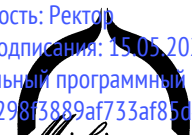


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Цветков Николай Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 15.05.2025 16:12:04
Уникальный программный ключ:
858e6298f3889af733af85d4170378d0a7d270e9


МИРБИС

**Автономная некоммерческая организация высшего
образования «Московская международная высшая школа
бизнеса «МИРБИС» (Институт)
(Институт МИРБИС)**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

**«МАРКЕТИНГ: СТРАТЕГИЧЕСКАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ
НА КОНКУРЕНТНОМ РЫНКЕ»**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ:

«Управление маркетингом в организации»

Составитель:
Прокина М.В.

(Подпись и Ф.И.О.)

Москва 2021

Содержание

1. ЦЕЛЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	3
1.1 Цель дисциплины.....	3
1.2 Планируемые результаты освоения дисциплины. Компетенции формируемые (получаемые) в ходе освоения дисциплины, необходимые для выполнения нового вида профессиональной деятельности.	4
2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
2.1 Разделы дисциплины и виды работ.....	5
2.2 Содержание дисциплины.....	5
2.3 Практические занятия и семинары.....	7
2.4 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	8
2.4.1 Основная литература.....	8
2.4.2. Дополнительная литература.....	8
2.4.3. Рекомендуемые Интернет-ресурсы:	9
2.4.4. Перечень программного обеспечения, используемого в образовательной деятельности (компьютерные программы и мультимедийные курсы)	9
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	9
3.1 Виды учебных занятий и методы преподавания дисциплины.....	9
3.2 Методические рекомендации преподавателю.	10
3.3 Методические рекомендации слушателям по изучению дисциплины.....	12
3.4 Методические рекомендации по организации самостоятельной работы.....	13
4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ, ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ).....	14
4.1 Формы и оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации знаний слушателей.	15
4.1.1 Перечень вопросов, образцы задач, тестов, контрольных работ для текущего контроля.	15
4.1.2 Вопросы к промежуточной аттестации.....	15
4.2 Критерии оценки качества знаний промежуточного контроля.....	15
4.3 Учебно-методические материалы (рабочая тетрадь или учебно-методическое пособие, или информационные материалы для размещения в электронной библиотеке и др.) прилагаются отдельным файлом.....	16
4.4 Дидактические материалы (схемы, глоссарий, деловые игры, тренинги, групповые проекты, кейсы, раздаточный материал).	16

1. ЦЕЛЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

1.1 Цель и задачи дисциплины.

Целью освоения дисциплины «Управление маркетингом в организации» является получение компетенции, необходимой для выполнения нового вида профессиональной деятельности в области управления маркетингом, получение объема знаний об основных концепциях, категориях и понятиях маркетингового управления, понимание принципов функционирования компании в рыночной маркетинговой среде, практической разработки стратегического маркетингового плана, системы финансирования и контроля маркетинговой деятельности с учетом специфики компании и условий маркетинговой среды.

Связь с другими дисциплинами состоит в том, что слушатели знакомятся с экономической терминологией, приобретают необходимый набор базовых экономических концепций и инструментов для понимания механизмов функционирования рыночного хозяйства и осуществления макроэкономической политики государства. В этом курсе внимание сосредоточено на наиболее важных вопросах экономической теории, знание которых позволит понять, как функционирует рыночный механизм, что определяет поведение фирм на рынке и почему необходимо государственное регулирование рыночной экономики, какие способы и инструменты может использовать государство в целях стабилизации народного хозяйства и экономического роста. Зная общее устройство рыночного механизма, принципы и мотивы поведения потребителей и фирм на рынке, позволит изучать такие явления, как совокупный спрос и совокупное предложение, уровень занятости и уровень цен, сбережения и инвестиции и т.д. Позволит предпринимателям и менеджерам смело ориентироваться и уверенно себя чувствовать в беспокойном мире современной экономической действительности. В совокупности с изучаемыми курсами программы «Маркетинг: стратегическая устойчивость предприятий на конкурентном рынке» принимать правильные решения, от которых во многом будет зависеть судьба их фирм и собственное благополучие, а как следствие благосостояние государства.

1.2 Планируемые результаты освоения дисциплины. Компетенции формируемые (получаемые) в ходе освоения дисциплины, необходимые для выполнения нового вида профессиональной деятельности.

