

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Цветков Николай Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.01.2025 18:12:21
Уникальный программный ключ:
858e6298f3889af733af85d4170378d0a7d270e9


MIRBIS

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

ОДОБРЕНО
Решением Ученого совета
от 25.05.2023 протокол № 9

УТВЕРЖДАЮ
Ректор
_____ Н.А. Цветков
«25» мая 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.01 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА**

Направление подготовки: **38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

Направленность (профиль) программы: **Управление проектами**
Уровень: высшее образование - **магистратура**
Форма обучения: **очная**

Москва 2023

Содержание

Аннотация	3
1. Цели и задачи дисциплины.....	6
1.1.Цель дисциплины	6
1.2.Задачи освоения дисциплины.....	6
2.Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	6
3.Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	7
4. Объем дисциплины и виды учебной работы.....	8
5. Содержание учебной дисциплины.....	8
5.1 Разделы дисциплины и виды занятий	8
5.2. Содержание тем учебной дисциплины.....	9
5.3. Текущий контроль успеваемости по разделам дисциплины.....	12
5.4.Самостоятельное изучение разделов дисциплины (изучение теоретического курса).....	12
5.5.Промежуточная аттестации.....	15
6.Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение учебной дисциплины.....	15
6.1.Перечень учебных изданий, информационно-справочных систем, Интернет- ресурсов.....	15
6.2.Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины.....	17
6.3.Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины.....	17
6.4.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	18
6.5.Методические рекомендации преподавателям.....	20
6.6.Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины/модуля и самостоятельной работы.....	21
7.Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине	35
7.1.Текущий контроль.....	35
7.2.Промежуточная аттестация.....	51
8.Критерии оценки качества знаний для контроля успеваемости обучающихся	52

Аннотация
к рабочей программе дисциплины
Б1.О.01 Управленческая экономика

Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Профиль подготовки	Управление проектами
Семестр(ы) изучения	1
Количество зачетных единиц	2
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой

1. Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Управленческая экономика» является формирование у студентов глубоких знаний о закономерностях развития современной экономики и общих принципах поведения хозяйствующих субъектов в условиях рынка. В нем рассматриваются вопросы формирования рыночного спроса и предложения, основы теории потребительского поведения, принципы определения организациями оптимального объема выпуска и продажи продукции, принципы ценообразования на конкурентных и монополизированных рынках, а также принципы и направления взаимодействия государства и бизнеса в условиях рыночной экономики. Круг обсуждаемых проблем помогает студенту системно и глубоко понять основные факторы, определяющие состояние и развитие современного бизнеса.

Задачи освоения дисциплины:

- дать студентам углубленные представления о принципах и закономерностях функционирования, как отдельных экономических субъектов (предприятий, домохозяйств и др.), так и экономики в целом,
- исследовать современное содержание наиболее важных экономических понятий (таких как спрос, предложение, равновесие, доходы и расходы, затраты, издержки и прибыль),
- познакомить с методологией экономического анализа, и в частности с основами экономического моделирования,
- предоставить студентам практические навыки сбора, обработки и оценки информации для подготовки и принятия управленческих решений;
- овладеть экономическим образом мышления и уметь анализировать реальную экономическую ситуацию, как на микро, так и на макроэкономическом уровне,
- выработать навыки и приемы расчетов, использующихся в экономической теории показателей,
- уметь правильно интерпретировать результаты экономического анализа, давать их графическое представление и практические рекомендации по их использованию.
- уметь выявлять проблемные несоответствия (разрывы), решать проблему с учетом доступных ресурсов и проводить грамотную презентацию своей работы.
- обеспечить понимание механизма взаимодействия правительственных структур с бизнесом, определение воздействия этих структур на результативность деятельности коммерческих организаций.

2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

Код компетенции результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине		Виды учебной работы, способствующие формированию и развитию компетенции
<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>УК-1.1 анализирует поставленную задачу выделяя её базовые составляющие, осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи</p> <p>У К - 1 . 2 разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации</p>	<p>Знает: как осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации для решения поставленных профессиональных задач</p> <p>Умеет: применять системный подход на основе поиска, критического анализа и синтеза информации для решения задач профессиональной области</p> <p>Владеет: навыками поиска, синтеза и критического анализа информации в своей профессиональной области; владеет системным подходом для решения поставленных задач</p>	<p><u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия <u>Самостоятельная работа</u></p>
<p>ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории</p>	<p>ОПК-1.1 применяет знания экономической теории (на промежуточном уровне) при решении профессиональных задач</p> <p>ОПК-1.2 применяет знания организационной и управленческой теории (на промежуточном уровне) при решении профессиональных задач</p>	<p>Знает: основы экономических процессов, необходимых для принятия управленческих решений; роль комплексного анализа в управлении; методы экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p> <p>Умеет: экономически правильно формулировать постановку задач и конкретно формализовать в виде соответствующей экономико-управленческой модели или рыночной функции; готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности</p>	<p><u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия <u>Самостоятельная работа</u></p>

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

		<p>Владеет: навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства компании; навыками оценки производственного потенциала предприятия, рыночных сил, воздействующих на величину спроса и предложения на продукцию предприятия, факторов роста производства и реализации на товарных рынках.</p>	
--	--	--	--

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цель дисциплины

Целью изучения дисциплины «Управленческая экономика» является формирование у студентов глубоких знаний о закономерностях развития современной экономики и общих принципах поведения хозяйствующих субъектов в условиях рынка. В нем рассматриваются вопросы формирования рыночного спроса и предложения, основы теории потребительского поведения, принципы определения организациями оптимального объема выпуска и продажи продукции, принципы ценообразования на конкурентных и монополизированных рынках, а также принципы и направления взаимодействия государства и бизнеса в условиях рыночной экономики. Круг обсуждаемых проблем помогает студенту системно и глубоко понять основные факторы, определяющие состояние и развитие современного бизнеса.

1.2. Задачи освоения дисциплины

- дать студентам углубленные представления о принципах и закономерностях функционирования, как отдельных экономических субъектов (предприятий, домохозяйств и др.), так и экономики в целом,
- исследовать современное содержание наиболее важных экономических понятий (таких как спрос, предложение, равновесие, доходы и расходы, затраты, издержки и прибыль),
- познакомить с методологией экономического анализа, и в частности с основами экономического моделирования,
- предоставить студентам практические навыки сбора, обработки и оценки информации для подготовки и принятия управленческих решений;
- овладеть экономическим образом мышления и уметь анализировать реальную экономическую ситуацию, как на микро, так и на макроэкономическом уровне,
- выработать навыки и приемы расчетов, использующихся в экономической теории показателей,
- уметь правильно интерпретировать результаты экономического анализа, давать их графическое представление и практические рекомендации по их использованию.
- уметь выявлять проблемные несоответствия (разрывы), решать проблему с учетом доступных ресурсов и проводить грамотную презентацию своей работы.
- обеспечить понимание механизма взаимодействия правительственных структур с бизнесом, определение воздействия этих структур на результативность деятельности коммерческих организаций.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебный план по направлению 38.04.02 Менеджмент профиль Управление проектами и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

3. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у студентов следующих компетенций:

Код компетенции результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине		Виды учебной работы, способствующие формированию и развитию компетенции
<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>УК-1.1 анализирует поставленную задачу выделяя её базовые составляющие, осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи</p> <p>У К - 1 . 2 разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации</p>	<p>Знает: как осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации для решения поставленных профессиональных задач</p> <p>Умеет: применять системный подход на основе поиска, критического анализа и синтеза информации для решения задач профессиональной области</p> <p>Владеет: навыками поиска, синтеза и критического анализа информации в своей профессиональной области; владеет системным подходом для решения поставленных задач</p>	<p><u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия <u>Самостоятельная работа</u></p>
<p>ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории</p>	<p>ОПК-1.1 применяет знания экономической теории (на промежуточном уровне) при решении профессиональных задач</p> <p>ОПК-1.2 применяет знания организационной и управленческой теории (на промежуточном уровне) при решении профессиональных</p>	<p>Знает: основы экономических процессов, необходимых для принятия управленческих решений; роль комплексного анализа в управлении; методы экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p><u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия <u>Самостоятельная работа</u></p>

