных оценок и содержание их этапов	2/0,06	0,5/0,01	1/0,03	интерпретация связей между переменными. Содержание и принципы подготовки отчета о проведенном мониторинге.	УК-1.1 УК-1.2	Знать: методы экспертных оценок Уметь: планировать процесс проведения экспертизы. Владеть: навыками сбора и анализа информации, полученной в результате проведения экспертизы.	Слайд-лекции, имитационное моделирование
Тема 7.	Раздел 3. Прикладные	2/0,06	0,5/0,01	1/0,03	Понятия внешней среды организации. Элементы отдельных этапов.	УК-1.1 УК-1.2	Знать: основные понятия и элементы внешней	Проблемная лекция,

	<p>аспекты мониторинга бизнес - среды Тема 3.1. Мониторинг внешней предпринимательской среды и рынков</p>				<p>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>	<p>среды организации, методы мониторинга внешней среды. Уметь: проводить исследование рынков Владеть: методикой мониторинга внешней предпринимательской среды и рынков</p>	<p>тематический семинар</p>
<p>Тема 8. Изучение ключевых элементов бизнес - среды</p>	<p>Тема 3.2.</p>	<p>2/0,06</p>	<p>0,5/0,01</p>	<p>1/0,03</p>	<p>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</p>	<p>Знать: основные элементы бизнес - среды Уметь: оценивать поведение потребителей, конкурентоспособность предприятий, организации, эффективность маркетинговой деятельности. Владеть: методикой исследования бизнес-среды.</p>	<p>Лекция-визуализация, кейс-метод</p>

				<p>удовлетворения запросов потребителей.</p> <p>Определение структуры закупочного центра.</p> <p>Изучение поведения потребителей при и после покупки.</p> <p>Оценка привлекательности отрасли и конкурентной борьбы внутри ее конкурентные силы, затрудняющие выход организации на конкурентный рынок</p> <p>Выявление приоритетных конкурентов и определение силы их позиции. Исследование конкурентоспособности продуктов и эффективности маркетинговой деятельности, Исследование конкурентоспособности организации.</p> <p>Мониторинг средств коммуникаций маркетинга. Оценка эффективности рекламы.</p> <p>Оценка эффективности</p>				
--	--	--	--	--	--	--	--	--

Тема 9.	Тема 3.3. Прогнозирование состояния бизнес - среды	1/0,03	0,5/0,01	1/0,03	<p>средств стимулирования спроса. Оценка эффективности пропаганды. Мониторинг продуктивности личной продажи. Оценка эффективности каналов сбыта Мониторинг рекламной компании. Предварительное тестирование средств коммуникаций.</p>	<p>УК-1.1 УК-1.2</p>	<p>Знать: основные методы прогнозирования, используемые в мониторинге рынков товаров и услуг. Уметь: прогнозировать состояние бизнес среды Владеть: методикой и методами построения прогноза состояния бизнес - среды</p>	Лекция-визуализация, кейс-метод
	<p>Общая характеристика методов прогнозирования, применяемых в мониторинге рынков товаров и услуг. Эвристические методы прогнозирования Достоинства и недостатки. Экономико-математические методы и Достоинства и недостатки. Метод сценариев как средство организации взаимодействия количественного и качественного подходов. Достоинства и недостатки. Метод экстраполяции Парный регрессионный</p>							

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	ОЗФО
1.	Тема 1.1 Содержание и направления мониторинга рынков товаров и услуг	Формы мониторинга Структура и содержательная характеристика разделов мониторинга бизнес среды. Модель мониторинга.	2/0,06	0,25/0,01	2/0,06
2.	Тема 1.2. Процесс мониторинга рынков товаров и услуг	Методическое обеспечение исследований Составление проекта мониторинга как плана работы Контроль усвоения тем	2/0,06	0,25/0,01	2/0,06
3.	Тема 2.1. Методы сбора данных в мониторинге рынков	Измерение ожиданий, восприятия и предпочтений Ситуационные задачи	2/0,06	0,5/0,01	2/0,06
4.	Тема 2.2. Методы разработки выборочного плана и определения объема выборки	Методология проектирование выборки	2/0,06	0,5/0,01	2/0,06
5.	Тема 2.3. Методы анализа данных в мониторинге рынка	Предварительная обработка и статистический анализ данных	2/0,06	0,5/0,01	2/0,06
6.	Тема 2.4. Методы проведения экспертных оценок и содержание их этапов	Исследование потребителей Разработка анкет для потребителей Контроль знаний по темам	2/0,06	0,5/0,01	1/0,03
7.	Тема 3.1. Мониторинг внешней предпринимательской среды и рынков	Исследование конкурентов. Ситуационные задачи	2/0,06	0,5/0,01	1/0,03
8.	Тема 3.2. Изучение ключевых элементов бизнес среды	Методы оперативной диагностики.	2/0,06	0,5/0,01	1/0,03
9.	Тема 3.3. Прогнозирование состояния бизнес среды.	Исследование эффективности маркетингового инструментария Контроль усвоения раздела	1/0,03	0,5/0,01	1/0,03
	Итого		17/0,47	4/0,11	14/0,39

