

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

***СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПОРТФЕЛЕМ ПРОЕКТОВ И
ПРОГРАММ***

Направление подготовки (специальность)
38.03.01 Экономика

Направленность (профиль/специализация) программы
Цифровой маркетинг

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
очная

Институт/ факультет	Институт экономики и управления
Кафедра	Государственного муниципального управления и управления персоналом
Курс	4
Семестр	8

Магнитогорск
2021 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 954)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Государственного муниципального управления и управления персоналом 05.02.2021, протокол № 6

Зав. кафедрой _____ Н.Р. Бальнская

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИЭиУ 10.03.2021 г. протокол № 3

Председатель _____ Н.Р. Бальнская

Согласовано:
Зав. кафедрой Экономики

_____ А.Г. Васильева

Рабочая программа составлена:
доцент кафедры ГМУиУП, канд. ист. наук _____ В.М.
Гафурова

Рецензент:
начальник _____ Н.В. Сафонова
Управления народного образования Администрации города
Магнитогорска,

Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2022 - 2023 учебном году на заседании кафедры Государственного муниципального управления и

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Н.Р. Балынская

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2023 - 2024 учебном году на заседании кафедры Государственного муниципального управления и

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Н.Р. Балынская

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Государственного муниципального управления и

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Н.Р. Балынская

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Государственного муниципального управления и

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Н.Р. Балынская

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

- освоение практических навыков и знаний, основанных на стандартных процессах управления портфелем проектов и программ

- освоение практических навыков и знаний, позволяющих осуществлять эффективное стратегическое управление портфелем проектов и программ в соответствии с международными требованиями к данному виду деятельности.

- Формирование комплекса теоретических знаний и практических навыков по использованию инструментария стратегического управления в инновационно-активных компаниях, в том числе при планировании НИОКР, ориентированных на создание конкурентного преимущества

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Стратегическое управление портфелем проектов и программ входит в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Продвижение научной продукции

Цифровое управление экономическими процессами

Проектная деятельность

Бизнес-планирование

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Производственная – преддипломная практика

Производственная- технологическая (проектно-технологическая) практика

Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «Стратегическое управление портфелем проектов и программ» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
ПК-1	Способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые стратегии
ПК-1.1	Разрабатывает маркетинговые стратегии, используя новые платформы, методы маркетинговых исследований, технического анализа современных рыночных трендов, анализа активности конкурентов, веб-аналитику; создает и внедряет стратегии для повышения узнаваемости, продаж и лояльности к бренду
ПК-1.2	Анализирует динамику продаж, управляет рекламным бюджетом и рассчитывает эффективность вложений, устанавливает приоритеты для проектов
ПК-1.3	Использует маркетинговые стратегии по оптимизации товарной, ценовой, коммуникационной политики и потребительского поведения, интернет-маркетинга

4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 48,2 акад. часов;
- аудиторная – 45 акад. часов;
- внеаудиторная – 3,2 акад. часов;
- самостоятельная работа – 24,1 акад. часов;
- в форме практической подготовки – 2 акад. час;
- подготовка к экзамену – 35,7 акад. час

Форма аттестации - экзамен

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1.								
1.1 Прект как объект управления. Категоризация проектов.	8	2		4	2	Проработка лекционного материала, изучение дополнительного материала по теме, вопросы для самостоятельного изучения	текущий контроль знаний	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
1.2 Инструменты портфельного управления		2		2	2	Проработка лекционного материала, изучение дополнительного материала по теме, вопросы для самостоятельного изучения	текущий контроль знаний	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
1.3 Расстановка приоритетов в портфеле проектов		2		3	2	Проработка лекционного материала, изучение дополнительного материала по теме, вопросы для самостоятельного изучения	текущий контроль знаний	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3

1.4 Процесс управления портфелем. Планирование	2		3	4	Проработка лекционного материала, изучение дополнительного материала по теме, вопросы для самостоятельного изучения	текущий контроль знаний	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
1.5 Формирование и пересмотр структуры портфеля	2		4	2	Проработка лекционного материала, изучение дополнительного материала по теме, вопросы для самостоятельного изучения	текущий контроль знаний	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
1.6 Мониторинг и расбалансировка портфеля	2		4	4	Проработка лекционного материала, изучение дополнительного материала по теме, вопросы для самостоятельного изучения	текущий контроль знаний	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
1.7 Результативность портфеля. Показатели для сравнения портфеля и портфельных стратегий	4		4	4	Проработка лекционного материала, изучение дополнительного материала по теме, вопросы для самостоятельного изучения	текущий контроль знаний	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
1.8 Управление портфелем стратегических инициатив	2		3	4,1	Проработка лекционного материала, изучение дополнительного материала по теме, вопросы для самостоятельного изучения	текущий контроль знаний	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
1.9 Экзамен							ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
Итого по разделу	18		27	24,1			
Итого за семестр	18		27	24,1		экзамен	
Итого по дисциплине	18		27	24,1		экзамен	

5 Образовательные технологии

Образовательная деятельность по учебной дисциплине «Стратегическое управление портфелем проектов и программ» проводится в форме контактной и самостоятельной работы.

В процессе преподавания дисциплины применяются различные технологии: традиционная, модульно-компетентностная, интерактивная, информационно-коммуникационные образовательные технологии и технологии проблемного обучения. Применяются различные формы организации занятий.