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

	задач	<p>Умеет: экономически правильно формулировать постановку задач и конкретно формализовать в виде соответствующей экономико-управленческой модели или рыночной функции; готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности</p> <p>Владеет: навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства компании; навыками оценки производственного потенциала предприятия, рыночных сил, воздействующих на величину спроса и предложения на продукцию предприятия, факторов роста производства и реализации на товарных рынках.</p>	
--	-------	---	--

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы:

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1			
Лекции (Л)	12	12			
Практические занятия (ПЗ) /Лабораторные работы (ЛР)	12	12			
Консультации	-	-			
Самостоятельная работа студентов (СРС)	48	48			
Контроль	-	-			
ВСЕГО ЧАСОВ	72	72			

5. Содержание учебной дисциплины

5.1 Разделы дисциплины и виды занятий

№ темы	Наименование темы дисциплины	Количество часов контактной работы		
		Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа
Тема 1.	Введение в управленческую экономику. Рыночная среда бизнеса и ее элементы	1	1	6
Тема 2.	Эластичность рынка и поведение	1	1	7

	потребителя			
Тема 3	Выработка управленческих решений в условиях неопределенности и риска	2	2	7
Тема 4	Введение в теорию производства. Ресурсы и результаты производства	2	2	7
Тема 5	Экономические издержки и их значение в управленческих решениях	2	2	7
Тема 6	Конкурентная среда бизнеса и особенности ценообразования	2	2	7
Тема 7	Бизнес и государство. Государственное вмешательство в рыночную экономику	2	2	7
	Итого	12	12	48

5.2. Содержание тем учебной дисциплины

ТЕМА 1. ВВЕДЕНИЕ В УПРАВЛЕНЧЕСКУЮ ЭКОНОМИКУ. РЫНОЧНАЯ СРЕДА БИЗНЕСА И ЕЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Управленческая экономика как специализированный раздел экономической науки, занимающаяся проблемой принятия решения о наилучшем размещении ограниченных ресурсов в целях конкурентной борьбы. Ее место в системе экономических наук, связь с другими дисциплинами. Задачи, основные разделы, объект изучения и содержание дисциплины.

Аналитические средства, используемые в Управленческой экономике.

Альтернативные издержки.

Законы рынка: соперничество между потребителями и производителями, соперничество между потребителями, соперничество между производителями, рыночные силы и государственное регулирование.

Рыночный спрос: понятие и факторы, влияющие на его изменение. Функция спроса. Потребительский выигрыш.

Рыночное предложение: понятие, факторы, влияющие на его изменение. Функция предложения. Выигрыш производителя.

Прогнозирование спроса и предложения как управленческая задача.

Равновесие фирмы на рынке. Равновесная цена и её функции. Зоны рынка в пределах рыночного равновесия

ТЕМА 2. ЭЛАСТИЧНОСТЬ РЫНКА И ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Экономическая концепция эластичности. Ценовая эластичность спроса и методы ее измерения: дуговая эластичность и точечная эластичность. Преимущества и недостатки дуговой эластичности в реальном бизнесе. Степени эластичности спроса. Факторы эластичности. Влияние эластичности на цену и размеры производства. Эластичность в краткосрочных и долгосрочных периодах. Эластичность спроса по доходу.

Перекрестная эластичность, товары – заменители и дополняющие (комплементарные) товары.

Другие показатели эластичности.

Сравнительный статический анализ: изменения спроса, изменения предложения, одновременные смещения спроса и предложения. Рыночные изменения

в краткосрочном и долгосрочном периодах: «нормировочная» функция цены и «направляющая» («распределительная») функция цены.

ТЕМА 3. ВЫРАБОТКА УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ И РИСКА

Информация как экономическая категория. Рынок информации. Свойства информации и ее цена. Издержки получения информации и их количественная оценка. Модель ожидаемой полезности. Ассиметричная информация. Скрытые характеристики товара. Рынок «лимонов» Неблагоприятный отбор.

Теория рыночных сигналов. Моральный риск и его характеристика. Модель потребительского выбора с учетом морального риска. Моральный риск и страхование.

Риск как экономическая категория. Классификация риска и способ его оценки. Принятие решений по минимизации риска.

ТЕМА 4. ВВЕДЕНИЕ В ТЕОРИЮ ПРОИЗВОДСТВА. РЕСУРСЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОИЗВОДСТВА

Производственная функция, различие между производственной функцией в краткосрочном и долгосрочном периоде. Краткосрочный анализ валового, среднего и маржинального продукта. Производственная функция в долгосрочном периоде. Возрастающий, постоянный и уменьшающийся эффект масштаба. Связь среднего и маржинального продукта.

Формы производственной функции, статистические методы их оценки. Значение производственных функций в принятии управленческих решений. Производственная функция Кобба – Дугласа. Обобщенные производственные функции.

ТЕМА 5. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИЗДЕРЖКИ И ИХ ЗНАЧЕНИЕ В УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЯХ

Издержки и затраты, их понятие, значение в управленческих решениях. Виды издержек, виды затрат. Издержки, затраты, расходы и производство, соотношение понятий и величин. Общие и удельные (средние) затраты.

Функция затрат в краткосрочном периоде.

Функция затрат в долгосрочном периоде, связь между производством, затратами и издержками. Кривая производительности, ее значение в снижении затрат и издержек. Эффект охвата, его связь с эффектом масштаба.

Понятие безубыточности. Бухгалтерская и аналитическая (экономическая) модель безубыточности.

Основные методы и модели анализа безубыточности.

Маржинальная концепция оценки минимальных и максимальных параметров производства и продаж.

Однопродуктовая и многопродуктовые модели анализа безубыточности. «Цептор-фактор».

Принятие решений об объемах производства и продаж на основании производственных данных о необходимых затратах.

ТЕМА 6. КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА БИЗНЕСА И ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Конкуренция и типы рынка в экономике и менеджменте, значение конкуренции. Совершенная конкуренция, монополия, монополистическая конкуренция, олигополия. Принятие решений относительно цен и объема производства в условиях совершенной конкуренции, оптимальный уровень объема производства и оптимальный уровень цен.

Экономическая и бухгалтерская (нормальная) прибыль. Убытки и остановка производства. Конкурентный рынок в долгосрочной перспективе.

Решение о ценах и объеме производства на монопольном рынке. Влияние совершенной конкуренции и монополии на принятие решений менеджерами.

Монополистическая конкуренция и олигополия, основные отличия. Ценообразование на олигополистическом рынке: соперничество и взаимозависимость. «Ломаная кривая спроса» и жесткость цен на олигополистических рынках. Неценовые факторы дифференцирования цен на товары и услуги в условиях монополистической конкуренции и олигополии.

Стратегия, ее определение, основная задача, стоящая перед фирмами в условиях несовершенной конкуренции. Взаимосвязь стратегии и управленческой экономики.

Влияние ценовой дискриминации на благосостояние общества. Анализ картельных цен. Ценообразование, основанное на издержках. Метод ценообразования «издержки – плюс». Метод приростного ценообразования. Анализ затрат. Мультипродуктное (ассортиментное) ценообразование. Трансфертные цены. Новые практики ценообразования.

ТЕМА 7. БИЗНЕС И ГОСУДАРСТВО. ГОСУДАРСТВЕННОЕ ВМЕШАТЕЛЬСТВО В РЫНОЧНУЮ ЭКОНОМИКУ

Функции государства в рыночной экономике. Понятие, сущность и роль экономических институтов (государства) в рыночной экономике. Провалы рынка и объективная необходимость государственного регулирования. Внешние эффекты рынка, связанные с выгодой и издержками, функции государства в управлении ими. Минимальные и максимальные границы государственного вмешательства.

Основные направления экономической деятельности государства.

Проблема безбилетника. Производство общественных благ, их свойства и классификация. Внешние эффекты и эффективное распределение ресурсов. Корректирующие налоги и субсидии (налоги Пигу). Транзакционные издержки и теорема Коуза. Рынок прав на загрязнение среды. Ценообразование на рынке общественных благ по Линдалю.

Формы и методы государственного регулирования экономики. Прямые и косвенные, краткосрочные и долгосрочные. Ценовые ограничения: ценовые «потолки» и ценовой «пол». Лицензирование и другие барьеры. Налоги и субсидии продавцам и покупателям.