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 предусмотрен.

5.7. 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		
				ОФО	ЗФО	ОЗФО
1.	Раздел 1. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности организации Тема 1.1 Содержание и направления мониторинга рынков товаров и услуг	СРС №1 на тему «Сбор информации посредством анкетирования» Работа предполагает самостоятельное изучение и конспект следующих вопросов темы: 1. Классификация методов опроса. 2. Достоинства и недостатки различных методов опроса.	1-2 неделя	4/0,11	6/0,17	4/0,11
2.	Тема 1.2. Процесс мониторинга рынков товаров и услуг	СРС №2 на тему «Сбор информации при помощи наблюдения» Работа предполагает самостоятельное изучение и конспект следующих вопросов темы: 1. Сущность и содержание наблюдения как метода сбора информации при проведении мониторинга рынка товаров и услуг 2. Классификация видов наблюдений.	3-4 неделя	4/0,11	6/0,17	4/0,11
3.	Раздел 2. Методы сбора данных Тема 2.1. Методы сбора данных в мониторинге рынков	СРС №3 на тему «Методическое обеспечение исследований» Работа предполагает: 1) самостоятельное изучение и конспект следующих вопросов темы: Роль исследовательской гипотезы в определении характера информации, собираемой в ходе мониторинга. Влияние метода опроса на тип используемых	5-6 неделя	4/0,11	6/0,17	5/0,14

		<p>вопросов.</p> <p>Понятие «ошибки преувеличения».</p> <p>Виды вопросов анкеты.</p> <p>Решения, принимаемые исследователем при разработке листа наблюдения для сбора данных.</p> <p>2) разработку и представление преподавателю анкеты и протокола наблюдения по произвольно выбранной ситуации из деятельности реально существующей на рынке организации.</p>				
4.	Тема 2.2. Методы разработки выборочного плана и определения объема выборки	<p>Студентам необходимо рассмотреть следующие вопросы:</p> <p>Виды выборок, их особенности. Сферы применения различных типов выборок.</p>	7 -8 неделя	4/0,11	7/0,19	5/0,14
5.	Тема 2.3. Методы анализа данных в мониторинге рынка	<p>СРС №4 на тему «Измерение ожиданий, восприятия и предпочтений»</p> <p>Работа предполагает самостоятельное изучение и конспект следующих вопросов темы:</p> <p>1. Процедуры измерения ожиданий при помощи шкал.</p> <p>Совместный анализ.</p>	9-10 неделя	4/0,11	7/0,19	5/0,14
6.	Тема 2.4. Методы проведения экспертных оценок и содержание их этапов	<p>СРС №5 на тему «Предварительная обработка и статистический анализ данных»</p> <p>Работа предполагает:</p> <p>1. самостоятельное изучение и конспект следующих вопросов темы:</p> <p>1.1. Влияние и значение систематических ошибок.</p> <p>1.2. Типы</p>	11-12 неделя	6/0,17	7/0,19	6/0,17

