

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 18.09.2023 17:46:56
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9abb2479

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт Экономки и менеджмента
Кафедра Экономки и менеджмента

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы менеджмента и маркетинга

Уровень образования	Бакалавриат
Направление подготовки	29.03.04 Технология художественной обработки материалов
Профиль	Ювелирное искусство и декоративный мета
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма обучения	Очная

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 6 от 21.02.2023 г.

Разработчики рабочей программы учебной дисциплины:

Доцент Е.Г.Страчкова
Доцент В.А.Пурьскина

Заведующий кафедрой: С.Г. Радько

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» изучается в первом семестре.
Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

Зачет с оценкой

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» относится к обязательной части программы.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

- Профессиональная деятельность;
- Математика.

Результаты обучения по учебной дисциплине используются при изучении следующих дисциплин:

- Информационные и коммуникативные технологии в профессиональной деятельности;
- Теория и практика творческого саморазвития и проектной деятельности;
- Экономическая культура и финансовая грамотность.

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целями изучения дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» являются:

- изучение основ и специфики менеджмента и овладение основными знаниями и умениями в этой области, необходимые в профессиональной деятельности технолога;
- изучение принципов и методов маркетинга для проведения маркетинговых исследований товарных рынков и использования полученных результатов для повышения эффективности деятельности предприятия;
- формирование навыков маркетингового подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности, выстраивания взаимосвязей менеджмента и маркетинга с другими функциональными подразделениями компании с акцентом на решение общекорпоративных задач роста и управления;
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

2.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
--------------------------------	--	---

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-9 Способен участвовать в маркетинговых исследованиях товарных рынков	ИД-ОПК-9.1 Осуществление сбора и анализа информации для исследования товарных рынков	- выявляет факторы, влияющие на исследования товарных рынков, используя основы теории менеджмента; - анализирует и оценивает факторы, влияющие на исследования товарных рынков, используя основы теории менеджмента
	ИД-ОПК-9.2 Анализ результатов маркетинговых исследования товарных рынков для повышения эффективности работы предприятия	- применяет знания менеджмента и маркетинга в условиях непосредственного взаимодействия с потребителями, партнерами, конкурентами и государством; - использует методы и инструменты маркетинга для проведения маркетинговых исследований товарных рынков. - использует результаты маркетинговых исследования товарных рынков для повышения эффективности работы предприятия

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	3	з.е.	108	час.
по очно-заочной форме обучения –		з.е.		час.
по заочной форме обучения –		з.е.		час.

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (очная форма обучения)

Структура и объем дисциплины									
Объем дисциплины по семестрам	форма промежуточной аттестации	всего, час	Контактная аудиторная работа, час				Самостоятельная работа обучающегося, час		
			лекции, час	практические занятия, час	лабораторные занятия, час	практическая подготовка, час	курсовая работа/ курсовой проект	самостоятельная работа обучающегося, час	промежуточная аттестация, час
1 семестр	Зачет с оценкой	108	34	18				56	
Всего:		108	34	18				56	

3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка, час		
Первый семестр							
ОПК-9: ИД-ПК-9.1 ИД-ПК-9.2	Раздел I. Основы менеджмента в организации	17	9			28	Формы текущего контроля по разделу I: устный опрос, дискуссия, индивидуальное задание
	Тема 1.1 Понятие и сущность менеджмента.	4					
	Практическое занятие № 1.1 Факторы внешней и внутренней среды организации		2			7	
	Тема 2.1 Сущность управленческой деятельности. Уровни управления. Объект и субъект управления	4					
	Практическое занятие № 2.1 Уровни управления. Объект и субъект управления		2			7	
	Тема 3.1 Структура управления организацией. Типы организационных структур.	5					
	Практическое занятие № 3.1 Анализ и сравнение основных типов организационных структур.		3			7	
	Тема 4.1 Функции и принципы управления. Методы управления	4					
Практическое занятие № 4.1 Получение информации для принятия решений по менеджменту и маркетингу		2			7		
ОПК-9: ИД-ПК-9.1 ИД-ПК-9.2	Раздел II. Специфика и особенности маркетинга на товарных рынках	17	9			28	Формы текущего контроля по разделу II: устный опрос; письменный экспресс-опрос; дискуссия
	Тема 5.1 Понятие и сущность маркетинга	4					
	Практическое занятие № 5.1 Особенности стратегического плана организации		2			7	
	Тема 6.1 Влияние факторов на поиск привлекательных возможностей	4					