Теория общественного выбора. Экономика бюрократии. «Провалы» государства.

Аналитические методы учёта вмешательства Правительства в рыночные механизмы. Учёт вмешательства Правительства в деятельность хозяйствующего субъекта на уровне рыночного равновесия.

5.3. Текущий контроль успеваемости по разделам дисциплины

Тема 1	эссе/доклад/реферат, кейс/деловая игра, тест, домашнее задание
Тема 2	эссе/доклад/реферат, кейс/деловая игра, тест, домашнее задание
Тема 3	эссе/доклад/реферат, кейс/деловая игра, тест, домашнее задание
Тема 4	эссе/доклад/реферат, кейс/деловая игра, тест, домашнее задание
Тема 5	эссе/доклад/реферат, кейс/деловая игра, тест, домашнее задание
Тема 6	эссе/доклад/реферат, кейс/деловая игра, тест, домашнее задание
Тема 7	эссе/доклад/реферат, кейс/деловая игра, тест, домашнее задание

5.4. Самостоятельное изучение разделов дисциплины (изучение теоретического курса)

Самостоятельная работа студентов по данной дисциплине проводится в следующих видах: изучение теоретического материала, выполнения домашних заданий в форме, определяемой преподавателем (письменные расчетно-аналитические работы, эссе, рефераты, доклады, кейсы).

Пример задания для самостоятельной работы.

Задание 1. Анализ альтернативных издержек

Описать ситуацию экономического выбора и просчитать альтернативные издержки, необходимые для принятия решения. Какие факторы были приняты во внимание, а от каких факторов вы абстрагировались?

Выполнить работу в виде компьютерной презентации.

Задание 2. Кейс-анализ. Анализ факторов спроса на автомобильном рынке Японии, или смартфон вместо спорткара

Прочитайте кейс. Прокомментируйте изменение ситуации на рынке автомобилей в Японии за последние 20 лет. Какие факторы спроса воздействуют на рынок? Как это может отразиться на рыночных ценах? Проиллюстрируйте ваш ответ, используя модель долгосрочного равновесия спроса и предложения.

«Раньше, если вы хотели позвать кого-то на свидание, то не смогли бы это сделать, если у вас не было автомобиля. Сейчас все изменилось. Деньги тратятся на оплату телефонных счетов. Да и налаженная сеть общественного транспорта не способствует популяризации автомобилей», — сетует президент Toyota Акио Тойода.

Смену ценностей подтверждают и эксперты. «Молодые японцы отличаются от прошлого поколения. Для них автомобили значат гораздо меньше, чем для их отцов 20 или 25 лет назад. Они больше заинтересованы в гаджетах вроде iPhone. Впрочем, у них и денег-то на покупку машин нет.

Пик продаж автомобилей в Японии пришелся на 1990-е годы, однако с тех пор зафиксирован спад на 20%. Средние зарплаты в стране за 15 лет сократились на 15%. Частично это связано с ростом числа людей, которые заняты неполный рабочий день. По данным ОЭСР, их доля выросла с 20% в 1990 г. до 36%. Большую часть среди них составляют молодые люди. В среднем их оклады на 40% ниже, чем у штатных сотрудников.

Дополнительным сдерживающим фактором являются хорошо развитая система общественного транспорта и дорогая парковка (по данным Colliers International, в центре Токио она обойдется в 600 долл. в месяц).

Сейчас только 13% японцев в возрасте от 20 до 29 лет имеют водительские права, тогда как раньше их доля составляла 26%. Согласно опросу Bloomberg, шесть из десяти студентов признаются, что нехватка средств удерживает их от покупки автомобиля. И они вряд ли обзаведутся машиной вплоть до окончания обучения. Однако есть и те, кто в принципе не собирается покупать автомобиль. «Если бы кто-то давал мне по 100 тыс. иен в месяц (1 тыс. долл.), чтобы я тратил их по своему усмотрению, то вряд ли бы я копил на машину. Скорее я купил бы что-то более практичное вроде холодильника, микроволновки или мебели», — сказал Кейко Като.

Чтобы стимулировать рост интереса к автомобилям, производители идут на различные уловки. Топ-менеджмент переодевается из строгих протокольных костюмов в штаны цвета хаки и зачесывает волосы на молодежный манер. Кроме того, при общении со студентами они рассказывают, как легко сочетать любовь к фастфуду и автомобилям. Специально под молодую аудиторию разрабатываются и спорткары вроде Toyota GT 86.

Также в целевую группу попадают родители, которые застали «золотое время» и, следовательно, понимают толк в автомобилях. Для них компании выпускают обновленные версии хитов вроде Toyota AE86, Nissan Skyline GT-R и Mazda RX-7.

Японцы в возрасте от 40 до 60 составляют 65—86% покупателей машин в стране. «Люди старшего поколения знают, что машина позволяет еще больше наслаждаться жизнью. Если это поколение покажет, насколько сильно оно любит машины, то молодые люди могут задаться вопросом, что же делает взрослых счастливыми. И тогда они тоже заинтересуются», — надеется г-н Тойода.

Задание 3. Выведение функции спроса методом экспертной оценки

Опрос потенциальных покупателей (2000 человек) выявил следующие закономерности на рынке прохладительных напитков. Все они готовы были купить по 1 бутылке (1,5 л) напитка, причем максимальная цена для первой группы (500 чел.) равнялась 50 руб./бутылка, для второй группы (400 чел.) составляла 55 руб. и для третьей группы (100 чел.) – 60 руб./бутылка. Нарисуйте графическое изображение функции спроса на данном рынке. Оцените примерный объем продаж, если на рынке цена установилась на уровне 55 руб./бутылка.

Задание 4. Анализ причин неэластичного спроса по цене как фактора рыночной власти компании

В одной из своих работ американский экономист Майкл Портер (Michael Porter, *Competitive Strategy...1980*) приводит следующие причины неэластичного спроса по цене со стороны потребителей. Прокомментируйте эти факторы. Дайте свои примеры.

1. Потребитель придает большое значение характеристикам и качеству товара.
2. Потребитель желает иметь товар, сделанный на заказ в соответствии с его индивидуальными потребностями, и готов платить за это.

3. Потребитель приобретает товар, потому что считает, что этот товар улучшит качество, повысит престиж и т.д. его конечной продукции.

4. Потребитель имеет значительную экономию денег или времени от использования конкретного товара или услуги.

5. Цена товара мала по сравнению с бюджетом потребителя.

6. Потребитель может позволить себе не обращать внимание на повышение цены и на затраты на сырье и комплектующие.

7. Потребитель плохо информирован и делает не лучшие покупки.

8. Затраты потребителя на замену продавца чрезмерно высоки.

Задание 5. Количественная оценка величины эластичности спроса по цене.

Ваша фирма владеет сетью кинотеатров. При первоначальной цене на билет в 200 руб. количество посетителей за день составляла - примерно 580 чел. в один сеанс. Анализ рынка кинопроката побудили вас сократить цену до 100 руб. Как изменится посещаемость ваших кинотеатров, если известно, что коэффициент эластичности спроса по цене $E = -3$? Какой прирост доходов можно ожидать в новых условиях?

Задание 6. Анализ покупательских предпочтений в условиях неопределенности

Проанализируйте предпочтения покупателей вашей продукции. Выявите 1-2 наиболее значимые положительные характеристики, а также 1-2 характеристики с отрицательной или нейтральной полезностью.

Дайте управленческие рекомендации по улучшению ситуации с характеристиками, воспринимаемыми покупателями продукции как отрицательные или условно нейтральные.

Выполнить работу в виде компьютерной презентации.

Задание 7. Действие закона убывающей отдачи

Заполните таблицу производственных показателей фирмы. Действует ли на данном производстве закон убывающей отдачи? Ответ обосновать. Какое управленческое решение можно принять в данных условиях для улучшения позиций компании?

Количество труда (L)	Объем выпуска (TP)	Предельный продукт (MP_L)	Средний продукт (AP_L)
0	0	-	-
1	400		
2	600		
3		350	
4		187,5	
5			152

Задание 8. Оценка целесообразности расширения масштабов производства в компании

Производственные функции четырех компаний, работающих на одном рынке, но использующих различные технологии, заданы уравнениями:

- Фирма А - $Q=0,5K^{0,5}L^{0,4}$.
- Фирма В - $Q=0,2K^{0,8}L^{0,2}$.
- Фирма С - $Q=0,4K^{0,9}L^{0,4}$.
- Фирма D - $Q=0,9KL$.