После успешного прохождения курса слушатели должны:

знать:

современные методики стратегического маркетингового планирования

основные подходы, используемые для расчета маркетингового бюджета;

современные методы контроля и определения уровня эффективности маркетинговой деятельности компании

уметь:

организовывать и далее управлять маркетинговой системой на предприятии, уметь моделировать организационные структуры в условиях изменения целей, задач и условий маркетинговой среды;

разрабатывать стратегический маркетинговый план компании в условиях изменяющейся маркетинговой среды;

разрабатывать критерии эффективности маркетинговой деятельности компании и оценивать полученные результаты по этим критериям;

выявлять проблемные несоответствия, формулировать проблемы и ставить цели, выбирать метод решения проблемы и достижения цели;

уметь представить свои знания в формализованном виде: презентация, управленческий документ.

Управленческие компетенции, формируемые в процессе изучения предмета:

- Выявлять проблемные несоответствия.
- Формулировать проблемы и ставить цели.
- Решать проблемы с учетом доступных ресурсов.
- Выбирать метод (гипотезу) решения проблемы и достижения цели.
- Проводить презентации.
- Формулировать критерии эффективности.
- Координировать свою деятельность с другими подразделениями.

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.

2.1 Разделы дисциплины и виды работ.

№	Разделы дисциплины	Трудоемкость (часы)				
		Общая трудо- ёмкость без прочей само- стоятельной работы	Самосто- ятельные (элек- тронное)	Аудиторные		
				Всего	в том числе	
					очные	ди- стан- цион- ные
1	Система маркетинга предприятия	3	-	3	3	-
2	Организация маркетинга на предприятии	4	-	4	4	-
3	Маркетинговое планирование	4	1	3	3	-
4	Методики анализа внешней и внутренней маркетинговых сред	4	-	4	3	1
5	Финансирование маркетинговой деятельности предприятия	5	1	4	4	-
6	Контроль и эффективность маркетинговой деятельности предприятия	5	-	5	3	2
	Итого:	25	2	23	20	3

2.2 Содержание дисциплины.

Раздел 1. Система маркетинга предприятия

1. Основные концепции бизнеса.
2. Концепция маркетинга.
3. Роль маркетинга в бизнесе.
4. Маркетинговая среда.
5. Концепция рыночной ориентации.
6. Особенности маркетинга B2B и B2C рынков.
7. Маркетинг: форма или содержание.
8. Нужен ли компании отдел маркетинга.
9. Функции маркетинга.
10. Принципы современного управления маркетингом.

Раздел 2. Организация маркетинга на предприятии

1. Принципы организации подразделений маркетинга.
2. Типовое положение о службе маркетинга.
3. Функциональная, программная и матричная организации службы маркетинга.
4. Товарный, рыночный и региональный принципы организации маркетинговой деятельности предприятия.
5. Современные организационные структуры маркетинга.
6. Методика создания службы маркетинга на предприятии.
7. Особенности формирования служб маркетинга на российских предприятиях в современных условиях.

Раздел 3. Маркетинговое планирование.

1. Что такое маркетинговое планирование.
2. Различие и связь между стратегическими и тактическими планами маркетинга.
3. Маркетинговое планирование и его место в корпоративном цикле.
4. Процесс маркетингового планирования (этапы и их содержание).
5. Разделы стратегического плана маркетинга.
6. Процесс маркетингового планирования: преодоление препятствий.

Раздел 4. Методики анализа внешней и внутренней маркетинговых сред.

1. Процесс маркетингового планирования: методики.
2. Анализ среды бизнеса (PEST, ETOM, SWOT, QUEST анализы;
3. Факторы привлекательности рынка, Ключевые факторы успеха.).
4. Потенциал бизнес-портфеля и пути его развития (Матрица БКГ, Матрица МакКинси, Матрица управляющих политик, ЖЦТ, Модель кривой опыта).
5. Стратегия развития портфеля в целом и отдельных его частей (Модель развития товар/рынок Ансоффа, Gap-анализ).
6. Оценка возможных конкурентных стратегий.

Раздел 5. Финансирование маркетинговой деятельности предприятия

1. Проблемы финансирования маркетинга.
2. Инвестиционный характер затрат на маркетинговую деятельность.
3. Подходы к определению минимального уровня финансирования маркетинга.
4. Модель связи финансов предприятия и финансов маркетинга.
5. Факторы, определяющие уровень затрат на маркетинг.
6. Элементный состав затрат на маркетинг.
7. Модели финансирования.
8. Методы определения общей величины затрат на маркетинг.
9. Разработка и согласование маркетингового бюджета.