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка, час		
	Практическое занятие № 6.1 Маркетинговые исследования: сущность, особенности, методы и примеры проведения		3			7	
	Тема 7.1 Бихевиористические (поведенческие) параметры потребительского рынка	4					
	Практическое занятие № 7.1 Факторы, влияющие на покупку		3			7	
	Тема 8.1 Процесс управления маркетингом.	5					
	Практическое занятие № 8.1 Практическое применение концепций маркетинга.		3			7	
	Зачет с оценкой						Зачет по совокупности результатов текущего контроля успеваемости либо в письменно-устной форме по вопросам согласно программе зачета
	ИТОГО за петрый семестр	34	18			56	
	ИТОГО за весь период	34	18			56	

3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Раздел I	Основы менеджмента в организации	
Тема 1.1	Понятие и сущность менеджмента	Понятие и методологические основы менеджмента. Фазы в жизни организации. Характеристики и элементы организации. Факторы внешней и внутренней среды организации
Тема 2.1	Сущность управленческой деятельности. Уровни управления. Объект и субъект управления	Сущность управленческой деятельности. Уровни управления. Объект и субъект управления
Тема 3.1	Структура управления организацией. Типы организационных структур.	Структура управления организацией. Типы организационных структур. Анализ и сравнение основных типов организационных структур
Тема 4.1	Функции и принципы управления. Методы управления	Функции и принципы управления. Методы управления. Получение информации для принятия решений по менеджменту и маркетингу
Раздел II	Раздел II. Специфика и особенности маркетинга на товарных рынках	
Тема 5.1	Понятие и сущность маркетинга	Понятие и сущность маркетинга. Функции маркетинга. Особенности стратегического плана организации
Тема 6.1	Влияние факторов на поиск привлекательных возможностей	Влияние факторов на поиск привлекательных возможностей. Маркетинговые исследования: сущность, особенности, методы и примеры проведения
Тема 7.1	Бихевиористические (поведенческие) параметры потребительского рынка	Бихевиористические (поведенческие) параметры потребительского рынка. Факторы, влияющие на покупку
Тема 8.1	Процесс управления маркетингом.	Процесс управления маркетингом. Комплекс маркетинга. Концепции маркетинга 4P, 5P, 7P. Практическое применение концепций маркетинга для повышения эффективности деятельности организации

3.4. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к практическим занятиям и к аттестациям;
- изучение учебников, учебных пособий, научных публикаций;

- аннотирование учебных и научных изданий;
- конспектирование учебных и научных изданий;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- выполнение индивидуального задания.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы не предусмотрена.

Темы полностью или частично отнесенные на самостоятельное изучение с последующим контролем, не предусмотрены.

3.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

В электронную образовательную среду перенесены отдельные виды учебной деятельности:

Использование ЭО и ДОТ	использование ЭО и ДОТ	объем, час	включение в учебный процесс
смешанное обучение	Лекции	34	в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия		

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенций.

Уровни сформированности компетенций	Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Показатели уровня сформированности		
			универсальной(-ых) компетенции(-й)	общепрофессиональной(-ых) компетенций	профессиональной(-ых) компетенции(-й)
				ОПК-9: ИД-ПК-9.1 ИД-ПК-9.2	
Высокий	85 – 100	отлично/отлично		Обучающийся: – исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет связывать теорию менеджмента и маркетинга с практикой, правильно обосновывает принятые решения; – показывает творческие способности в понимании, изложении и практическом использовании различных методов и инструментов менеджмента и маркетинга; – дополняет теоретическую информацию сведениями исследовательского и практического характера.	
Повышенный	65 – 84	хорошо/хорошо		Обучающийся: – довольно полно излагает учебный материал, умеет связывать теорию менеджмента	