Оцените целесообразность расширения масштабов производства на каждой из

представленных фирм.

Задание 9. Оценка характера конкурентной среды на рынке конкретного товара или услуги

Проанализировать конкурентную среду выбранного вами рынка.

В анализе указать:

- примерное количество участников;
- степень их концентрации производства (на основе количественного расчета коэффициентов Херфиндаля-Хиршмана и CR3);
- тип продукта с т.зр. потребительского восприятия (однородный, дифференцированный и т.д.),
- существующие на рынке барьеры и
- коэффициенты рыночной власти основных компаний-участниц.

Сделать вывод о типе рыночной структуры. Оформить работу в виде презентации.

5.5. Промежуточная аттестации

Промежуточная аттестация осуществляется в форме зачета с оценкой.

В качестве средств, используемых на промежуточной аттестации предусматривается:

ответы на вопросы к зачету

6. Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение учебной дисциплины

6.1. Перечень учебных изданий, информационно-справочных систем, Интернет-ресурсов

№	Нормативно-правовые акты
1.	Конституция Российской Федерации - Основной закон Российской Федерации / Администрации Президента России: официальный сайт. – 2023. – [Электронный ресурс]. – URL: http://kremlin.ru/acts/constitution . Режим доступа: свободный доступ.
2.	Гражданский кодекс Российской Федерации / Справочно-правовая система КонсультантПлюс – 2023. – [Электронный ресурс]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ . Режим доступа: свободный доступ.
3.	Налоговый кодекс Российской Федерации / Справочно-правовая система КонсультантПлюс – 2023. – [Электронный ресурс]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/ . Режим доступа: свободный доступ.
4.	Федеральный закон от 06.12.2011 № 402 «О бухгалтерском учете» / Справочно-правовая система КонсультантПлюс – 2023. – [Электронный ресурс]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/ . Режим доступа: свободный доступ.
Основная литература	
1.	Рыбина, З. В. Управленческая экономика : учебное пособие : [16+] /

	3. В. Рыбина. – 3-е изд. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 369 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602486 (дата обращения: 23.05.2023). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.
2.	Управленческая экономика : учебник / Т. И. Кружкова, О. А. Рущицкая, О. Е. Рущицкая [и др.]. — Екатеринбург : УрГАУ, 2021. — 364 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/263015 (дата обращения: 23.05.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
	Дополнительная литература
1.	Кувшинов, В. А. Практикум по дисциплине «Управленческая экономика» : учебное пособие / В. А. Кувшинов. — Воронеж : Мичуринский ГАУ, 2019. — 46 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/157829 (дата обращения: 23.05.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2.	Патокина, Н. Н. Управленческая экономика : учебно-методическое пособие / Н. Н. Патокина, Ю. Л. Софронова. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2021. — 32 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/191618 (дата обращения: 23.05.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
	Информационно-справочные системы
1.	ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург: ООО «ЭБС Лань», 2011–2023. – [Электронный ресурс]. - URL: https://e.lanbook.com . Режим доступа: для авториз. пользователей Института МИРБИС.
2.	ЭБС «Университетская библиотека online». – Москва: ООО Издательство «Директ-медиа», 2001–2022. – [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru . Режим доступа: для авториз. пользователей, бесшовная авторизация из ЭИОС Института МИРБИС.
3.	Информационно-библиотечный центр (библиотека) Института МИРБИС. – Москва: Автономная некоммерческая организация высшего образования «Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС» (Институт) 1988 –2023. – [Электронный ресурс]. - URL: https://mirbis.ru/eos/ibc/ . Режим доступа: свободный доступ.
4.	Информационно-справочная система КонсультантПлюс. - ЗАО «Консультант Плюс», 1992-2023. – [Электронный ресурс]. – URL: https://dsm.consultant.ru/cgi/online.cgi?req=home&rnd=tkccg . Режим доступа: после авторизации.
5.	East View. Information Services: Универсальные базы данных периодических изданий – Москва: ООО «ИВИС» –2023. – [Электронный ресурс]. – URL: https://dlib.eastview.com/basic/details/ Режим доступа: после авторизации.
	Интернет ресурсы
1.	Вестник МИРБИС – международный научно-практический журнал / Москва: Автономная некоммерческая организация высшего образования «Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС» (Институт) 2014 –2023. –

	[Электронный ресурс]. - URL: https://journal-mirbis.ru/ Режим доступа: свободный доступ.
2.	eLIBRARY.RU крупнейший российский информационно-аналитический портал [Электронный ресурс]. — URL: https://elibrary.ru/ . Режим доступа: после авторизации.
3.	КиберЛенинка. Научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science). [Электронный ресурс]. — URL: https://cyberleninka.ru/ . Режим доступа: свободный доступ.
4.	Официальный интернет-портал правовой информации. — 2005 — 2023 — [Электронный ресурс]. — URL: http://pravo.gov.ru . Режим доступа: свободный доступ.
5.	Центральная Городская Деловая Библиотека. (ГБУК г. Москвы «ЦГДБ»). Одна из ведущих отраслевых библиотек г. Москвы с богатым фондом литературы по экономике, праву, юридическим наукам, психологии [Электронный ресурс]. — URL: http://www.mgdb.ru/ Режим доступа: свободный доступ.
6.	Моифинансы.РФ. Информационно-просветительский проект Дирекции финансовой грамотности НИФИ Минфина России. Ресурс создан в рамках реализации Стратегии повышения финансовой грамотности в Российской Федерации — 2023 — [Электронный ресурс]. — URL: https://моифинансы.рф/ Режим доступа: свободный доступ.

6.2. Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины

В программе учебной дисциплины предусмотрен следующий раздаточный материал для обучающихся:

- краткий конспект лекций в виде слайдового или текстового материала;
- задания для самостоятельной и аудиторной работы

Указанные материалы размещаются в электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) Института МИРБИС.

Каждый обучающийся имеет доступ к ЭИОС и электронно-библиотечной системе, которые обеспечивают возможность индивидуального доступа, для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

6.3. Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины

Институт МИРБИС располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- специальные помещения - учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: мебель аудиторная (столы,

стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер, мультимедийное оборудование (проектор, экран).

- помещение для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института МИРБИС.

- помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для обучающихся: созданы условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды, включающей в себя электронные информационные ресурсы, электронные образовательные ресурсы, телекоммуникационные технологии.

Всем обучающимся предоставлен доступ на образовательную платформу, которая обеспечивает освоение учебной дисциплины в полном объеме независимо от места и времени нахождения обучающихся.

- Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Института МИРБИС из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет» ЭИОС «МИРБИС» — <https://sdo.mirbis.ru/login/index.php>

Лицензионное программное обеспечение:

- Операционная система Microsoft Windows 10 Pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 Home;
- Операционная система Microsoft Windows 7 Pro;
- Программное обеспечение Microsoft Office Standard 19;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 16;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security;
- Adobe Acrobat DC;
- ПО Webinar;
- 1С: Предприятие.

Электронно-библиотечная система:

ЭБС «Лань» — <https://e.lanbook.com>

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» — <https://biblioclub.ru>

Доступ к ресурсам осуществляется с любого устройства с доступом к сети

Интернет по логину-паролю. Необходима предварительная регистрация в Институте МИРБИС.

Электронная библиотека Grebennikon Издательский дом «Гребенников»
<https://grebennikon.ru>

Доступ к ресурсам осуществляется с любого устройства с доступом к сети Интернет по логину-паролю. Необходима предварительная регистрация в Институте МИРБИС.

Современные профессиональные базы данных:

Официальный интернет-портал базы данных правовой информации
<http://pravo.gov.ru>

Свободный доступ к ресурсам осуществляется с любого устройства с доступом к сети Интернет.

Универсальная база данных периодических изданий «East View» –
<https://dlib.eastview.com/browse/udb/12> индивидуальная покнижная подписка на электронные периодические издания из тематических баз данных.

East View «Индивидуальные издания».