Раздел 6. Контроль и эффективность маркетинговой деятельности предприятия

1. Система контроля маркетинга на предприятии.
2. Показатели качества маркетинговой деятельности компании.
3. Оценка эффективности маркетинговой деятельности.
4. Маркетинговый аудит: сущность и показатели.
5. Программа аудита маркетинга.
6. Принятие корректирующих мер.

2.3 Практические занятия и семинары

п\п	Тематика	Количество часов	Форма проведения
1.	Обычный товар на конкурентном рынке	1	Деловая игра
2.	Организационная структура маркетинга в моей компании	1	Практическая работа
3.	Оценка выживаемости бизнеса	1	Практическая работа
4.	«Лебедь, Рак и Щука» (взаимодействие подразделений)	2	Деловая игра
	Итого:	5	

2.4 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

2.4.1 Основная литература

1. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. – Москва: Дашков и К°, 2017. – 294 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454102> (дата обращения: 24.01.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01470-3. – Текст: электронный
2. Ким, С.А. Маркетинг: учебник / С.А. Ким. – Москва: Дашков и К°, 2017. – 258 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454084> (дата обращения: 24.01.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02014-8. – Текст: электронный.

2.4.2. Дополнительная литература

1. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер ; ред. М. Суханова ; пер. с англ. Т.В. Виноградовой, А.А. Чеха, Л.Л. Царук. – 7-е изд. – Москва: Альпина Паблишер, 2016. – 211 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279742> (дата обращения: 24.01.2020). – ISBN 978-5-9614-5016-3. – Текст: электронный.
2. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг: учебник / М.В. Акулич. – Москва: Дашков и К°, 2016. – 352 с. : табл.. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407> (дата обращения: 29.01.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02474-0. – Текст: электронный.
3. Хейг, П. Управленческие концепции и бизнес-модели. Полное руководство / П. Хейг. – Москва: Альпина Паблишер, 2019. – 370 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570347> (дата обращения: 29.01.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9614-2346-4. – Текст: электронный.
4. Григорянц, С.А. Правовые аспекты маркетинговой деятельности: учебное пособие / С.А. Григорянц, А.Н. Кураков, Н.В. Федоренко. – Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. – 246 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567206> (дата обращения: 25.01.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7972-2516-4. – Текст: электронный.

Периодические издания:

2.4.3. Рекомендуемые Интернет-ресурсы:

www.government.ru - Правительство РФ

www.economy.gov.ru - Министерство экономического развития

www.cbr.ru - Центральный банк РФ

www.minfin.ru - Министерство финансов РФ

www.gks.ru - Росстат

www.ekxpert.ru - Журнал «Эксперт» 777

www.ko.ru - Еженедельник «Компания»

www.rbk.ru - Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг» (РБК)

2.4.4. Перечень программного обеспечения, используемого в образовательной деятельности (компьютерные программы и мультимедийные курсы)

В образовательном процессе используется стандартный пакет программ Microsoft Office.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

3.1 Виды учебных занятий и методы преподавания дисциплины.

Выбор методических схем обучения осуществляется по наиболее важным характеристикам учебного процесса, сочетание которых определяет методическую модель.

Образовательная деятельность при реализации дисциплины предусматривает следующие виды учебных занятий: лекции, практические занятия, консультации.

В ходе обучения для выработки конкретных навыков и умений в области экономики используются различные методы обучения.

Для максимального включения слушателей в процесс обучения, в рамках данного учебной дисциплины предусматривается самостоятельная работа над решением практических ситуаций и конкретных задач.

Акцент делается на активные методы обучения, предусматривающие дискуссии, анализ текущих практических ситуаций, основанных на различных практических примерах.

Лекции содержат систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывают состояние и перспективы развития соответствующей области науки, концентрируют внимание обучающихся на наиболее сложных и узловых вопросах, стимулируют их активную познавательную деятельность и способствуют формированию творческого мышления.

Практические занятия проводятся на основе учебного материала, изученного в ходе лекций и самостоятельной работы обучающихся, как отдельный вид занятия, и предназначены для выработки слушателями практических умений в использовании современных методов обоснования управленческих решений в области экономики. Главным содержанием практических занятий является практическая работа каждого обучающегося. Особое внимание уделяется привитию навыков правильной постановки задачи на выполнение соответствующих расчетов, анализа полученных результатов и формулированию обоснованных выводов.