		<p>систематических ошибок.</p> <p>1.3. Суммарная ошибка.</p> <p>1.4. Редактирование данных.</p> <p>1.5. Кодирование и табулирование данных.</p> <p>1.6. Представление табулированных данных</p> <p>2. сбор и обработка данных по следующему плану:</p> <p>2.1. выбрать объект мониторинга (например, потребители супермаркета)</p> <p>2.2. собрать информацию методом опроса по 10 представителям объекта мониторинга</p> <p>2.3. обработать собранный материал представить обработанный материал на проверку преподавателю</p>				
7.	<p>Раздел 3. Прикладные аспекты мониторинга бизнес среды</p> <p>Тема 3.1. Мониторинг внешней предпринимательской среды и рынков</p>	<p>СРС №6 на тему «Исследование потребителей»</p> <p>Работа предполагает:</p> <p>1. самостоятельное изучение и конспект следующих вопросов темы:</p> <p>1.1. Основные факторы, определяющие оценки и поведение потребителей</p> <p>1.2. Изучение поведения потребителей при и после покупки</p> <p>1.3. Изучение намерений потребителей</p> <p>2. исследование потребителей произвольно избранной организации по следующему плану:</p> <p>2.1. выбрать объект мониторинга (потребителей)</p> <p>2.2. сформулировать направление</p>	13-14 неделя	4/0,11	7/0,19	5/0,14

		<p>мониторинга</p> <p>2.3. разработать необходимые методические материалы (анкету / протокол наблюдения)</p> <p>2.4. собрать информацию по 10 представителям объекта мониторинга (обосновать выбор метода сбора информации)</p> <p>2.5. обработать собранный материал представление обработанный материал на проверку преподавателю</p>				
8.	Тема 3.2. Изучение ключевых элементов бизнес среды	<p>СРС №7 на тему «Исследование конкурентов»</p> <p>Работа предполагает:</p> <p>1. самостоятельное изучение и конспект следующих вопросов темы:</p> <p>1.1. выявление приоритетных конкурентов и определение силы их позиций</p> <p>1.2. исследование конкурентоспособности организации</p> <p>2. исследование конкурентов по следующему плану:</p> <p>2.1. выбрать реально представленную на рынке организацию</p> <p>2.2. выявить 2-3 –х основных конкурентов исследуемой организации</p> <p>2.3. собрать информацию по 3 характеристикам объектов мониторинга (например: уровень цен, реклама, качество товаров)</p> <p>2.4. провести сопоставление</p>	15-16 неделя	4/0,11	7/0,19	5/0,14

		<p>характеристик конкурирующих организаций с целью определения силы их позиций</p> <p>2.5. сформулировать основные выводы и предложения по результатам мониторинга</p> <p>представить обработанный материал на проверку преподавателю</p>				
9.	Тема 3.3. Прогнозирование состояния бизнес среды	<p>СРС №8 на тему «Исследование эффективности маркетингового инструментария»</p> <p>Работа предполагает:</p> <p>1. самостоятельное изучение и конспект следующих вопросов темы:</p> <p>1.1. определение факторов успеха нового товара.</p> <p>1.2. факторы чувствительности потребителей к цене.</p> <p>1.3. предварительное тестирование рекламы.</p> <p>2. исследование маркетингового инструментария по следующему плану:</p> <p>2.1. выбрать реально представленную на рынке организацию.</p> <p>2.2. один из маркетинговых инструментов исследуемой организации.</p> <p>2.3. разработать проект мониторинга эффективности использования выбранного для анализа инструмента маркетинга.</p> <p>2.4. провести исследование.</p>	17 неделя	3,75/0,1	7/0,19	4,75/0,13

		2.5. сформулировать основные выводы и предложения по результатам мониторинга представить обработанный материал на проверку преподавателю.				
	Итого			37,75/ 1,05	60/ 1,67	43,75/ 1,21

5.8. Календарный план воспитательной работы.

Модуль 8. Вовлечение обучающихся в предпринимательскую деятельность

Ноябрь, 2024 г., ФГБОУ ВО «МГТУ»	Мониторинг внешней предпринимательской среды и рынков	Лекция-беседа	Сформированность компетенций УК-1.1, УК-1.2
-------------------------------------	---	---------------	---

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

6.1. Методические указания (собственные разработки)

1. Учебно-методическое пособие по дисциплине "Информационный менеджмент" по специальности 080801 Прикладная информатика (в экономике, в юриспруденции) и направлению подготовки бакалавров 080200.62 Менеджмент. Ч. I [Электронный ресурс] / [сост.: Н.Г. Маськова, Н.Н. Чудесова]. - Майкоп: Магарин О.Г., 2013. - 39 с. - Режим доступа: <http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100002285>
2. Учебно-методическое пособие по дисциплине "Информационный менеджмент" по специальности 080801 Прикладная информатика (в экономике, в юриспруденции) и направлению подготовки бакалавров 080200.62 Менеджмент. Ч. II [Электронный ресурс] / [сост.: Н.Г. Маськова, Н.Н. Чудесова]. - Майкоп: Магарин О.Г., 2013. - 34 с. - Режим доступа: <http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100002286>
3. Учебно-методическое пособие по дисциплине "Информационный менеджмент" по специальности 080801 Прикладная информатика (в экономике, в юриспруденции) и направлению подготовки бакалавров 080200.62 Менеджмент. Ч. III [Электронный ресурс] / [сост.: Н.Г. Маськова, Н.Н. Чудесова]. - Майкоп: Магарин О.Г., 2013. - 64 с. - Режим доступа: <http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100002273>