East View «Периодические и серийные издания (реферативные журналы и библиографические указатели) ИНИОН РАН»:
<https://dlib.eastview.com/browse/publication/128008/udb/4550>

Доступ к ресурсам осуществляется с любого устройства с доступом к сети Интернет по логину-паролю. Необходима предварительная регистрация в Институте МИРБИС.

eLIBRARY.RU крупнейший российский информационно-аналитический портал [Электронный ресурс]. — URL: <https://elibrary.ru/> Режим доступа: свободный доступ после авторизации.

Доступ к ресурсам осуществляется с любого устройства с доступом к сети Интернет после регистрации/авторизации.

КиберЛенинка. Научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science). [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/> Режим доступа: свободный доступ.

Свободный доступ к ресурсам осуществляется с любого устройства с доступом к сети Интернет.

Информационные справочные системы:

Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>

Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс»
<http://www.consultant.ru/>

Моифинансы.РФ Информационно-просветительский проект Дирекции финансовой грамотности НИФИ Минфина России. Ресурс создан в рамках реализации Стратегии повышения финансовой грамотности в Российской Федерации — 2023 — [Электронный ресурс]. — URL: <https://моифинансы.рф/> Режим доступа: свободный доступ.

6.5. Методические рекомендации преподавателям

Перед началом изучения дисциплины преподаватель должен ознакомить обучающихся с видами учебной и самостоятельной работы, перечнем литературы и интернет-ресурсов, а также раздаточных материалов, размещенных в электронной информационно-образовательной среде, формами текущей и промежуточной аттестации, с критериями оценки качества знаний для итоговой оценки по дисциплине.

При проведении лекций, преподаватель:

- 1) формулирует тему и цель занятия;
- 2) излагает основные теоретические положения;
- 3) с помощью мультимедийного оборудования и/или под запись дает определения основных понятий, расчетных формул;
- 4) проводит примеры из отечественного и зарубежного опыта, дает текущие статистические данные для наглядного и образного представления изучаемого материала;
- 5) в конце занятия дает вопросы для самостоятельного изучения.

При проведении практических занятий, преподаватель:

- 1) формулирует тему и цель занятия;
- 2) предлагает обучающимся ответить на вопросы, вынесенные на практическое занятие;
- 3) организует дискуссию по наиболее сложным вопросам;
- 4) предлагает обучающимся провести обобщение изученного материала.

В случае проведения аудиторных занятий (как лекций, так и практических занятий) с использованием активных методов обучения (деловых игр, кейсов, мозговых атак, игрового проектирования и др.) преподаватель:

- 1) предлагает обучающимся разделиться на группы;
- 2) предлагает обсудить сформулированные им проблемы 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 обучающихся в группах и полученных основных выводов и рекомендаций по решению поставленных проблем.

Перед выполнением внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит инструктаж (консультацию) с определением цели задания, его содержания, сроков выполнения, основных требований к результатам работы, критериев оценки, форм контроля и перечня источников и литературы.

Для оценки полученных знаний и освоения учебного материала по каждому разделу и в целом по дисциплине преподаватель использует формы текущего, и промежуточного контроля знаний обучающихся.

6.6. Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины/модуля и самостоятельной работы **ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ**

Успешное освоение курса предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы.

При подготовке к аудиторным занятиям, непосредственно в ходе проведения лекций и практических занятий, а также в ходе самостоятельной работы обучающиеся должны пользоваться учебной литературой (согласно утвержденному перечню основной и дополнительной литературы по данному курсу), учебно-методическими материалами (включая данную рабочую программу), которые размещены в электронной информационно-образовательной среде.

ПРАВИЛА КОНСПЕКТИРОВАНИЯ

Конспект является письменным текстом, в котором кратко и последовательно изложено содержание основного источника информации. Конспектировать – значит приводить к некоему порядку сведения, почерпнутые из оригинала. В основе процесса лежит систематизация прочитанного или услышанного. Записи могут делаться как в виде точных выдержек, цитат, так и в форме свободной подачи смысла. Манера написания конспекта, как правило, близка к стилю первоисточника. Если конспект составлен правильно, он должен отражать логику и смысловую связь записываемой информации.

В хорошо сделанных записях можно с легкостью обнаружить специализированную терминологию, понятно растолкованную и четко выделенную для запоминания значений различных слов. Используя законспектированные сведения, легче создавать значимые творческие или научные работы, различные рефераты и статьи.

Виды конспектов:

Нужно уметь различать конспекты и правильно использовать ту категорию, которая лучше всего подходит для выполняемой работы.

- **ПЛАНОВЫЙ.** Такой вид изложения на бумаге создается на основе заранее составленного плана материала, состоит из определенного количества пунктов (с заголовками) и подпунктов. В процессе конспектирования каждый заголовок раскрывается – дополняется коротким текстом, в конечном итоге получается стройный план-конспект. Именно такой вариант больше всего подходит для срочной подготовки к публичному выступлению или семинару. Естественно, чем последовательнее будет план (его пункты должны максимально раскрывать содержание), тем связаннее и полноценнее будет ваш доклад. Специалисты рекомендуют наполнять плановый конспект пометками, в которых будут указаны все используемые вами источники, т. к. со временем трудно восстановить их по памяти.

- **СХЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАНОВЫЙ.** Эта разновидность конспекта выглядит так: все пункты плана представлены в виде вопросительных предложений, на которые нужно дать ответ. Изучая материал, вы вносите короткие пометки (2–3 предложения) под каждый пункт вопроса. Такой конспект отражает структуру и внутреннюю взаимосвязь всех сведений и способствует хорошему усвоению информации.

- **ТЕКСТУАЛЬНЫЙ.** Подобная форма изложения насыщеннее других и составляется из отрывков и цитат самого источника. К текстуальному конспекту можно легко присоединить план, либо наполнить его различными тезисами и

терминами. Он лучше всего подходит тем, кто изучает науку или литературу, где цитаты авторов всегда важны. Однако такой конспект составить непросто. Нужно уметь правильно отделять наиболее значимые цитаты таким образом, чтобы в итоге они дали представление о материале в целом.

- **ТЕМАТИЧЕСКИЙ.** Такой способ записи информации существенно отличается от других. Суть его – в освещении какого-нибудь определенного вопроса; при этом используется не один источник, а несколько. Содержание каждого материала не отражается, ведь цель не в этом. Тематический конспект помогает лучше других анализировать заданную тему, раскрывать поставленные вопросы и изучать их с разных сторон. Однако будьте готовы к тому, что придется переработать немало литературы для полноты и целостности картины, только в этом случае изложение будет обладать всеми достоинствами.

- **СВОБОДНЫЙ.** Этот вид конспекта предназначен для тех, кто умеет использовать сразу несколько способов работы с материалом. В нем может содержаться что угодно – выписки, цитаты, план и множество тезисов. Вам потребуется умение быстро и лаконично излагать собственную мысль, работать с планом, авторскими цитатами. Считается, что подобное фиксирование сведений является наиболее целостным и полновесным.

Правила конспектирования

1. Внимательно прочитайте текст. Попутно отмечайте непонятные места, новые слова, имена, даты.

2. Наведите справки о лицах, событиях, упомянутых в тексте. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля.

3. При первом чтении текста составьте простой план. При повторном чтении постарайтесь кратко сформулировать основные положения текста, отметив аргументацию автора.

4. Заключительный этап конспектирования состоит из перечитывания ранее отмеченных мест и их краткой последовательной записи.

5. При конспектировании надо стараться выразить авторскую мысль своими словами.

6. Стремитесь к тому, чтобы один абзац авторского текста был передан при конспектировании одним, максимум двумя предложениями.

При конспектировании лекций рекомендуется придерживаться следующих основных правил.

1. Не начинайте записывать материал с первых слов преподавателя, сначала выслушайте его мысль до конца и постарайтесь понять ее.

2. Приступайте к записи в тот момент, когда преподаватель, заканчивая изложение одной мысли, начинает ее комментировать.

3. В конспекте обязательно выделяются отдельные части. Необходимо разграничивать заголовки, подзаголовки, выводы, обособлять одну тему от другой. Выделение можно делать подчеркиванием, другим цветом (только не следует превращать текст в пестрые картинки). Рекомендуется делать отступы для обозначения абзацев и пунктов плана, пробельные строки для отделения одной мысли от другой, нумерацию. Если определения, формулы, правила, законы в тексте можно

сделать более заметными, их заключают в рамку. Со временем у вас появится своя система выделений.