1. Лекции – предназначены для теоретического осмысления и обобщения сложных тем курса, которые освещаются на проблемном уровне. Лекции проводятся на основе сочетания традиционных, интерактивных технологий и технологии проблемного обучения. Лекции проходят как в традиционной форме – информационные лекции, так и в форме проблемных лекций, лекций-дискуссий, лекций-бесед и лекций визуализаций.

2. Практические занятия используются для закрепления лекционного материала. При проведении используются как классические, так и современные технологии обучения. На занятиях активно используются такие методы, как:

а. работа в команде, направленная на достижение взаимопонимания при решении общих задач;

б. деловые игры, позволяющие имитировать реальную профессиональную деятельность;

в. анализ кейсов – анализ реальных проблемных ситуаций, имеющих место в соответствующей области профессиональной деятельности и предполагающий поиск оптимального и эффективного решения данной ситуации; элементы симуляционных игр – имитация моделей реализации тех или иных кадровых технологий; семинары-пресс-конференции и семинары-исследования.

3. Работа в электронной образовательной среде (на образовательном портале). Взаимодействие студента и преподавателя в электронной образовательной среде осуществляется с помощью работы с электронными заданиями, выставления оценок с комментариями, участия в форумах, обмена текстовыми сообщениями. В электронной образовательной среде преподавателем устанавливается срок выполнения заданий. По истечении установленного срока возможность отправлять задания блокируется, они признаются невыполненными. В электронной образовательной среде необходимо внимательно ознакомиться с описанием каждого задания и краткими методическими рекомендациями по его выполнению, позволяющими наиболее эффективно организовать работу. В данных методических рекомендациях также указываются типичные ошибки, чаще всего допускаемые студентами. Следует обратить внимание на форму, в которой будет выполняться задание: выбор вариантов ответа в виде текста, подготовка текста ответа или заполнение шаблона таблицы или иной предоставленной формы.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Погодина, Т. В. Инновационный менеджмент: учебник / Т.В. Погодина, Т.Г. Попадюк, Н.Л. Удальцова. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 343 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5ce3cd5adeee94.37640143. - ISBN 978-5-16-014594-5. -

Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/993228> (дата обращения: 22.11.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Беляев, Ю. М. Инновационный менеджмент: учебник для бакалавров / Ю. М. Беляев. - 2-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 218 с. - ISBN 978-5-394-03555-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093437> (дата обращения: 22.11.2021). – Режим доступа: по подписке.

б) Дополнительная литература:

1. Брусов, П. Н. Инвестиционный менеджмент: учебник / П.Н. Брусов, Т.В. Филатова, Н.И. Лахметкина. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 333 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005020-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/935455> (дата обращения: 22.11.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Воловиков, Б. П. Управление портфелем проектов промышленного предприятия на основе сценарного планирования / Б. П. Воловиков. - Текст: электронный // Вестник Рязанского государственного радиотехнического университета. - 2012. - №3 (вып. 41). - С. 112-116. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/498122> (дата обращения: 22.11.2021). – Режим доступа: по подписке.

в) Методические указания:

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Windows 7 Professional(для классов)	Д-1227-18 от 08.10.2018	11.10.2021
MS Office 2007 Professional	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
7Zip	свободно распространяемое	бессрочно
FAR Manager	свободно распространяемое	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Международная реферативная и полнотекстовая справочная база данных научных изданий «Scopus»	http://scopus.com
Международная наукометрическая реферативная и полнотекстовая база данных научных изданий «Web of science»	http://webofscience.com
Федеральный образовательный портал – Экономика. Социология. Менеджмент	http://ecsocman.hse.ru/
Университетская информационная система РОССИЯ	https://uisrussia.msu.ru
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова	http://magtu.ru:8085/marcweb2/Default.asp
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: https://scholar.google.ru/

Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
--------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

1. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.
2. Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации; комплекс тестовых заданий для проведения промежуточных и рубежных контролей.
3. Помещения для самостоятельной работы: обучающихся: персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета
4. Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: шкафы для хранения учебно-методической документации, учебного оборудования и учебно-наглядных пособий

Приложение 1

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

По дисциплине «Стратегическое управление портфелем проектов и программ» по учебному плану предусмотрена аудиторная и внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся.

Аудиторная самостоятельная работа студентов предполагает контрольное тестирование, решение кейсов и контрольных задач на практических занятиях.

Проектная работа.

Может проводиться индивидуально или в группе из 3-4 человек. Обязательной частью проектной работы является формирование оптимального портфеля на основе самостоятельно собранной информации о ходе торгов финансовыми инструментами.

Основным результатом является аналитическая записка о проделанной работе, которая сдается в виде домашнего задания. Оцениваются не только полученные результаты проектной работы, но и их оформление в виде логически связного и доступного для понимания текста. Также предполагается проведение устной защиты результатов проектной работы. Оценивается как способность ясно и четко излагать основные результаты, так и умение визуализировать соответствующую информацию с целью улучшения восприятия со стороны заинтересованной аудитории.