				и маркетинга с практикой, обосновывает принятые решения; – показывает понимание и способность к использованию различных методов и инструментов менеджмента и маркетинга; способен дополнять теоретическую информацию сведениями исследовательского и практического характера.	
Базовый	41 – 64	Удовлетворительно / удовлетворительно		Обучающийся: – с затруднениями проводит анализ конкретной управленческой ситуации; – в целом демонстрирует знания основной части учебной литературы по дисциплине; ответ отражает знания на базовом уровне материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профилю обучения.	–
низкий	0 – 40	неудовлетворительно/неудовлетворительно		Обучающийся: – испытывает серьезные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приемами; – испытывает проблемы в проведении анализа конкретной	

				управленческой ситуации. ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы.	
--	--	--	--	--	--

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
1.	Дискуссия по теме 1 «Понятие и сущность менеджмента».	<p>Вопросы для дискуссии:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие и методологические основы менеджмента. 2. Фазы в жизни организации. 3. Характеристики и элементы организации. 4. Факторы внешней среды организации 5. Факторы внутренней среды организации 6. Системный подход к принятию решений <p>Задание 1: По информации о предприятии сформулировать факторы внешней и внутренней среды организации</p> <p>Задание 2: Особенности применения системного подхода при принятии управленческих решений.</p>	ОПК-9: ИД-ОПК-9.1 ИД-ОПК-9.2
2.	Дискуссия по теме 2 «Сущность управленческой	<p>Вопросы для дискуссии:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность управленческой деятельности. 	ОПК-9: ИД-ОПК-9.1

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
	деятельности. Уровни управления. Объект и субъект управления »	2. Уровни управления. 3. Объект управления 4. Субъект управления Задание. Проанализировать объект и субъекты управления в организации исходя из специфики отрасли (рынка).	ИД-ОПК-9.2
3.	Дискуссия и устный опрос по теме 3 «Структура управления организацией. Типы организационных структур»	Вопросы для дискуссии и устного опроса: 1. Структура управления организацией. 2. Типы организационных структур. 3. Анализ и сравнение основных типов организационных структур Задание 1. Проанализировать типы организационных структур и сформулировать их преимущества и недостатки. Среднеарифметический результат оценок по темам 1-3 выставляется в качестве результата текущего контроля успеваемости	ОПК-9: ИД-ОПК-9.1 ИД-ОПК-9.2
4	Дискуссия по теме 4 «Функции и принципы управления. Методы управления»	Вопросы для дискуссии: 1. Функции и принципы управления. 2. Методы управления. 3. Получение информации для принятия решений по менеджменту и маркетингу Задание: Провести систематизацию маркетинговой информации в организации и сделать выводы	ОПК-9: ИД-ОПК-9.1 ИД-ОПК-9.2
5.	Дискуссия по теме 5: «Понятие и сущность маркетинга»	Вопросы для дискуссии: 1. Понятие и сущность маркетинга. 2. Функции маркетинга. 3. Особенности стратегического плана организации	ОПК-9: ИД-ОПК-9.1 ИД-ОПК-9.2