4. Создавайте ваши записи с использованием принятых условных обозначений. Конспектируя, обязательно употребляйте разнообразные знаки (их называют сигнальными). Это могут быть указатели и направляющие стрелки, восклицательные и вопросительные знаки, сочетания PS (послесловие) и NB (обратить внимание). Например, слово «следовательно» вы можете обозначить математической стрелкой =>. Когда вы выработаете свой собственный знаковый набор, создавать конспект, а после и изучать его будет проще и быстрее.

5. Не забывайте об аббревиатурах (сокращенных словах), знаках равенства и неравенства, больше и меньше.

6. Большую пользу для создания правильного конспекта дают сокращения. Однако будьте осмотрительны. Знатоки считают, что сокращение типа «д-ть» (думать) и подобные им использовать не следует, так как впоследствии большое количество времени уходит на расшифровку, а ведь чтение конспекта не должно прерываться посторонними действиями и размышлениями. Лучше всего разработать собственную систему сокращений и обозначать ими во всех записях одни и те же слова (и не что иное). Например, сокращение «г-ть» будет всегда и везде словом «говорить», а большая буква «Р» – словом «работа».

7. Бесспорно, организовать хороший конспект помогут иностранные слова. Наиболее применяемые среди них – английские. Например, сокращенное «ок» успешно обозначает слова «отлично», «замечательно», «хорошо».

8. Нужно избегать сложных и длинных рассуждений.

9. При конспектировании лучше пользоваться повествовательными предложениями, избегать самостоятельных вопросов. Вопросы уместны на полях конспекта.

10. Не старайтесь зафиксировать материал дословно, при этом часто теряется главная мысль, к тому же такую запись трудно вести. Отбрасывайте второстепенные слова, без которых главная мысль не теряется.

11. Если в лекции встречаются непонятные вам термины, оставьте место, после занятий уточните их значение у преподавателя.

САМОПОДГОТОВКА К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ

Просмотрите конспект сразу после занятий. Пометьте материал конспекта лекций, который вызывает затруднения для понимания. Попробуйте найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Постарайтесь разобраться с непонятным материалом, в частности новыми терминами. Часто незнание терминологии мешает воспринимать материал на теоретических и лабораторно-практических занятиях на должном уровне. 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.

Ответьте на контрольные вопросы для самопроверки, имеющиеся в учебнике или предложенные в данных методических рекомендациях.

Кратко перескажите содержание изученного материала «своими словами».

Заучите «рабочие определения» основных понятий, законов.

Освоив теоретический материал, приступайте к выполнению заданий, упражнений; решению задач, расчетов самостоятельной работы, составлению графиков, таблиц и т.д.

ПОДГОТОВКА ПИСЬМЕННОЙ РАБОТЫ

При подготовке письменной работы необходимо обратиться к методическим указаниям по оформлению письменных работ.

РАБОТА НАД РЕФЕРАТОМ

Реферат — краткое изложение содержания первичного документа (книги, статьи, неопубликованных материалов) или результатов научно-исследовательских работ. В нем должны найти отражение уровень изученности темы, видение проблемных областей, умение анализировать и представлять различные точки зрения на проблему, формулировать выводы и предложения по возможному решению проблемы, навыки работы с литературными источниками. Реферат свидетельствует об информационной культуре, интеллектуальном уровне, креативности (творческом потенциале) обучающегося.

Общие требования к реферату следующие:

- точность и объективность в передаче информации из литературного источника, основной мысли автора (не относить к автору собственные мысли);
- полнота раскрытия темы реферата;
- доступность и ясность изложения;
- возможность составить представление:
 - о мнении автора источника по рассматриваемой теме;
 - о мнении автора реферата по этому же вопросу.

Таким образом, реферат должен содержать и концепцию авторов литературных источников, и концепцию автора реферата.

Содержание реферата

- План
- Введение. Обоснование темы (актуальность, теоретическая и практическая значимость). Цель и задачи работы.
 - Обзор литературных источников с анализом и критической оценкой автора реферата (положительные стороны и спорные точки зрения авторов рассматриваемых произведений).
 - Формулирование собственного взгляда на рассматриваемую проблему.
 - Выводы и предложения.
 - Литература.
 - Оглавление.

В реферате могут быть приложения в виде анкет, схем, диаграмм и пр.

На усмотрение автора в реферате могут быть разработаны отдельные тематические главы, параграфы, в которых анализируется соответствующая литература. При этом каждая глава должна содержать область выводов и переходный (логический) мостик к следующей главе. А общие выводы в конце реферата являются суммой выводов отдельных глав.

Список литературы в реферате имеет важное значение: он отражает степень разработанности темы в литературе.

Список литературы составляют:

- 1) по алфавиту авторов или названий статей;
- 2) в хронологическом порядке;
- 3) по тематическому принципу.

Общие правила библиографического описания предусматривают необходимый минимум сведений, который позволяет безошибочно отыскать книгу или статью (обязательные элементы описания): фамилия автора, заглавие, подзаголовочные данные, выходные данные (место издания, наименование издающего органа, год издания, страницы).

Объем текста реферата определяется содержанием документа (количеством сведений, их научной ценностью и/или практическим значением), а также доступностью и языком реферируемого документа.

РАБОТА НАД ЭССЕ

Эссе, как правило, имеет задание, посвященное решению одной из проблем, касающейся области учебных или научных интересов дисциплины, общее проблемное поле, на основании чего студент сам формулирует тему.

При раскрытии темы он должен проявить оригинальность подхода к решению проблемы, реалистичность, полезность и значимость предложенных идей, яркость, образность, художественную оригинальность изложения.

При формулировании цели обратить внимание на следующие вопросы:

- почему выбрали эту тему?
- в чем состоит актуальность выбранной темы?
- какие другие примеры идей, подходов или практических решений известны в рамках данной темы?
- в чем состоит новизна предлагаемого подхода?
- конкретная задача в рамках темы, на решение которой направлено эссе?

Содержание эссе должно отражать:

- анализ актуального положения дел в выбранной области. Актуальные вопросы, задачи;
- анализ мер, предпринимаемых государством, властями, государственными учреждениями, частными лицами, для решения актуальных задач в выбранной области;
- плюсы и минусы;
- изложение собственного подхода / идеи;
- практические рекомендации;
- перспективы использования данного подхода / его разработки;
- плюсы и минусы предложенной идеи;
- другое.

ВЫПОЛНЕНИЕ ПИСЬМЕННОГО ЗАДАНИЯ (РАСЧЕТНО-ГРАФИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ, КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА, ЗАПОЛНЕНИЕ РАБОЧЕЙ ТЕТРАДИ, ТВОРЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ, ПРЕЗЕНТАЦИЯ И ПР.)

Общие рекомендации

Внимательно прочитайте материал по конспекту, составленному на учебном занятии.

Прочитайте тот же материал по учебнику, учебному пособию.

Постарайтесь разобраться с непонятным материалом, в частности новыми терминами. Часто незнание терминологии мешает воспринимать материал на теоретических и лабораторно-практических занятиях на должном уровне.

Ответьте на контрольные вопросы для самопроверки, имеющиеся в учебнике или предложенные в данных методических рекомендациях.

Кратко перескажите содержание изученного материала «своими словами».

Заучите «рабочие определения» основных понятий, законов.

Освоив теоретический материал, приступайте к выполнению заданий, упражнений; решению задач, расчетов самостоятельной работы, составлению графиков, таблиц, презентаций и т.д.

Решение задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи).

Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками.

Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом.

Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты.

Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Задача — это цель, заданная в определенных условиях, решение задачи — процесс достижения поставленной цели, поиск необходимых для этого средств.

Алгоритм решения задач:

1. Внимательно прочитайте условие задания и уясните основной вопрос, представьте процессы и явления, описанные в условии.

2. Повторно прочтите условие для того, чтобы чётко представить основной вопрос, проблему, цель решения, заданные величины, опираясь на которые можно вести поиски решения.

3. Произведите краткую запись условия задания.

4. Если необходимо составьте таблицу, схему, рисунок или чертёж.

5. Определите метод решения задания, составьте план решения.

6. Запишите основные понятия, формулы, описывающие процессы, предложенные заданной системой.

7. Найдите решение в общем виде, выразив искомые величины через заданные.
8. Проверьте правильность решения задания.
9. Произведите оценку реальности полученного решения.
10. Запишите ответ.