Примеры тем для проектных работ:

1. Исследование влияния риск-факторов на структуру доходности инвестиционного портфеля.
2. Анализ транзакционных издержек на рынке, организованном в виде книги лимитированных заявок.
3. Стратегии ликвидации портфеля с использованием хеджирования на основе доступных производных финансовых инструментов.
4. Определение ликвидационной стоимости инвестиционного портфеля.
5. Исследование поведения рынка в условиях экстремальных колебаний цен.
6. Выявление случаев манипулирования ценами на рынке ценных бумаг.

Примерный перечень стандартных задач

Задание 1.

Руководство компании «Fisher – Price Toys», специализирующейся на производстве игрушек, решило расширить свою деятельность за счет производства одежды для детей. В целях проведения маркетингового исследования путем наблюдений за покупателями маркетологи прятались за зеркалами магазинов и подслушивали, как отзывались женщины о различных моделях детской одежды.

Матери были как раз тем источником сведения, который компания надеялась найти. Маркетинговые исследования убедили компанию в том, что со своим известным именем и уникальным дизайном, она сможет найти нишу на прибыльном, но весьма опасном в плане конкуренции рынке детской одежды.

Предполагалось, что одежда для игр компании «Fisher – Price Toys» будет иметь следующие преимущества: мягкие прокладки на коленях и локтях, манжеты, которые можно отвернуть вниз, как только дети подрастут и довольно широкие вырезы горловины для детей с нестандартным размером головы.

Компания «Fisher – Price Toys», как и другие крупные компании, начала внедряться на рынок детской одежды, соблазненная предстоящим демографическим "бэби - бумом" - прогнозами роста числа младенцев.

Но переход от игрушек к производству одежды для игр не был простым. «Fisher – Price Toys» до момента перехода работала в отрасли, где стиль и внешний вид значили гораздо больше, чем прочность и качество изделий. «Очень трудно найти позицию на рынке одежды в соответствии с функциональными и операционными возможностями фирмы» - говорил Питер Браун из консультационной фирмы по менеджменту.

Вопросы:

1. Какие существующие преимущества использовала компания «Fisher – Price Toys» при организации производства детской одежды?
2. Какие ограничивающие факторы действовали при этом?
3. Укажите, какие рыночные проблемы (возможности) «Fisher – Price Toys» должна была рассмотреть, прежде чем внедряться на рынок одежды?
4. Какие маркетинговые исследования были проведены компанией «Fisher – Price Toys»? Как вы их оцениваете?
5. Проанализируйте демографические и социально-экономические тенденции в России. Являются ли эти тенденции удачными для стратегического развития подобного рода компаний?

Задание 2.

Ведущая промышленная корпорация «Fuga» начала терять свои позиции на рынке. Эта компания традиционно концентрировала свою деятельность на автомобильном бизнесе. Ее автомобили заслужили высокую репутацию, которую один конкурент выразил как "неопровержимая репутация, дающая превосходство". Грузовики этой компании занимали львиную долю на мировом рынке.

Консервативные производители автомобилей «Fuga» стали искать способ удержать технологическое и конкурентное преимущество перед своими соперниками. В результате было принято решение, связанное с поглощением предприятия «Electro», работающего в области высоких технологий.

В основе политики компании «Fuga» лежало ее желание объединиться с технологиями, имеющими отношение к автомобилестроению. Электронные системы, которые могут выполнять функции контроля и управления автомобилем (торможение, управление мостом, управление рулем, контроль состояния атмосферы). В свою очередь покупка акционерного общества «Electro» одной из крупнейших корпораций мира спасла его от банкротства

Однако, не все прошло так гладко. Одной из слабых сторон корпорации явилось то, что, поглотив «Electro», компания автоматически приобрела некоторые сферы бизнеса, в

которых перспективы роста либо низки, либо сомнительны, например, бытовая техника (стиральные машины, холодильники), оргтехника (электрические пишущие машинки).

За счет этого "Fura" стала нести убытки за счет резкого падения спроса на производимое оборудование, изменения цен на энергоносители. В конце концов, "Fura" продала эту компанию.

Вопросы:

1. Укажите, какие причины убедили менеджеров "Fura" в необходимости стратегии диверсификации и конгломеративной интеграции.

2. Оцените "strategic fit" (стратегическое соответствие), имевшее место при приобретении компании «Electro».

3. Выделите несколько проблем, которые, на ваш взгляд, менеджеры высшего звена должны рассматривать при обсуждении стратегии развития для компании "Fura"

Задание 3.

Выделите и постройте позиционную карту стратегических групп конкурентов, действующих на орловском рынке в производстве и продаже следующих товаров (услуг):

- а) кондитерские изделия;
- б) косметические товары;
- в) прохладительные напитки;
- г) сотовые телефоны;
- д) хлебобулочные изделия;
- е) бытовая техника;
- ж) образовательные услуги

Задание 4.

Рассмотрите деятельность любого известного вам многоотраслевого предприятия. Укажите основные критерии выбора стратегических решений на данном предприятии и сформулируйте по иерархическим уровням его стратегии.

Задание 5.

Какую стратегию вы можете предложить для небольшой фирмы, которая имеет специализированные ноу-хау и пользуется мировой известностью, но ресурсы которой ограничены? Ответ обоснуйте.

Примерный перечень прикладных задач

Задание 1.