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		<p>Задание 1. Систематизировать и проанализировать маркетинговую информацию для любой организации (любой отрасли или рынка) по следующим группам: - система внешней информации; - система внутренней информации; - система маркетинговых исследований.</p> <p>Задание 2. Сформулировать особенности формирования стратегического плана организации исходя из специфики отрасли (рынка)</p>	
6.	<p>Дискуссия по теме 6: «Влияние факторов на поиск привлекательных возможностей»</p>	<p>Вопросы для дискуссии:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Влияние факторов на поиск привлекательных возможностей. 2. Маркетинговые исследования: сущность и особенности проведения 3. Методы и инструменты маркетинговых исследований 4. Источники информации для маркетинговых исследований 5. Отраслевые особенности проведения маркетинговых исследований в отрасли (на рынке) <p>Индивидуальное задание 1 (ИЗ1) по теме: «Особенности проведения маркетинговых исследований в отрасли (на рынке).....(Название отрасли, рынка).....».</p> <p>Основные требования к выполнению ИЗ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. По своему усмотрению выбираете для анализа отрасль (предприятие отрасли). В случае проблемы с выбором - консультируетесь с преподавателем 2. Объем ИЗ - 4-5 стр А4. Оформление как в курсовой работе. 3. Обязателен титульный лист и в конце - ссылки на источники. Содержание, введение и заключения не нужны. 	<p>ОПК-9: ИД-ОПК-9.1 ИД-ОПК-9.2</p>
7.	<p>Дискуссия по теме 7: «Бихевиористические (поведенческие) параметры потребительского рынка»</p>	<p>Вопросы для дискуссии:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бихевиористические (поведенческие) параметры потребительского рынка. 2. Факторы, влияющие на покупку <p>Задание. Сформулировать факторы, влияющие на покупку, исходя из специфики товара,</p>	<p>ОПК-9: ИД-ОПК-9.1 ИД-ОПК-9.2</p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		покупателя, территории и других факторов.	
8.	<p>Дискуссия по теме 8: «Процесс управления маркетингом»</p>	<p>Вопросы для дискуссии:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Процесс управления маркетингом. 2. Понятие и элементы комплекса маркетинга. 3. Концепция маркетинга 4Р. 4. Концепция маркетинга 5Р. 5. Концепция маркетинга 7Р. 6. Товарная политика организации 7. Ценовая политика организации 8. Политика продвижения товаров 9. Политика стимулирования сбыта <p>9. Практическое применение концепций маркетинга для повышения эффективности деятельности конкретной организации</p> <p>Индивидуальное задание 2 (ИЗ2) по теме: «Специфика и особенности концепции маркетинга в отрасли(Название отрасли).....»</p> <p>Основные требования к выполнению ИЗ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. По своему усмотрению выбираете для анализа отрасль (предприятие или рынок). В случае проблемы с выбором - консультируетесь с преподавателем 2. Объем ИЗ – 3-4 стр А4. Оформление как в курсовой работе. 3. Обязателен титульный лист и в конце - ссылки на источники. Содержание, введение и заключения не нужны. <p>Примечание: Основные элементы концепции маркетинга: Товар, Цена, Распределение, Продвижение</p>	<p>ОПК-9: ИД-ОПК-9.1 ИД-ОПК-9.2</p>

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного	Критерии оценивания	Шкалы оценивания
-------------------------	---------------------	------------------

средства (контрольно- оценочного мероприятия)		100-балльная система	Пятибалльная система	
Устный опрос	Обучающийся в процессе выступления или решения проблемной ситуации продемонстрировал глубокие знания темы, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы		5	
	Обучающийся в процессе выступления или решения проблемной ситуации правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности или представлен недостаточно полный набор аргументов		4	
	Обучающийся ориентируется в материале, но в рассуждениях не демонстрирует стройную логику ответа, на базовом уровне владеет профессиональной терминологией, частично раскрывает суть проблемы и предлагает общие подходы к ее решению.		3	
	Обучающийся слабо ориентируется в материале, в рассуждениях нет логики, не владеет профессиональной терминологией на базовом уровне либо не раскрывает суть проблемы.		2	
Письменный экспресс- опрос/компьютерное тестирование	Работа выполнена полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.		5	85%- 100%
	Работа выполнена полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		4	70%- 84%
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		3	50%- 69%
	Работа не выполнена либо допущены грубые ошибки.		2	50% и менее 50%
Дискуссия	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и		5	

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает		
	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности.		4
	Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос (вопросы), но при этом показано умение выделить существенные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Обучающийся владеет знаниями только по основному материалу, но не знает отдельных деталей и особенностей, допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой определений.		3
	Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Обучающийся не способен самостоятельно выделить существенные признаки и причинно-следственные связи. Обучающийся способен конкретизировать обобщенные знания только с помощью преподавателя. Обучающийся обладает фрагментарными знаниями по теме, слабо владеет понятийным аппаратом, нарушает последовательность в изложении материала.		2
Индивидуальное задание	Работа выполнена полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.		5
	Работа выполнена полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		4