Консультации являются одной из форм руководства самостоятельной работой обучающихся и оказания им помощи в усвоении учебного материала. Консультации носят, как правило, индивидуальный характер.

Для подготовки аттестационных работ слушателям предоставляется необходимый учебно-методический материал. При этом рекомендуется широко пользоваться служебными материалами своих организаций, официальными, информационными, инструктивными, методическими и нормативными документами.

3.2 Методические рекомендации преподавателю.

При проведении лекций преподаватель:

- 1) формулирует тему и цель занятия;

2) излагает основные теоретические положения;

3) с использованием мультимедийного оборудования дает определения основных понятий, расчетные формулы в области экономики;

4) приводит примеры из отечественного и зарубежного опыта отношений и текущие статистические данные по отдельным сегментам экономической деятельности для наглядного и образного представления изучаемого материала;

5) в конце занятия дает вопросы для самостоятельного изучения.

При подведении итогов лекции преподаватель должен:

1) сделать выводы, вытекающие из материала лекции;

2) пояснить, какие вопросы лекции целесообразно дополнить, используя рекомендованную литературу;

3) дать указания на подготовку к следующему занятию;

4) ответить на вопросы обучающихся.

При проведении семинаров и практических занятий преподаватель:

1) формулирует тему и цель занятия;

2) предлагает слушателям ответить на вопросы, вынесенные на семинар;

3) организует дискуссию по наиболее сложным вопросам;

4) предлагает слушателям провести обобщение изученного материала.

При подготовке к проведению практического занятия преподаватель должен:

1) изучить (повторить) материал занятия;

2) подготовить используемую учебно-материальную базу;

При проведении практического занятия преподаватель должен:

1) объявлять тему, цели занятия и отрабатываемые вопросы;

2) отрабатывать каждый вопрос, используя соответствующую учебно-материальную базу;

3) поддерживать связь с аудиторией, при необходимости, задавая обучаемым

наводящие вопросы, обеспечивающие лучшее усвоение изучаемого материала;

4) соблюдать время, отводимое на отработку вопросов занятия в соответствии с планом.

При поведении итогов практического занятия преподаватель должен:

- 1) сделать выводы, вытекающие из материала практического занятия;
- 2) пояснить, какие вопросы занятия целесообразно доработать, используя рекомендованную литературу;
- 3) дать указания на подготовку к следующему занятию;
- 4) ответить на вопросы обучающихся.

При проведении аудиторных занятий (как лекций, так и семинаров) с использованием активных методов преподаватель:

- 1) предлагает слушателям разделиться на группы;
- 2) предлагает обсудить сформулированные им проблемы экономической деятельности компании согласно теме лекции (практического занятия), раскрывая актуальность проблемы и ее суть, причины, ее вызывающие, последствия и пути решения;
- 3) организует межгрупповую дискуссию;
- 4) проводит обобщение с оценкой результатов работы слушателей в группах и полученных основных выводов и рекомендаций по решению поставленных проблем.

Для оценки полученных знаний и освоения учебного материала по дисциплинам преподаватель использует формы итогового контроля знаний обучающихся.

3.3 Методические рекомендации слушателям по изучению дисциплины.

При подготовке к лекции слушателю рекомендуется:

- 1) повторить материал предыдущих занятий (включая лекции и практические занятия);

- 2) изучить рекомендованную литературу;
- 3) повторить необходимый материал смежных дисциплин, обеспечивающих усвоение пройденного лекционного материала дисциплины.

При проведении лекции слушателю рекомендуется:

- 1) задавать вопросы для разъяснения непонятных положений лекции.

При подготовке к практическому слушатель рекомендуется:

- 1) повторить материал предыдущих занятий (включая лекции и практические занятия);
- 2) изучить рекомендованную литературу;
- 3) повторить необходимый материал смежных дисциплин, обеспечивающих усвоение пройденного лекционного материала дисциплины;
- 4) подготовить материал, рекомендованный для проведения занятия (произвести необходимые расчеты, составить графики, таблицы и т.д.).

При проведении практического занятия слушателю рекомендуется:

- 1) задавать уточняющие вопросы.

При подготовке к аудиторным занятиям, непосредственно в ходе проведения лекций, семинаров и практических занятий, а также в ходе самостоятельной работы слушателям рекомендуется пользоваться учебной литературой (согласно перечню основной и дополнительной литературы по каждой дисциплине).