6.2 Литература для самостоятельной работы

1. 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>
2. Елиферов, В.Г. Бизнес-процессы Регламентация и управление [Электронный ресурс]: учебник / В.Г. Елиферов, В.В. Репин. - М.: ИНФРА-М, 2021. - 319 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=373367>
3. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие / Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. - М.: Дашков и К, 2019. - 294 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=358564>

СОГЛАСОВАНО
С БИБЛИОТЕКОЙ МГТУ
 /САМУСОВА Е.Е./

7.1.Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Мониторинг бизнес – среды»

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	ОЗФО	ЗФО	
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач			
УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи			
1,2	1,2	1,2	Математика
1	3	1	Концепции современного естествознания
1	1	1	Основы финансов
2	2	2	Теоретические основы товароведения
2	2	2	Теория государственного и муниципального управления
1	2	2	Теория менеджмента
3	4	4	Математические методы в управлении
2	2	2	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)
8	9	9	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9	9	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
7	8	8	Мониторинг бизнес-среды
УК-1.2 Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи			
1,2	1,2	1,2	Математика
1	3	1	Концепции современного естествознания
1	1	1	Основы финансов
2	2	2	Теоретические основы товароведения
2	2	2	Теория государственного и муниципального управления
1	2	2	Теория менеджмента
3	4	4	Математические методы в управлении
6	7	8	Стратегия продукта
6	7	8	Аутсорсинг
2	2	2	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)
8	9	9	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9	9	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
7	8	8	Мониторинг бизнес-среды

7.2. 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		
<p>УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p> <p>УК-1.1.Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи</p> <p>УК-1.2. Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи</p>	<p>Фрагментарные знания</p> <p>Частичные умения</p> <p>Частичное владение навыками</p>	<p>Неполные знания</p> <p>Неполные умения</p> <p>Несистематическое применение навыков</p>	<p>Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания</p> <p>Учения полные, допускаются небольшие ошибки</p> <p>В систематическом применении навыков допускаются пробелы</p>	<p>Сформированные систематические знания</p> <p>Сформированные умения</p> <p>Успешное и систематическое применение навыков</p>	<p>контрольная работа, составление плана-конспекта, тест, рефераты, зачет</p>
<p>знать: основные термины и базовые элементы, методы исследований в системе социально-гуманитарного знания.</p> <p>уметь: критически оценивать информацию, независимо от источника, самостоятельно приобретать и систематизировать знания, аргументированно отстаивать свою точку зрения.</p> <p>владеть: конкретной методологией и базовыми методами социально-гуманитарных дисциплин, позволяющими осуществлять решение широкого класса с задач научно-исследовательского и прикладного характера.</p>					

7.3. 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:

Управление бизнес-процессами как особыми ресурсами организации.

1. Мониторинг внешней предпринимательской среды и рынков
2. Сопоставление российских и зарубежных исследований предпринимательского климата.
3. Методы анализа бизнес- среды.
4. Управление организацией на основе бизнес-процессов.
5. Разработка системы управления бизнес-процессами организации.
6. Информационные системы управления бизнес-процессами организации.
7. Методы моделирования и описания бизнес-процессов: сравнительная характеристика.
8. Формирование системы показателей для оценки эффективности бизнес-среды.

Тест для проведения текущего контроля

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.

Тесты для контроля остаточных знаний

Тест 1.

- 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 2

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.

с. 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.

Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине «Мониторинг бизнес-среды»

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 бакалавра, 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.