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		3
	Работа не выполнена либо допущены грубые ошибки.		2

5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:	Формируемая компетенция
Зачет с оценкой: в письменно-устной форме по вопросам	<p>Для студентов успевающих на «отлично» более, чем на 50% практических занятий и не имеющих неудовлетворительных оценок на остальных, получивших по результатам текущего контроля успеваемости оценки «отлично» указанная оценка может быть выставлена за экзамен, для остальных он проводится в письменно-устной форме по вопросам.</p> <p>Вопросы для подготовки к зачету:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Менеджмент. Значения термина «Менеджмент». 2. Кольцо управления. Аспекты менеджмента. 3. Сущность менеджмента. Основные задачи в управлении предприятием. 4. Современная система взглядов на менеджмент. 5. Понятие организации. Основные требования для создания организации. 6. Понятие организации. Фазы в жизни организации. 7. Общие характеристики организации. 8. Внутренняя и внешняя среда организации. 9. Понятие организации. Цели организации. Структура организации. 10. Понятие организации. Основные элементы организации. 11. Внутренняя среда организации. 12. Внешняя среда организации. 	ОПК-9: ИД-ОПК-9.1 ИД-ОПК-9.2

	<p>13. Понятие управления. Сущность управленческой деятельности.</p> <p>14. Уровни управления.</p> <p>15. Объект и субъект управления.</p> <p>16. Структура управления организацией. Сущность и элементы.</p> <p>17. Структура и формы организации.</p> <p>18. Линейная организационная структура управления. Преимущества и недостатки.</p> <p>19. Функциональная организационная структура управления. Преимущества и недостатки.</p> <p>20. Линейно-функциональная (штабная) организационная структура управления. Преимущества и недостатки.</p> <p>21. Матричная организационная структура управления. Преимущества и недостатки.</p> <p>22. Понятие функции управления. Сущность и взаимосвязь основных функций управления.</p> <p>23. Понятие функции управления. Функция планирования.</p> <p>24. Понятие функции управления. Функция организации.</p> <p>25. Понятие функции управления. Функция мотивации.</p> <p>26. Понятие функции управления. Функция контроля.</p> <p>27. Понятие «принцип управления». Основные принципы управления.</p> <p>28. Понятие метода управления. Основные характеристики методов управления.</p> <p>29. Понятие метода управления. Классификация методов управления.</p> <p>30. Понятие метода управления. Организационно-административные методы управления.</p> <p>31. Понятие метода управления. Экономические методы управления.</p> <p>32. Понятие метода управления. Социально-психологические методы управления.</p> <p>33. Понятие и сущность маркетинга</p> <p>34. Сущность маркетинговой деятельности организации</p> <p>35. Жизненный цикл товара</p> <p>36. Цели ценообразования</p> <p>37. Стратегический план маркетинга</p> <p>38. Психологические переменные, влияющие на покупку</p>	
--	---	--

	<p>39 Сегментация рынка. Требования к выделенным сегментам рынка</p> <p>40 Процедура поиска фирмой привлекательных возможностей на целевых рынках</p> <p>41 Покупательское поведение с точки зрения бихевиористики</p> <p>42 Сущность и этапы маркетингового исследования</p> <p>43 Влияние целей и ресурсов фирмы на поиск привлекательных возможностей</p> <p>44 Цели стимулирования</p> <p>45 Социальные факторы, влияющие на покупку.</p> <p>46 Охарактеризуйте возможные политики ценообразования, используемые на различных стадиях жизненного цикла товара.</p> <p>47 Охарактеризуйте основные составляющие ценовой политики в маркетинге.</p> <p>48 Классификация товаров промышленного назначения.</p> <p>49 Классификация потребительских товаров в маркетинге.</p> <p>50 Понятие о процессе решения проблемы покупки</p> <p>51 Охарактеризуйте основные преимущества и недостатки различных методов опроса</p> <p>52 Охарактеризуйте факторы, влияющие на программу стимулирования</p> <p>53 Понятие демографических параметров потребительского рынка</p> <p>54 Охарактеризуйте преимущества и недостатки основных средств распространения информации</p> <p>55 Понятие о позиционировании товара</p> <p>56 Охарактеризуйте основные цели и виды рекламы</p> <p>57 Понятие ситуации покупки</p> <p>58 Планирование товара на разных стадиях жизненного цикла</p> <p>59 Мотивация покупок</p>	
<p>Зачет: компьютерное тестирование и собеседование в онлайн по вопросам (при необходимости)</p>	<p><i>Вариант 1:</i></p> <p>1.Какое из представленных ниже определений не относится к понятию «менеджмент»:</p> <p>1. умение добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект, мотивы поведения других людей;</p> <p>2. управление социально-экономическими процессами на уровне организации –</p>	<p>ОПК-9: ИД-ОПК-9.1 ИД-ОПК-9.2</p>

