

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Образовательная программа Экономика Инвестиционный анализ, Государственные и
муниципальные финансы
(наименование)

Обязательный минимум освоения учебной дисциплины

Маркетинг

(наименование дисциплины)

Преподаватель ____ Завадовский В.В. ____ zavadovsriy – vv@ranepa.ru

I. В ходе освоения дисциплины студентом должны быть выполнены и сданы:

(перечисляются виды работ, которые обучающиеся должны выполнить в ходе изучения дисциплины, с указанием их весов в формировании оценки по дисциплине (при наличии), например,

1. Практическая работа № 1, №2 (по 10 баллов каждая);
2. Эссе (5баллов)
3. Реферат (5 баллов)
4. Выступление на семинаре (5 баллов);
5. Презентация по выбранной теме (5 баллов);
6. Контрольная работа по дисциплине (20 баллов);
7. Экзамен (40 баллов)

II. По окончании изучения дисциплины студент должен продемонстрировать:

1. Знания основных функций, методов и средств, применяемых в процессе командного управления; фактологического материала, опыта и современных тенденций организации командной работы; направлений и основных этапов управления командной деятельностью.

2. Умения грамотно обосновывать, ставить и достигать цели в процессе командной работы; планировать текущую и перспективную деятельность работы в команде: индивидуальную и групповую; разрабатывать, принимать и реализовывать командные задания; осуществлять процедуры контроля индивидуальной и групповой работы; использовать административные, социально-психологические и экономические методы обоснования решений; проводить экономические обоснования принимаемых решений

3. Навыки на уровне навыков поведения в соответствии и требованиями ролевой позиции в команде

III. Аттестация по дисциплине предусмотрена в форме ____ контрольная, зачет устный или тестирование

IV. Итоговая отметка студента будет рассчитываться следующим образом / или выставляться по следующим критериям:

для получения зачета по дисциплине необходимо набрать более 51 баллов из 100 возможных.

V. Краткий перечень обязательных учебно-методических материалов для подготовки к экзамену/зачету. Требования по подготовке курсовой работы (можно указать ссылку на изданные или размещенные методические рекомендации (при наличии)).

1. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Электрон. дан. - Москва : Юрайт, 2016. — 474 с. - Доступ из ЭБС издательства «Юрайт». — Режим доступа : <https://www.biblio-online.ru/book/EEAFDA8F-8DEE-4A8B-9034-9112900EC1B4>, требуется авторизация. – Загл. с экрана.

2. Князева, И. В. Маркетинг [Электронный ресурс] : курс лекций / И. В. Князева, А. В. Кирьянко. – Электрон. дан. – Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2015. – 207 с. – Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : http://siu.ranepa.ru/UMM_1/4723/m_kl_15a.pdf, требуется авторизация. – Загл. с экрана.