3.4 Методические рекомендации по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа слушателей по каждой дисциплине способствует более глубокому усвоению изучаемой дисциплины, формирует навыки практической работы по проблемам экономической деятельности компаний и ориентирует слушателя на умение применять полученные теоретические знания на практике.

В ходе самостоятельной работы слушателю рекомендуется выполнить задание и оформить результаты решения задач, рекомендованных на самостоятельную работу.

Результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем, ведущим данную дисциплину, и учитываются при допуске слушателя к экзамену, зачету и итоговой оценке знаний слушателя.

4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ, ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ)

Оценка качества освоения программы включает текущий контроль и промежуточную аттестацию слушателей. Текущий контроль осуществляется на лекциях и семинарах в разнообразных формах - опроса слушателей по изученным вопросам, диалога с преподавателем во время лекций, тестирования, деловой игры, игрового проектирования, решения кейса, подготовку письменных рефератов.

Промежуточная аттестация проводится после изучения каждой дисциплины в форме зачета, дифференцированного зачёта, экзамена в письменной форме или в форме решения тестовых заданий в компьютерном классе. Возможно проведение интегрированных форм контроля по содержательно связанным модулям.

В рамках промежуточной аттестации проводится онлайн-тестирование по данной дисциплине, проверяется знание основных закономерностей функционирования рыночной экономики, умение проводить экономический анализ, навыки экономического обоснования управленческих решений. Тестирование проводится по единому тесту для всех образовательных учреждений, участвующих в реализации Государственного плана. Содержание теста определяется экспертным советом Комиссии.

Формой промежуточной аттестации по пройденной дисциплине является **экзамен**.

4.1 *Формы и оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации знаний слушателей.*

Формой текущего контроля работы слушателя является выполнение всех заданий, проводимых в течение аудиторного занятия в виде: экспресс-опроса, письменного тестирования, проверки отчетов по выполнению заданий на практических занятиях и выборочного опроса обучающихся.

Формой промежуточной аттестации слушателей является сдача экзамена согласно перечня вопросов, выносимых для контроля знаний обучающихся, на основании с утвержденным учебным планом.

4.1.1 *Перечень вопросов, образцы задач, тестов, контрольных работ для текущего контроля.*

(Прикладываются отдельным файлом)

4.1.2 *Вопросы к промежуточной аттестации.*

(Прикладываются отдельным файлом)

4.2 Критерии оценки качества знаний промежуточного контроля.

К критериям оценки уровня подготовки обучающегося относятся:

- уровень освоения обучающимся материала, предусмотренного учебной программой по дисциплине;
- умения обучающегося использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- уровень сформированности общих и профессиональных компетенций;
- обоснованность, четкость, краткость изложения ответа при соблюдении принципа полноты его содержания.

По результатам контроля успеваемости слушателей выставаются следующие оценки: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При осуществлении контроля уровня сформированности компетенций, умений и знаний обучающихся и выставлении оценки используется аддитивный принцип

(принцип «сложения»):

- оценку **«отлично»** выставляется слушателю, показавшему полное освоение планируемых результатов (знаний, умений, компетенций), всестороннее и глубокое изучение литературы, публикаций; умеющему выполнять задания с привнесением собственного видения проблемы, собственного варианта решения практической задачи, проявившего творческие способности в понимании и применении на практике содержания обучения;

- оценка **«хорошо»** выставляется слушателю, показавшему освоение планируемых результатов (знаний, умений, компетенций), предусмотренных программой, изучившему литературу, рекомендованную программой, способному к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшего обучения и профессиональной деятельности;

- оценка **«удовлетворительно»** выставляется слушателю, показавшему частичное освоение планируемых результатов (знаний, умений, компетенций), предусмотренных программой, сформированность не в полной мере новых компетенций и профессиональных умений для осуществления профессиональной деятельности, знакомый с литературой, публикациями по программе;

- оценка **«неудовлетворительно»** выставляется слушателю, не показавшему освоение планируемых результатов (знаний, умений, компетенций), предусмотренных программой, допустившему серьезные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

4.3 Учебно-методические материалы (рабочая тетрадь или учебно-методическое пособие, или информационные материалы для размещения в электронной библиотеке и др.) прилагаются отдельным файлом.

(Прикладываются отдельным файлом)

4.4 Дидактические материалы (схемы, глоссарий, деловые игры, тренинги, групповые проекты, кейсы, раздаточный материал).

(Прикладываются отдельным файлом)