	<p>управление хозяйственной деятельностью и личностью, персоналом.</p> <ol style="list-style-type: none">3. вероятность (угроза) потери предприятием части своих ресурсов, недополучения доходов или появления дополнительных расходов в результате осуществления своей деятельности.4. вид трудовой деятельности. <p>2. Какие из перечисленных ниже понятий характеризуют иерархию уровней управления предприятием:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Топ-менеджмент, высший уровень, средний уровень, низший уровень;2. Высший уровень, средний уровень, низший уровень;3. Топ-менеджмент, средний уровень, низший уровень;4. Высший уровень, средний уровень, низший уровень, подготовительный уровень <p>3. Какое из перечисленных ниже понятий не относится к разновидностям организационных структур управления предприятием:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Матричная;2. Функциональная;3. Линейно-матричная;4. Линейная. <p>4. Какое из перечисленных ниже понятий не относится к функциям управления:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Планирование;2. Контроль;3. Рационализация;4. Мотивация. <p>5. Охарактеризуйте понятие «сегментация рынка»:</p> <ol style="list-style-type: none">1. классификация групп потенциальных потребителей на основе различий в их нуждах, вкусах и/или поведении;2. умение добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект, мотивы поведения других людей;	
--	---	--

3. управление социально-экономическими процессами на уровне организации – управление хозяйственной деятельностью и личностью, персоналом.

4. действия по разработке предложения компании, направленные на то, чтобы занять обособленное благоприятное положение в сознании целевой группы потребителей.

Вариант 2:

1. Какое из перечисленных ниже понятий не относится к функциям управления:

1. Планирование;
2. Контроль;
3. Рационализация;
4. Мотивация.

2. Перечислите основные фазы в жизни организации:

1. рождение, детство и юность, старение организации;
2. рождение, детство и юность, старение, возрождение организации;
3. детство и юность, старение, возрождение организации;
4. рождение, старение, возрождение организации;

3. Назовите главные характеристики (черты) организации:

1. Ресурсы, разделение труда, зависимость от внешней и внутренней среды;
2. Совместный труд, кооперация;
3. Целеполагание, эффективность;
4. Специализация, активность.

4. Перечислите основные элементы организации:

1. Ресурсы, разделение труда, зависимость от внешней и внутренней среды;
2. Ресурсы, цели, подразделения;
3. Структура, цели, технология;
4. Ресурсы, структура, цели, необходимость управления

5. Охарактеризуйте понятие «позиционирование рынка»:

1. классификация групп потенциальных потребителей на основе различий в их нуждах, вкусах и/или поведении;
2. умение добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект, мотивы поведения других людей;
3. управление социально-экономическими процессами на уровне организации – управление хозяйственной деятельностью и личностью, персоналом.
4. действия по разработке предложения компании, направленные на то, чтобы занять обособленное благоприятное положение в сознании целевой группы потребителей.

Вариант 3:

1. Какие из перечисленных ниже факторов относятся к внешней среде организации:

1. поставщики, потребители, конкуренты, посредники;
2. производство, сбыт, кадры, поставки;
3. природные, экономические, демографические, культурные факторы;
4. конкуренты, посредники, природные, экономические, демографические факторы.