Titles Mirror Corp. — это информационная компания, деятельность которой связана в основном с изданием газет, книг, журналов и другой печатной продукции, владеющая кабельным телевидением и другими телевизионными каналами. Определите особенности приведенной формулировки миссии.

Задание 2.

В основе стратегии фирмы — проникновение в другие отрасли производства. Данная стратегия используется для того, чтобы организация не стала чересчур зависимой от одного стратегического хозяйственного подразделения. Фирма, располагая большими капиталами, полученными в основной сфере бизнеса, рассматривает эту стратегию как наиболее подходящий путь для инвестирования капитала и уменьшения степени риска, особенно в связи с тем, что дальнейшая экспансия в основной сфере бизнеса ограничена. При ее осуществлении фирма выходит за рамки промышленной цепочки, внутри которой она действовала и ищет новые виды деятельности, дополняющие существующие в технологическом и коммерческом плане, с целью добиться эффекта синергизма и осваивает виды деятельности, не связанные с ее традиционным портфелем, с целью обновления портфеля. Определите, какую стратегию реализует фирма, и уточните ее варианты, связанные с получением эффекта синергизма.

Задание 3

Малое предприятие «Строитель» выделилось из крупного строительного треста в период приватизации. Его возглавил один из начальников строительномонтажного управления (СМУ), известный своей деловой хваткой, ответственностью, жесткостью в управлении подчиненными, хорошо знающий строительное дело и своих поставщиков стройматериалов. Фирма развивалась достаточно быстро и заняла большую долю рынка индивидуального жилищного строительства (ИЖС), получив устойчивый имидж быстро и качественно работающей фирмы, сдающей объекты с «нулевого цикла - под ключ». В последние годы условия работы изменились. Появились многочисленные конкуренты. Многие клиенты, имеющие средства, отказываются от услуг предприятия «Строитель», особенно при проведении столярных работ и при отделке, предпочитая стиль «евро», который требует более высокой квалификации исполнителей, иного подхода к дизайну, подбору материалов. Фирма может вести относительно недорогое и качественное строительство для менее обеспеченных слоев населения, но они потеряли свою платежеспособность, нуждаются в кредитах под низкий процент, чтобы закончить строительство, даже если и имеют средства для его начала и «возведения стен».

Вопросы

1. Какой должна быть стратегия предприятия, если основной его целью на ближайшие два года являются: восстановление потерянного рынка ИЖС в городе, его расширение?
2. Каким будет комплекс новых управленческих задач в соответствии с принятой стратегией?

Примерные тестовые задания

1. Стратегическое планирование – это:

- а. Комплекс мероприятий, направленных на решение первостепенных целей и задач фирмы
- б. Процесс разработки стратегии фирмы, при котором план развития конкретизируется на длительный период с подробным описанием решений и действий, необходимых для достижения целей плана
- в. Процесс создания заданий для каждого члена трудового коллектива фирмы

2. Виды корпоративной стратегии диверсификации:

- + а. Связанная и несвязанная
- б. Общая и частная
- в. Конкретная и абстрактная

3. Высший уровень стратегического менеджмента – это:

- + а. Корпоративный
- б. Деловой
- в. Общественный

4. Назовите три элемента, составляющих процесс стратегического менеджмента:

- а. Стратегическое планирование, анализ внешней среды, формирование целей и задач фирмы
- б. Анализ внешней среды, формирование целей и задач фирмы, реализация стратегии
- + в. Стратегическое планирование, реализация стратегии, контроль и регулирование

5. Будущее фирмы, предсказанное методом экстраполяции исторически сложившихся тенденций развития – это:

- а. Среднесрочное планирование
- + б. Долгосрочное планирование
- в. Прогнозирование

6. Какая ошибка наиболее часто встречается при реализации новой стратегии?

- а. Отсутствуют необходимые ресурсы
- б. Необходимо много времени для приспособления к новым условиям рынка
- + в. Новая стратегия автоматически налагается на старую управленческую структуру

7 - Что предполагает оценка стоимости стратегических программ элементарным методом?

- а. Выделение элементов затрат по каждой из работ, входящих в программу
- + б. Калькулирование затрат на каждую из работ, входящих в программу
- в. Сравнительный анализ и укрупненные расчеты на основе аналогичных проектов, реализованных ранее

8. Процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей предприятия, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических проблем – это:

- + а. SWOT-анализ
- б. STEP-анализ
- в. Управленческий анализ

9. Какая из стратегий наиболее подходящая для фирм-лидеров рынка определенной отрасли?

- а. Стратегия отличительного имиджа
- б. Стратегия специализации
- + в. Стратегия активной обороны

10. Что подразумевает PEST-анализ?

- + а. Анализ политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды, способных повлиять на деятельность фирмы
- б. Группировку всех факторов внутренней среды и изучение каждой из них в контексте влияния на развитие фирмы
- в. Изучение наиболее сильных конкурентов фирмы

11. Раздел стратегического плана, в котором рассматриваются вопросы концепции стратегического маркетинга, анализа рынка, жизненного цикла товара, сегментирования рынка товара, стратегии ценообразования, классификации и анализа конкурентов, планирования сбыта и товародвижения, планирования рекламной кампании – это:

- а. Стратегический план производства
- б. Стратегический план управления персоналом
- + в. Стратегический план маркетинга

12. Стратегия управления персоналом фирмы, производством, финансами и стратегией всех других сфер деятельности – это:

- + а. Корпоративная стратегия
- б. Функциональная стратегия
- в. Бизнес-стратегия

13. Для чего может использоваться модель Бостонской консультативной группы?