Проблема - вид интеллектуальных задач, характеризующийся отсутствием готовых средств решения.

Алгоритм решения проблемной ситуации:

1. Осознание проблемной ситуации.
2. Анализ условий, выделение того, что известно, и того, что неизвестно, в результате чего проблема превращается в задачу.
3. Ограничение зоны поиска.
4. Формулирование гипотез как предположения о способах решения задачи.
5. Реализация гипотезы.
6. Проверка, в которой гипотеза соотносится с исходными условиями.

Если проверка подтверждает гипотезу, то осуществляется реализация решения. Если нет — то процесс решения продолжается снова и происходит до тех пор, пока решение не будет окончательно согласовано с условиями задачи.

Порядок выполнения контрольной работы

Приступать к написанию контрольной работы следует лишь после изучения основных тем дисциплины, основываясь на учебнике (учебном пособии) из списка основной литературы, рекомендованной по данному курсу, дополнительной учебной литературы, и нормативного материала по избранной теме (при наличии такой необходимости). Список рекомендуемой преподавателем научной литературы необходимо рассматривать как основу для самостоятельного поиска и анализа.

Подбор материала и план контрольной работы разрабатывается студентом самостоятельно, что дает преподавателю основание оценить степень усвоения изученного материала. При написании контрольной работы студенту следует проявить самостоятельность и не прибегать к простому переписыванию литературы. Преподаватель вправе учитывать качество проделанной работы при сдаче студентом зачета или экзамена по соответствующей дисциплине.

Введение контрольной работы должно содержать формулировку контрольного задания, краткое изложение цели контрольной работы.

Основная часть контрольной работы должна содержать базовые определения, доказательства, описание методики расчётов. В ходе написания основной части следует давать ссылки на используемые источники информации. В этой части следует также изложить ход собственных рассуждений, описать последовательность расчётов, привести промежуточные доказательства и результаты решения поставленной задачи.

В заключении следует сформулировать краткие выводы по проделанной работе и привести список использованных источников информации.

Типичными ошибками при выполнении контрольной работы являются:

- несоответствие содержания контрольной работы цели и поставленным задачам;
- неверное решение предложенных задач;

- нарушение установленных требований к оформлению работы;
- использование информации без ссылок на источник информации.

Порядок решения кейсов

При решении кейса студенты должны:

1) представить рассуждение по поводу: необходимости дополнительных данных и источников их получения; прогнозов относительно субъектов и/или причин возникновения ситуации;

2) продемонстрировать умения использовать системный подход, ситуативный подход, широту взглядов на проблему;

3) подготовить программу действий, направленную на реализацию, например, аналитического метода решения проблемы: проанализировать все доступные данные, превратить их в информацию; определить проблему; прояснить и согласовать цели; выдвинуть возможные альтернативы; оценить варианты и выбрать один из них.

Независимо от природы, предоставленного кейса, студентам нужно будет:

1. «Проанализировать» его: выявить, что и почему происходит, что может произойти и почему.

2. Объяснить ситуацию.

3. Оценить уже принятые меры.

4. Обсудить возможные будущие действия и сравнить их возможную эффективность.

Методика решения кейсов

1. Понимание задачи

Одно из ваших первых обязательных действий — понять, что от вас требуется:

- усвоение какой учебной темы предполагает решение кейса;
- какого рода требуется результат;
- должны ли вы дать оценку тому, что произошло, или рекомендации в отношении того, что должно произойти;
- если требуется прогноз, на какой период времени вы должны разработать подробный план действий;
- какая форма презентации требуется, каковы требования к ней;
- сколько времени вы должны работать с кейсом?

2. Просмотр кейса

После того как вы узнали, каких действий от вас ждут, вы должны «почувствовать» ситуацию кейса:

- просмотрите его содержание, стараясь понять основную идею и вид предоставленной вам информации;
- если возникают вопросы, или рождаются важные мысли, или кажутся подходящими те или иные концепции курса, прочитав текст до конца, выпишите их;
- после этого прочтите кейс медленнее, отмечая маркером или записывая пункты, которые кажутся существенными.

3. Составление описания как путь изучения ситуации и определения тем.

При просмотре кейса вам необходимо:

- структурировать ситуацию, оценивая одни аспекты как важные, а другие как несущественные;

- определить и отобразить все моменты, которые могли иметь отношение к ситуации. Из них вы сможете построить систему взаимосвязанных проблем, которые сделали ситуацию заслуживающей анализа;
- рассмотреть факторы, находящиеся вне прямого контекста проблемы, так как они могут быть чрезвычайно важны;
- выделить «темы» — связанные группы факторов, которые могут воздействовать на каждый аспект ситуации. Например, одна их часть может иметь дело с воспринимаемым низким качеством, другая — с поведением конкурента;
- опишите ситуацию (сравнивайте свои действия с поведением адвоката, расспрашивающего клиента, или врача, интересующегося у пациента его состоянием), ответив на вопросы:
 - Кто считает, что проблема, и почему?
 - На каком основании базируется мнение этих людей?
 - Что происходит (или не происходит), когда и где?
 - Какие связанные с происходящим вещи не являются проблемными и почему?
 - Что составляет более широкий контекст существующей ситуации?
 - Кто или что может влиять на проблемную ситуацию?
 - Есть ли другие заинтересованные лица, и кто они?
 - Каковы сдерживающие факторы, ограничивающие «пространство решения»?

4. Диагностическая стадия

Диагностическая стадия — одна из тех, к которым вы должны приложить максимум усилий, хотя ее успех зависит от эффективности предыдущих стадий:

- вспомните изученные вами ранее темы и проведите по ним мозговой штурм для выявления потенциально соответствующих кейсу теоретических знаний;
- вертикально структурируйте вопрос, начиная с тех, которые касаются отдельных работников, затем группы или подразделения, организации в целом и, наконец, окружающей среды. Таким образом, вы сможете создать матрицу основных вопросов и связанных с ними проблем и подумать о соответствующих концепциях для каждого «уровня».
- изучите обстоятельства возникновения ситуации;
- не забывайте возвращаться к информации кейса и более внимательно рассматривать факторы, ставшие важными в ходе диагностики. Вам нужно будет предъявить доказательства в поддержку вашего диагноза.
- отделяйте доказательства от предположений, факты от мнений и ставьте перед собой два вопроса: до какой степени вы уверены в правильности своих представлений и до какой степени их правильность важна для вашего диагноза.

5. Формулировка проблем

На этой стадии очень полезно:

- письменно сформулировать восприятие основных проблем. Формулировка проблем окажется базисной точкой для последующих обсуждений;
- при наличии нескольких проблем полезно установить их приоритетность, используя следующие критерии: важность — что произойдет, если эта проблема не будет решена; срочность — как быстро нужно решить эту проблему; иерархическое

положение — до какой степени эта проблема является причиной других проблем; разрешимость — можете ли вы сделать что-либо для ее решения.

6. Выбор критериев решения проблемы

Сразу после выяснения структуры проблемы следует подумать о критериях выбора решений. В определенном смысле структура и определит критерии. Например, если выяснилось, что самая серьезная проблема связана с корпоративной культурой, тогда решения должны будут повлиять на ее улучшение. Но если существуют также финансовые проблемы, тогда будут критерии выбора, связанные и с ними.

7. Генерирование альтернатив

Достигнув ясного понимания своих целей, приняв решение о том, к каким областям проблемы вы хотите обратиться, и, имея достаточную уверенность, что проанализировали основные причины возникновения проблемы, вы должны обдумать возможные дальнейшие пути. Важно разработать достаточно широкий круг вариантов, опираясь на известные или изучаемые концепции, чтобы предложить лучшие способы действий, опыт решения других кейсов, креативные методы (мозговой штурм, аналогия и метафора, синектика и др.).

8. Оценка вариантов и выбор наиболее подходящего

На стадии выбора вариантов определите критерии предпочтительности варианта. Критерии выбора варианта должны быть основаны на том, в какой мере они способствуют решению проблемы в целом, а также по признакам выполнимости, быстроты, эффективности, экономичности. Каждый из критериев необходимо проанализировать с позиций всех групп интересов. При оценке вариантов вы должны подумать о том, как они будут воздействовать не только на центральную проблему, но и на всю ситуацию в целом. Определите вероятные последствия использования ваших вариантов.