2. Дайте определение понятия «организация»:

1. это группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей.
2. это совокупность производства, финансов, сбыта, кадров и поставок;
3. это сочетание квалификационных навыков, оборудования, инфраструктуры, инструментов и соответствующих заданий, необходимых для осуществления преобразований в материалах, информации и людях;
4. это совокупность приемов и способов воздействия на управляемый объект для достижения поставленных организацией целей.

3. Какое из перечисленных ниже понятий не относится к принципам управления:

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Иерархичности и обратной связи; 2. Экономичности; 3. Правильного подбора и расстановки кадров; 4. Рационализации. <p>4. Дайте определение понятия «метод управления»:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. это группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей. 2. это совокупность производства, финансов, сбыта, кадров и поставок; 3. это сочетание квалификационных навыков, оборудования, инфра-структуры, инструментов и соответствующих заданий для производства; 4. это совокупность приемов и способов воздействия на управляемый объект для достижения поставленных организацией целей. <p>5. Назовите факторы внешней макро среды:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. экономика 2. демография 3. посредники 4. конкуренты <p>И другие</p>	
--	--	--

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Зачет с оценкой в письменно-устной форме по вопросам/ компьютерное тестирование (собеседование в онлайн в дополнение к	Обучающийся: <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы, так и на дополнительные; – свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в 		5 85%- 100%

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
компьютерному тестированию)	<p>научную дискуссию;</p> <ul style="list-style-type: none"> – способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу; – логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в вопросе; – свободно выполняет практические задания повышенной сложности, демонстрирует системную работу с основной и дополнительной литературой. <p>Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</p>		
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; – недостаточно логично построено изложение вопроса; – успешно отвечает на дополнительные вопросы средней сложности, – демонстрирует, в целом, системный подход к решению практических задач, к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе учебной работы. <p>В ответе раскрыто, в основном, содержание вопросов, имеются несущественные неточности при ответе на дополнительные вопросы.</p>		4 70%- 84%
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – показывает знания базового материала, которые отличаются поверхностностью, допускает фактические грубые ошибки; – не может в полном объеме обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, представления о межпредметных связях слабые; 		3 50%- 69%

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система	
	<p>– знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допускает погрешности и ошибки при теоретических ответах и в ходе практической работы. Содержание вопроса раскрыто на базовом уровне, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы, ответ носит репродуктивный характер.</p>			
	<p>Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении заданий. На часть дополнительных вопросов по содержанию зачета затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.</p>		2	50% и менее 50%

5.5. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Форма контроля	100-балльная система	Пятибалльная система
Текущий контроль:		
- устный опрос;		2 – 5
- письменный экспресс-опрос / компьютерное тестирование		2 – 5
- дискуссия		2 – 5
- индивидуальное задание		2 – 5
Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)		Отлично хорошо
Итого за семестр (дисциплину) Зачет с оценкой		удовлетворительно неудовлетворительно

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проведение интерактивных лекций;
- групповых дискуссий;
- анализ ситуаций;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа)

7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины Методы принятия управленческих решений реализуется при проведении практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью:

- решение заданий на практических занятиях по дисциплине;
- выполнение индивидуального задания к теме № 6 «Особенности проведения маркетинговых исследований в отрасли (на рынке).....(Название отрасли, рынка).....».
- выполнение индивидуального задания к теме № 8 «Специфика и особенности концепции маркетинга в отрасли(Название отрасли).....».

8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим

вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины составляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
119071, г. Москва, ул. Малая Калужская, дом 1, строение 1	
аудитории для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор,
аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук, – проектор
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника;

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
	подключение к сети «Интернет»

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Необходимое оборудование	Параметры	Технические требования
Персональный компьютер/ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет	Веб-браузер	Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3
	Операционная система	Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux
	Веб-камера	640x480, 15 кадров/с
	Микрофон	Любой
	Динамики (колонки или наушники)	Любые
	Сеть (интернет)	Постоянная скорость не менее 192 кБит/с