- а. Для формирования конкурентной стратегии фирмы
- + б. Для формирования портфельной стратегии фирмы
- в. Для формирования бизнес-стратегии фирмы

14. Какой из элементов не входит в состав стратегического плана?

- + а. Инвестиционный план
- б. Финансовый план
- в. Маркетинговый план

15. Что лежит в основе конгломератной интеграции?

- а. Отношения собственности
- + б. Единое управление
- в. Общность финансов

7. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ПК-1: Способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые стратегии		
ПК-1.1:	<p><i>Разрабатывает маркетинговые стратегии, используя новые платформы, методы маркетинговых исследований, технического анализа современных рыночных трендов, анализа активности конкурентов, веб-аналитику; создает и внедряет стратегии для повышения узнаваемости, продаж и лояльности к бренду</i></p>	<p style="text-align: center;">Примерный перечень стандартных задач</p> <p>Задание 1. Руководство компании «Fisher – Price Toys», специализирующейся на производстве игрушек, решило расширить свою деятельность за счет производства одежды для детей. В целях проведения маркетингового исследования путем наблюдений за покупателями маркетологи прятались за зеркалами магазинов и подслушивали, как отзывались женщины о различных моделях детской одежды. Матери были как раз тем источником сведений, который компания надеялась найти. Маркетинговые исследования убедили компанию в том, что со своим известным именем и уникальным дизайном, она сможет найти нишу на прибыльном, но весьма опасном в плане конкуренции рынке детской одежды. Предполагалось, что одежда для игр компании «Fisher – Price Toys» будет иметь следующие преимущества: мягкие прокладки на коленях и локтях, манжеты, которые можно отвернуть вниз, как только дети подрастут и довольно широкие вырезы горловины для детей с нестандартным размером головы. Компания «Fisher – Price Toys», как и другие крупные компании, начала внедряться на рынок детской одежды, соблазненная предстоящим демографическим "бэби - бумом" - прогнозами роста числа младенцев. Но переход от игрушек к производству одежды для игр не был простым. «Fisher – Price Toys» до момента перехода работала в отрасли, где стиль и внешний вид значили гораздо больше, чем прочность и качество изделий. «Очень трудно найти позицию на рынке одежды в соответствии с функциональными и операционными возможностями фирмы» - говорил Питер Браун из консультационной фирмы по менеджменту. Вопросы: 1. Какие существующие преимущества использовала компания «Fisher – Price Toys» при организации производства детской одежды? 2. Какие ограничивающие факторы действовали при этом? 3. Укажите, какие рыночные проблемы (возможности) «Fisher – Price Toys» должна была рассмотреть, прежде чем внедряться на рынок одежды? 4. Какие маркетинговые исследования были проведены компанией «Fisher – Price Toys»? Как вы их оце-</p>

		<p>ниваете?</p> <p>5. Проанализируйте демографические и социально-экономические тенденции в России. Являются ли эти тенденции удачными для стратегического развития подобного рода компаний?</p>
ПК-1.2:	<p><i>Анализирует динамику продаж, управляет рекламным бюджетом и рассчитывает эффективность вложений, устанавливает приоритеты для проектов</i></p>	<p style="text-align: center;">Проектная работа.</p> <p>Может проводиться индивидуально или в группе из 3-4 человек. Обязательной частью проектной работы является формирование оптимального портфеля на основе самостоятельно собранной информации о ходе торгов финансовыми инструментами.</p> <p>Основным результатом является аналитическая записка о проделанной работе, которая сдается в виде домашнего задания. Оцениваются не только полученные результаты проектной работы, но и их оформление в виде логически связного и доступного для понимания текста. Также предполагается проведение устной защиты результатов проектной работы. Оценивается как способность ясно и четко излагать основные результаты, так и умение визуализировать соответствующую информацию с целью улучшения восприятия со стороны заинтересованной аудитории.</p> <p>Примеры тем для проектных работ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Исследование влияния риск-факторов на структуру доходности инвестиционного портфеля. 2. Анализ транзакционных издержек на рынке, организованном в виде книги лимитированных заявок. 3. Стратегии ликвидации портфеля с использованием хеджирования на основе доступных производных финансовых инструментов. 4. Определение ликвидационной стоимости инвестиционного портфеля. 5. Исследование поведения рынка в условиях экстремальных колебаний цен. 6. Выявление случаев манипулирования ценами на рынке ценных бумаг.
ПК-1.3:	<p><i>Использует маркетинговые стратегии по оптимизации товарной, ценовой, коммуникационной политики и потребительского поведения, интернет-маркетинга</i></p>	<p style="text-align: center;">Примерный перечень прикладных задач</p> <p style="text-align: center;">Задание 1.</p> <p>Titles Mirror Corp. — это информационная компания, деятельность которой связана в основном с изданием газет, книг, журналов и другой печатной продукции, владеющая кабельным телевидением и другими телевизионными каналами. Определите особенности приведенной формулировки миссии.</p> <p style="text-align: center;">Задание 2.</p> <p>В основе стратегии фирмы — проникновение в другие отрасли производства. Данная стратегия используется для того, чтобы организация не стала чересчур зависимой от одного стратегического хозяйственного подразделения. Фирма, располагая большими капиталами, полученными в основной сфере бизнеса, рассматривает эту стратегию как наиболее подходящий путь для инвестирования капитала и уменьшения степени риска, особенно в связи с тем, что дальнейшая экспансия в основной сфере бизнеса ограничена. При ее осуществлении фирма выходит за рамки промышленной цепочки, внутри которой она действовала и ищет новые виды деятельности, дополняющие существующие в технологическом и коммерческом плане, с целью добиться эффекта синергизма и осваивает виды деятельности, не связанные с ее традиционным портфелем, с целью обновления портфеля. Определите, какую стратегию реализует фирма, и</p>