Критерии оценивания реферата:	
«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, темараскрыта 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 написанию эссе

Средство, позволяющее оценить умение бакалавра письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей

дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Требования к оформлению эссе

1. Текст должен отражать позицию автора по какому-либо актуальному вопросу (проблеме). Автор должен высказать свою точку зрения и сформировать непротиворечивую систему аргументов, обосновывающих предпочтительность выбранной позиции.
2. В тексте должно быть продемонстрировано владение предметом исследования, его понятийным аппаратом, терминологией, знание общепринятых научных концепций в заданной предметной области, понимание современных тенденций и проблем в исследовании предмета.
3. Текст должен быть завершённым и четко структурированным, посвященным строго заданной выбранной темой проблематике.
4. Стилизовое решение, структурная организация текста, лексика должны соответствовать заданной тематике и поставленной автором задаче.
5. Объем – не более 7 стр., шрифт Times New Roman прямого начертания, кегль (размер) шрифта 14, междустрочный интервал – полуторный.

Критерии оценивания эссе:	
«отлично»	Выполнены все требования к написанию эссе: владение предметом исследования, его понятийным аппаратом, терминологией, знание общепринятых научных концепций в заданной предметной области, понимание современных тенденций и проблем в исследовании предмета; представление собственной точки зрения (позиции, отношения) при раскрытии проблемы; раскрытие проблемы на теоретическом уровне или на бытовом уровне, с использованием научных понятий в контексте раскрытия темы эссе, аргументация своей позиции с опорой на научные концепции, факты, соблюдены требования к внешнему оформлению эссе.
«хорошо»	Основные требования к эссе выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём; имеются недостатки в оформлении.
«удовлетворительно»	Имеются существенные отступления от требований к эссе. В частности: тема освещена лишь частично; анализ проблемы не полный, отсутствуют выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме, концепции и аналитический инструментарий использованы в недостаточном объеме
«неудовлетворительно»	Тема эссе не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к контрольной работе

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т. д.

При оценке контрольной преподаватель руководствуется следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;
- обучающийся подобрал достаточный список литературы, который необходим для осмысления темы контрольной;

- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;
- обучающийся проанализировал материал;
- контрольная работа отвечает всем требованиям четкости изложения и аргументированности, объективности и логичности, грамотности и корректности;
- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;
- контрольная работа оформлена в соответствии с требованиями;
- автор защитил контрольную и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, не по своему варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

Вариант контрольной работы выдается в соответствии с порядковым номером в списке магистрантов.

Критерии оценки знаний при написании контрольной работы

Отметка «отлично» выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Отметка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Отметка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых на контрольную работу тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Отметка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания.

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 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. Елиферов, В.Г. Бизнес-процессы Регламентация и управление [Электронный ресурс]: учебник / В.Г. Елиферов, В.В. Репин. - М.: ИНФРА-М, 2021. - 319 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=373367>
2. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие / Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. - М.: Дашков и К, 2019. - 294 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=358564>

8.2. Дополнительная литература

1. Учебно-методическое пособие по дисциплине "Информационный менеджмент" по специальности 080801 Прикладная информатика (в экономике, в юриспруденции) и направлению подготовки бакалавров 080200.62 Менеджмент. Ч. I [Электронный ресурс] / [сост.: Н.Г. Маськова, Н.Н. Чудесова]. - Майкоп: Магарин О.Г., 2013. - 39 с. - Режим доступа: <http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100002285>
2. Учебно-методическое пособие по дисциплине "Информационный менеджмент" по специальности 080801 Прикладная информатика (в экономике, в юриспруденции) и направлению подготовки бакалавров 080200.62 Менеджмент. Ч. II [Электронный ресурс] / [сост.: Н.Г. Маськова, Н.Н. Чудесова]. - Майкоп: Магарин О.Г., 2013. - 34 с. - Режим доступа: <http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100002286>
3. Учебно-методическое пособие по дисциплине "Информационный менеджмент" по специальности 080801 Прикладная информатика (в экономике, в юриспруденции) и направлению подготовки бакалавров 080200.62 Менеджмент. Ч. III [Электронный ресурс] / [сост.: Н.Г. Маськова, Н.Н. Чудесова]. - Майкоп: Магарин О.Г., 2013. - 64 с. - Режим доступа: <http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100002273>
4. 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>

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://elibrary.ru/) – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>
- Электронный каталог библиотеки – Режим доступа: <http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/fol2/>
- Единое окно доступа к образовательным ресурсам: Режим доступа: <http://window.edu.ru/>
- СYBERLENINKA: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2014. – URL: <https://cyberleninka.ru/> – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.