Технологическое обеспечение реализации программы осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
10.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1	Овчаренко Н.А.	Основы экономики, менеджмента и маркетинга	Учебник	М.: Дашков и К	2021	https://znanium.com/catalog/document?id=371142	-
2	Резник Г.А.	Маркетинг	Учебное пособие	М.: НИЦ ИНФРА-М	2021	https://znanium.com/catalog/document?id=376863	-
3	Третьяк В.П.	Маркетинг	Учебник	Магистр	2022	https://znanium.com/catalog/document?id=400257	
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Маслова Е.Л.	Основы менеджмента. Практикум	Учебное пособие	М.: Дашков и К	2023	https://znanium.com/catalog/document?id=429144	-
2	Казакова Н. А.	Маркетинговый анализ	Учебное пособие	М.: НИЦ ИНФРА-М	2020	https://znanium.com/catalog/document?id=356229	-
3	Соловьев Б. А.,	Маркетинг	Учебник	М.: НИЦ ИНФРА-М	2021	https://znanium.com/catalog/document?id=395783	44
10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							
1	Страчкова Е.Г.	Менеджмент	Учебное пособие	М. : РГУ им. А. Н. Косыгина	2011	локальная сеть университета	5
2	Страчкова Е.Г.	Принятия управленческих решений: учебное пособие	Учебное пособие	М. : РГУ им. А. Н. Косыгина	2019	локальная сеть университета	5
3	Страчкова Е.Г.	Анализ отрасли, конкурентов и рынков сбыта	Учебное пособие	М. : РГУ им. А. Н. Косыгина	2021	локальная сеть университета	5
4	Страчкова Е.Г.	Основы маркетинговой деятельности организации	Учебное пособие	М. : РГУ им. А. Н. Косыгина	2022	локальная сеть университета	5

11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

11.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

№ пп	Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы
1.	«Znaniium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» http://znaniium.com/
2.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znaniium.com» http://znaniium.com/
Профессиональные базы данных, информационные справочные системы	
1.	Информационно-правовой портал Гарант.ру https://www.garant.ru/
2.	Информационно-правовой портал Консультант-плюс https://www.consultant.ru/
3.	Официальный сайт ЦБ РФ https://cbr.ru/
4.	Официальный сайт Росстата РФ https://rosstat.gov.ru/
5.	Официальный сайт Росбизнесконсалтинг https://www.rbc.ru/

11.2. Перечень программного обеспечения

№п/п	Наименование лицензионного программного обеспечения	Реквизиты подтверждающего документа
1.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
2.	PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
3.	V-Ray для 3Ds Max	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
4.	NeuroSolutions	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
5.	Wolfram Mathematica	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
6.	Microsoft Visual Studio	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
7.	CorelDRAW Graphics Suite 2018	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
8.	Mathcad	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
9.	Matlab+Simulink	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019.
10.	Adobe Creative Cloud 2018 all Apps (Photoshop, Lightroom, Illustrator, InDesign, XD, Premiere Pro, Acrobat Pro, Lightroom Classic, Bridge, Spark, Media Encoder, InCopy, Story Plus, Muse и др.)	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
11.	SolidWorks	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019

12.	Rhinoceros	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
13.	Simplify 3D	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
14.	FontLab VI Academic	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
15.	Pinnacle Studio 18 Ultimate	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
16.	КОМПАС-3d-V 18	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
17.	Project Expert 7 Standart	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
18.	АЛЬТ-Финансы	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
19.	АЛЬТ-Инвест	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
20.	Программа для подготовки тестов Indigo	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
21.	Диалог NIBELUNG	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
22.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт 85-ЭА-44-20 от 28.12.2020
23.	Adobe Creative Cloud for enterprise All Apps ALL Multiple Platforms Multi European Languages Enterprise Licensing Subscription New	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
24.	Mathcad Education - University Edition Subscription	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
25.	CorelDRAW Graphics Suite 2021 Education License (Windows)	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
26.	Mathematica Standard Bundled List Price with Service	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
27.	Network Server Standard Bundled List Price with Service	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
28.	Office Pro Plus 2021 Russian OLV NL Acad AP LTSC	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
29.	Microsoft Windows 11 Pro	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

№ пп	год обновления РПД	характер изменений/обновлений с указанием раздела	номер протокола и дата заседания кафедры