уточните ее варианты, связанные с получением эффекта синергизма.

Задание 3

Малое предприятие «Строитель» выделилось из крупного строительного треста в период приватизации. Его возглавил один из начальников строительномонтажного управления (СМУ), известный своей деловой хваткой, ответственностью, жесткостью в управлении подчиненными, хорошо знающий строительное дело и своих поставщиков стройматериалов. Фирма развивалась достаточно быстро и заняла большую долю рынка индивидуального жилищного строительства (ИЖС), получив устойчивый имидж быстро и качественно работающей фирмы, сдающей объекты с «нулевого цикла - под ключ». В последние годы условия работы изменились. Появились многочисленные конкуренты. Многие клиенты, имеющие средства, отказываются от услуг предприятия «Строитель», особенно при проведении столярных работ и при отделке, предпочитая стиль «евро», который требует более высокой квалификации исполнителей, иного подхода к дизайну, подбору материалов. Фирма может вести относительно недорогое и качественное строительство для менее обеспеченных слоев населения, но они потеряли свою платежеспособность, нуждаются в кредитах под низкий процент, чтобы закончить строительство, даже если и имеют средства для его начала и «возведения стен».

Вопросы

1. Какой должна быть стратегия предприятия, если основной его целью на ближайшие два года являются: восстановление потерянного рынка ИЖС в городе, его расширение?
2. Каким будет комплекс новых управленческих задач в соответствии с принятой стратегией?

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:

Промежуточная аттестация по дисциплине «Стратегическое управление портфелем проектов и программ» включает теоретические вопросы и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений, проводится в форме зачета.

Экзамен по данной дисциплине проводится в устной форме по экзаменационным билетам, каждый из которых включает 2 теоретических вопроса и одно практическое задание.

Показатели и критерии оценивания экзамена:

– **на оценку «отлично» (5 баллов)** – обучающийся демонстрирует высокий уровень сформированности компетенций, всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, свободно выполняет практические задания, свободно оперирует знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.

– **на оценку «хорошо» (4 балла)** – обучающийся демонстрирует средний уровень сформированности компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.

– **на оценку «удовлетворительно» (3 балла)** – обучающийся демонстрирует пороговый уровень сформированности компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

– **на оценку «неудовлетворительно» (2 балла)** – обучающийся демонстрирует знания не более 20% теоретического материала, допускает существенные ошибки, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

– **на оценку «неудовлетворительно» (1 балл)** – обучающийся не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

Примерные вопросы для экзамена

1. Понятие стратегии инновационно-активной компании.
2. Характеристика этапов разработки стратегии инновационно-активной компании.
3. Виды стратегий инновационно-активной компании.
4. Конкурентные стратегии инновационных компаний.
5. Корпоративные стратегии компании.
6. Коллективные стратегии компании (альянсы).
7. Функциональные стратегии компании в условиях активной инновационной деятельности.
8. Стратегии активной конкуренции.
9. Внедрение инноваций для построения стратегического конкурентного преимущества компании.
10. Процесс разработки стратегии инновационно-активной компании
11. Последовательность разработки стратегических альтернатив, выбора и внедрения стратегии в инновационно-активной компании.
12. Миссия и цели инновационно-активной компании.
13. Проведение стратегического анализа внешней среды деятельности компании.
14. Разработка стратегических альтернатив, выбор стратегии компании, планирование реализации стратегии.
15. Организация стратегического управления в инновационно-активной компании
16. Обзор систем и моделей стратегического управления, ориентированного на инновации.
17. Моделирование разработки стратегического плана инновационной деятельности.

18. Модели стратегического планирования в инновационно-активной компании.
19. Отечественный и зарубежный опыт моделирования инновационных стратегий.
20. Прогнозирование развития инновационно-активной компании

Методические рекомендации для организации самостоятельной работы студентов

Подготовка к лекции

Важным условием освоения теоретических знаний является ведение конспектов лекций, овладение научной терминологией.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы.

Лекция является важнейшей формой организации учебного процесса, так как:

- знакомит с новым учебным материалом
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания
- систематизирует учебный материал
- ориентирует в учебном процессе.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Просмотрите конспект сразу после занятий. Пометьте материал конспекта лекций, который вызывает затруднения для понимания. Попытайтесь найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю. Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Подготовка к семинарам

Цель семинара – обобщение и закрепление изученного курса. Студентам предлагаются для освещения сквозные концептуальные проблемы. Подготовку к каждому семинарскому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом семинарского занятия, который отражает содержание предложенной темы.

Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме.

При подготовке следует использовать лекционный материал и учебную литературу. Следует внимательно прочесть свой конспект лекции по изучаемой теме и рекомендуемую к теме семинара литературу. При этом важно научиться выделять в рассматриваемой проблеме самое главное и сосредотачивать на нем основное внимание при подготовке.

Для более глубокого постижения курса и более основательной подготовки рекомендуется познакомиться с указанной дополнительной литературой. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме семинарского или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

С незнакомыми терминами и понятиями следует ознакомиться в предлагаемом глоссарии, словаре или энциклопедии.

Ответ на каждый вопрос из плана семинарского занятия должен быть доказательным и аргументированным, студенту нужно уметь отстаивать свою точку зрения. Для этого следует использовать документы, монографическую, учебную и справочную литературу. Активно участвуя в обсуждении проблем на семинарах, студенты учатся последовательно мыслить, логически рассуждать, внимательно слушать своих товарищей, принимать участие в спорах и дискуссиях.

Для успешной подготовки к устному опросу, студент должен законспектировать рекомендуемую литературу, внимательно осмыслить фактический материал и сделать выводы. Студенту надлежит хорошо подготовиться, чтобы иметь возможность грамотно и полно ответить на заданные ему вопросы, суметь сделать выводы и показать значимость данной проблемы для изучаемого курса.

Студенту необходимо также дать анализ той литературы, которой он воспользовался при подготовке к устному опросу на семинарском занятии. При подготовке, студент должен правильно оценить вопрос, который он взял для выступления к семинарскому занятию. Но для того, чтобы правильно и четко ответить на поставленный вопрос, необходимо правильно уметь пользоваться учебной и дополнительной литературой.

Перечень требований к любому выступлению студента примерно таков:

- связь выступления с предшествующей темой или вопросом.
- раскрытие сущности проблемы.
- методологическое значение для научной, профессиональной и практической деятельности.

Разумеется, студент не обязан строго придерживаться такого порядка изложения, но все аспекты вопроса должны быть освещены, что обеспечит выступлению необходимую полноту и завершенность. Приводимые участником семинара примеры и факты должны быть существенными, по возможности перекликаться с профилем обучения. Выступление студента должно соответствовать требованиям логики. Четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий,

который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы семинара, его выступления и участия в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Подготовка презентации и доклада

Презентация, согласно толковому словарю русского языка Д.Н. Ушакова: «... способ подачи информации, в котором присутствуют рисунки, фотографии, анимация и звук».

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

Презентация предполагает сочетание информации различных типов: текста, графических изображений, музыкальных и звуковых эффектов, анимации и видеофрагментов. Поэтому необходимо учитывать специфику комбинирования фрагментов информации различных типов.

Для **текстовой информации** важен выбор шрифта, для графической – яркость и насыщенность цвета, для наилучшего их совместного восприятия необходимо оптимальное взаиморасположение на слайде.

Текстовая информация:

- размер шрифта: 24–54 пункта (заголовки), 18–36 пунктов (обычный текст);
- цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться), но не резать глаза;
- тип шрифта: для основного текста гладкий шрифт без засечек (Arial, Tahoma, Verdana), для заголовка можно использовать декоративный шрифт, если он хорошо читаем;
- курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы рекомендуется использовать только для смыслового выделения фрагмента текста.

Графическая информация:

- рисунки, фотографии, диаграммы призваны дополнить текстовую информацию или передать ее в более наглядном виде;
- желательно избегать в презентации рисунков, не несущих смысловой нагрузки, если они не являются частью стилевого оформления;
- цвет графических изображений не должен резко контрастировать с общим стилевым оформлением слайда;
- иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом;
- если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем.

Единое стилевое оформление:

стиль может включать:

- определенный шрифт (гарнитура и цвет), цвет фона или фоновый рисунок, декоративный элемент небольшого размера и др.;

- не рекомендуется использовать в стилевом оформлении презентации более 3 цветов и более 3 типов шрифта;
- оформление слайда не должно отвлекать внимание слушателей от его содержательной части;
- все слайды презентации должны быть выдержаны в одном стиле.

Практические советы по подготовке презентации:

Готовьте отдельно:

- печатный текст + слайды + раздаточный материал;
- слайды – визуальная подача информации, которая должна содержать минимум текста, максимум изображений, несущих смысловую нагрузку, выглядеть наглядно и просто;

Текстовое содержание презентации:

- устная речь или чтение, которая должна включать аргументы, факты, доказательства и эмоции;
- рекомендуемое число слайдов 17-22;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего; план сообщения; краткие выводы из всего сказанного; список использованных источников;
- раздаточный материал – должен обеспечивать ту же глубину и охват, что и живое выступление: люди больше доверяют тому, что они могут унести с собой, чем исчезающим изображениям, слова и слайды забываются, а раздаточный материал остается постоянным осязаемым напоминанием; раздаточный материал важно раздавать в конце презентации; раздаточный материалы должны отличаться от слайдов, должны быть более информативными.

Доклад, согласно толковому словарю русского языка Д.Н. Ушакова: «... сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию».