СОГЛАСОВАНО
С БИБЛИОТЕКОЙ МГТУ
 / САМУСОВА Е.Е. /

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе подготовки письменной работы (реферата, эссе, контрольной работы) студенты имеют возможность обосновать свое понимание темы, внести свои предложения. При подготовке письменной работы целесообразно придерживаться следующей схемы изучения вопросов:

- уяснение (осмысление), с учетом полученных в университете знаний, избранной темы письменной работы;
- подбор (поиск) необходимой научной, справочной, учебной литературы, статистических и социологических сведений, законодательных и иных нормативных правовых актов, а также иных источников;
- анализ и систематизация собранных по теме работы материалов;
- подготовка плана написания работы;
- написание текста работы в объеме, определяемом видом работы: курсовая работа – 25-30 стр.; реферат – 10-15 стр.; эссе – 7-8 стр.; контрольная работа – 3-5 стр.
- оформление рукописи работы в соответствии с предъявляемыми требованиями (оформление титульного листа, сносок, библиографии).

При сборе материалов для написания работы важно ориентироваться как на современные новейшие литературные источники, так и на предшествующие последних 5-15 лет.

В ходе анализа и систематизации имеющихся по теме материалов намечается структура работы. Целесообразно план работы согласовать с научным руководителем, предложив для обсуждения несколько вариантов. В соответствии с согласованным планом осуществляется группировка материалов по главам, параграфам либо по пунктам и их систематизация, т.е. расположение в определенной логической последовательности. Рубрики или иные выделения в тексте должны акцентировать внимание на важных, узловых аспектах темы, выводах, рекомендациях, предложениях.

Написание работы осуществляется самостоятельно путем творческого изложения собранных научных материалов и нормативных источников. При использовании идей, выводов либо текстового материала (цитат) других авторов необходимо делать ссылку на соответствующее издание, где содержатся используемые идеи и материалы. Подготовленная рукопись требует повторного прочтения, критической оценки материала, с целью выявления наиболее слабых, отвлеченно-описательных, недостаточно аргументированных моментов, а также тех частей текста, содержание которых выходит за пределы темы письменной работы. Одновременно осуществляется литературная правка, проверяется правильность написания выходных данных (для научной работы - точное указание фамилии, имени, отчества автора (ов), название научного труда, место издания, название издательства, год издания, номера страниц. Уточняется правильность оформления работы, написания научно-справочного аппарата в тексте и в конце письменной работы.

Письменные работы оформляются на стандартной бумаге А4. Текст печатается через полтора интервала и только с одной стороны листа. Сноски оформляются внизу страницы через один интервал или в квадратных скобках в тексте работы. Необходимо соблюдать следующие размеры полей: левое – 30 мм., правое – 10 мм., верхнее и нижнее – 20 мм. Шрифт: Times New Roman. 14 кегль для основного текста и 10 кегль для сносок внизу страницы.

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

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 Срок лицензии 07.02.2020
3. Adobe Reader 9 Бесплатно, 01.02.2019
4. ОС Windows 7 Профессиональная, Microsoft Corp. № 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

1. 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.
2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000. – URL: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.
3. CYBERLENINKA: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2014. – URL: <https://cyberleninka.ru/> – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.

11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Специальные помещения		
<p>Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: № ауд. 5-22, 5-21 адрес: г. Майкоп, ул. Жуковского 30.</p> <p>Аудитория для практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: № ауд. 5-22, 5-21 адрес: г. Майкоп, ул. Жуковского 30.</p> <p>Компьютерный класс: № ауд. 5-23, адрес: г. Майкоп, ул. Жуковского 30.</p>	<p>Переносное мультимедийное оборудование, доска, мебель для аудиторий, компьютерный класс <i>на 15 посадочных мест</i>, оснащенный компьютерами <i>Pentium</i> с выходом в Интернет</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Microsoft Office 2010 номерпродукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO (14.0.6024.1000) 02260-018-0000106-48095 2. Kaspersky Anti-virus 6/0 № лицензии 26FE-000451-5729CF81 Срокилицензии 07.02.2020 3. Adobe Reader 9 Бесплатно, 01.02.2019 4. ОС Windows 7 Профессиональная, Microsoft Corp. № 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

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

В рабочую программу Мониторинг бизнес-среды
(наименование дисциплины)

для направления (специальности) 38.03.02 Менеджмент
(номер направления (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) (Ф.И.О.)