Тема доклада должна быть согласована с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям вуза и быть указаны в докладе.

Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчики должны знать и уметь: сообщать новую информацию; использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия; дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут); иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Подготовка и написание реферата

Реферат, как форма обучения студентов – это краткий обзор максимального количества доступных публикаций по заданной теме, с элементами сопоставительного анализа данных материалов и с последующими выводами.

При проведении обзора должна проводиться и исследовательская работа, но объем ее ограничен, так как анализируются уже сделанные предыдущими исследователями выводы и в связи с небольшим объемом данной формы работы.

Цель написания рефератов является:

- привитие студентам навыков библиографического поиска необходимой литературы (на бумажных носителях, в электронном виде);
- привитие студентам навыков компактного изложения мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу в письменной форме, научно грамотным языком и в хорошем

стиле;

- приобретение навыка грамотного оформления ссылок на используемые источники, правильного цитирования авторского текста;
- выявление и развитие у студента интереса к определенной научной и практической проблематике с тем, чтобы исследование ее в дальнейшем

Требования к содержанию:

- материал, использованный в реферате, должен относиться строго к выбранной теме;
- необходимо изложить основные аспекты проблемы не только грамотно, но и в соответствии с той или иной логикой (хронологической, тематической, событийной и др.)
- при изложении следует сгруппировать идеи разных авторов по общности точек зрения или по научным школам;
- реферат должен заканчиваться подведением итогов проведенной исследовательской работы: содержать краткий анализ-обоснование преимуществ той точки зрения по рассматриваемому вопросу, с которой Вы солидарны.

Структура реферата.

1. титульный лист
2. Введение – раздел реферата, посвященный постановке проблемы, которая будет рассматриваться и обоснованию выбора темы.
3. Основная часть – это звено работы, в котором последовательно раскрывается выбранная тема. Основная часть может быть представлена как цельным текстом, так и разделена на главы. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует перегружать текст.
4. Заключение – данный раздел реферата должен быть представлен в виде выводов, которые готовятся на основе подготовленного текста. Выводы должны быть краткими и четкими. Также в заключении можно обозначить проблемы, которые были выявлены в ходе работы над рефератом, но не были раскрыты в работе.
5. Список источников и литературы. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и все иные, изученные им в связи с его подготовкой. В работе должно быть использовано не менее 5 разных источников, из них хотя бы один – на иностранном языке. Работа, выполненная с использованием материала, содержащегося в одном научном источнике, является явным плагиатом и не принимается. Оформление Списка источников и литературы должно соответствовать требованиям библиографических стандартов.

Тестирование

Текущее тестирование – это контроль знаний с помощью тестов, которые состоят из вопросов и вариантов ответов для выбора. Тестовая форма контроля знаний предполагает целенаправленное приобретение знаний, включающая в себя такие основные стадии, как реальный опыт участника тестирования и практика самостоятельного освоения учебного материала.

Тестовые задания делятся на несколько групп. Задания закрытого типа с выбором одного или нескольких правильных ответов. Предложение нескольких альтернативных вариантов ответа позволяют обучающимся самостоятельно разобраться в том или ином вопросе, а также сформировать целостное представление основных проблем.

Вторая группа представляет собой задания на восстановление соответствия, третья – на восстановление последовательности. Четвертую группу образуют задания открытого типа, в которых правильный ответ надо сформулировать самому обучающемуся. Пятая группа заданий связана с поиском и исправлением фактологических ошибок в тексте; шестая – выполнением творческого задания по тексту источника.

Методические рекомендации для подготовки к зачету

1. Подготовка к зачету заключается в изучении тщательной проработке студентом учебного материала дисциплины с учётом учебников, лекционных и семинарских занятий, сгруп-

пированном в виде контрольных вопросов.

. Зачет по курсу проводится в виде тестирования или устного собеседования. К сдаче зачета допускаются только те студенты, которые работали успешно и выполнили в течение семестра контрольные работы.

. На зачет по курсу (в том числе и на итоговое тестирование) студент обязан предоставить:

- полный конспект лекций (даже в случаях разрешения свободного посещения учебных занятий);

- полный конспект семинарских занятий.

. На зачете по билетам студент даёт ответы на вопросы билета после предварительной подготовки. Студенту предоставляется право отвечать на вопросы билета без подготовки по его желанию. Преподаватель имеет право задавать дополнительные вопросы, если студент недостаточно полно осветил тематику вопроса, если затруднительно однозначно оценить ответ, если студент не может ответить на вопрос билета, если студент отсутствовал на занятиях в семестре.

5. Качественной подготовкой к зачету является:

- полное знание всего учебного материала по курсу;

- свободное оперирование материалом;

- демонстрация знаний дополнительного материала;

- чёткие правильные ответы на дополнительные вопросы.

В период подготовки к зачетной сессии проводится итоговое занятие, целью проведения которого является поведение итогов самостоятельной работы студентов, обобщение и закрепление изученного материала. Студенты имеют возможность получить от преподавателей исчерпывающие ответы на все неясные вопросы.

Подготовка к зачету может считаться успешно завершённой, если студент может ответить на все вопросы для подготовки к зачету. Кроме того, студент должен хорошо владеть основной терминологией учебной дисциплины