9. Презентация выводов

Роль обучающегося:

- изучить учебную информацию по теме;
- провести системно — структурированный анализ содержания темы;
- выделить проблему, имеющую интеллектуальное затруднение, согласовать с преподавателем;
- дать обстоятельную характеристику условий задачи;
- критически осмыслить варианты и попытаться их модифицировать (упростить в плане избыточности);
- выбрать оптимальный вариант (подобрать известные и стандартные алгоритмы действия) или варианты разрешения проблемы (если она не стандартная).

Порядок подготовки презентации

Компьютерную презентацию, сопровождающую выступление докладчика, удобнее всего подготовить в программе MS Power Point. Презентация как документ представляет собой последовательность сменяющих друг друга слайдов - то есть электронных страничек, занимающих весь экран монитора (без присутствия панелей программы). Чаще всего демонстрация презентации проецируется на большом экране, реже – раздается собравшимся как печатный материал. Количество слайдов

адекватно содержанию и продолжительности выступления (например, для 5-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов).

На первом слайде обязательно представляется тема выступления и сведения об авторах. Следующие слайды можно подготовить, используя две различные стратегии их подготовки:

- 1 стратегия: на слайды выносятся опорный конспект выступления и ключевые слова с тем, чтобы пользоваться ими как планом для выступления. В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования:

- объем текста на слайде – не больше 7 строк;
- маркированный/нумерованный список содержит не более 7 элементов;
- отсутствуют знаки пунктуации в конце строк в маркированных и нумерованных списках;
- значимая информация выделяется с помощью цвета, кегля, эффектов анимации.

Особо внимательно необходимо проверить текст на отсутствие ошибок и опечаток. Основная ошибка при выборе данной стратегии состоит в том, что выступающие заменяют свою речь чтением текста со слайдов.

- 2 стратегия: на слайды помещается фактический материал (таблицы, графики, фотографии и пр.), который является уместным и достаточным средством наглядности, помогает в раскрытии стержневой идеи выступления. В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования:

- выбранные средства визуализации информации (таблицы, схемы, графики и т. д.) соответствуют содержанию;
- использованы иллюстрации хорошего качества (высокого разрешения), с четким изображением (как правило, никто из присутствующих не заинтересован вчитываться в текст на ваших слайдах и всматриваться в мелкие иллюстрации);
- максимальное количество графической информации на одном слайде – 2 рисунка (фотографии, схемы и т.д.) с текстовыми комментариями (не более 2 строк к каждому);
- наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

Основная ошибка при выборе данной стратегии – «соревнование» со своим иллюстративным материалом (аудитории не предоставляется достаточно времени, чтобы воспринять материал на слайдах). Обычный слайд, без эффектов анимации должен демонстрироваться на экране не менее 10 - 15 секунд. За меньшее время присутствующие не успеют осознать содержание слайда. Если какая-то картинка появилась на 5 секунд, а потом тут же сменилась другой, то аудитория будет считать, что докладчик ее подгоняет. Обратного (позитивного) эффекта можно достигнуть, если докладчик пролистывает множество слайдов со сложными таблицами и диаграммами, говоря при этом «Вот тут приведен разного рода вспомогательный материал, но я его хочу пропустить, чтобы не перегружать выступление подробностями». Правда, такой прием делать в начале и в конце презентации – рискованно, оптимальный вариант – в середине выступления.

Если на слайде приводится сложная диаграмма, ее необходимо предварить вводными словами (например, «На этой диаграмме приводится то-то и то-то, зеленым

отмечены показатели А, синим – показатели Б»), с тем, чтобы дать время аудитории на ее рассмотрение, а только затем приступить к ее обсуждению. Каждый слайд, в среднем должен находиться на экране не меньше 40 – 60 секунд (без учета времени на случайно возникшее обсуждение). В связи с этим лучше настроить презентацию не на автоматический показ, а на смену слайдов самим докладчиком.

Особо тщательно необходимо отнестись к оформлению презентации. Для всех слайдов презентации по возможности необходимо использовать один и тот же шаблон оформления, кегль – для заголовков - не меньше 24 пунктов, для информации - для информации не менее 18. В презентациях не принято ставить переносы в словах.

Подумайте, не отвлекайте ли вы слушателей своей же презентацией? Яркие краски, сложные цветные построения, излишняя анимация, выпрыгивающий текст или иллюстрация — не самое лучшее дополнение к научному докладу. Также нежелательны звуковые эффекты в ходе демонстрации презентации. Наилучшими являются контрастные цвета фона и текста (белый фон – черный текст; темно-синий фон – светло-желтый текст и т. д.). Лучше не смешивать разные типы шрифтов в одной презентации. Рекомендуются не злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже).

Неконтрастные слайды будут смотреться тусклыми и невыразительными, особенно в светлых аудиториях. Для лучшей ориентации в презентации по ходу выступления лучше пронумеровать слайды. Желательно, чтобы на слайдах оставались поля, не менее 1 см с каждой стороны. Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текстом, иллюстрациями). Использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись (например, последовательное появление элементов диаграммы). Для акцентирования внимания на какой-то конкретной информации слайда можно воспользоваться лазерной указкой.

Диаграммы готовятся с использованием мастера диаграмм табличного процессора MSExcel. Для ввода числовых данных используется числовой формат с разделителем групп разрядов. Если данные (подписи данных) являются дробными числами, то число отображаемых десятичных знаков должно быть одинаково для всей группы этих данных (всего ряда подписей данных). Данные и подписи не должны накладываться друг на друга и сливаться с графическими элементами диаграммы. Структурные диаграммы готовятся при помощи стандартных средств рисования пакета MSOffice. Если при форматировании слайда есть необходимость пропорционально уменьшить размер диаграммы, то размер шрифтов реквизитов должен быть увеличен с таким расчетом, чтобы реальное отображение объектов диаграммы соответствовало значениям, указанным в таблице. В таблицах не должно быть более 4 строк и 4 столбцов — в противном случае данные в таблице будет просто невозможно увидеть. Ячейки с названиями строк и столбцов и наиболее значимые данные рекомендуется выделять цветом.

Табличная информация вставляется в материалы как таблица текстового процессора MSWord или табличного процессора MSExcel. При вставке таблицы как объекта и пропорциональном изменении ее размера реальный отображаемый размер

шрифта должен быть не менее 18 pt. Таблицы и диаграммы размещаются на светлом или белом фоне.

Если Вы предпочитаете воспользоваться помощью оператора (что тоже возможно), а не листать слайды самостоятельно, очень полезно предусмотреть ссылки на слайды в тексте доклада («Следующий слайд, пожалуйста...»).

Заключительный слайд презентации, содержащий текст «Спасибо за внимание» или «Конец», вряд ли приемлем для презентации, сопровождающей публичное выступление, поскольку завершение показа слайдов еще не является завершением выступления. Кроме того, такие слайды, так же как и слайд «Вопросы?», дублируют устное сообщение. Оптимальным вариантом представляется повторение первого слайда в конце презентации, поскольку это дает возможность еще раз напомнить слушателям тему выступления и имя докладчика и либо перейти к вопросам, либо завершить выступление.

Для показа файл презентации необходимо сохранить в формате «Демонстрация PowerPoint» (Файл — Сохранить как — Тип файла — Демонстрация PowerPoint). В этом случае презентация автоматически открывается в режиме полноэкранного показа (slideshow) и слушатели избавлены как от вида рабочего окна программы PowerPoint, так и от потерь времени в начале показа презентации.

После подготовки презентации полезно проконтролировать себя вопросами:

- удалось ли достичь конечной цели презентации (что удалось определить, объяснить, предложить или продемонстрировать с помощью нее?);
- к каким особенностям объекта презентации удалось привлечь внимание аудитории?
- не отвлекает ли созданная презентация от устного выступления?

После подготовки презентации необходима репетиция выступления.

ПОДГОТОВКА К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Как готовиться к практическому занятию.

1. Внимательно прочтите вопросы к заданию.
2. Подберите литературу, не откладывая ее поиски на последний день.
3. Прочтите указанную литературу, определите основной источник по каждому вопросу, делая выписки на листах или карточках, нумеруйте их пунктами плана, к которому они относятся.
4. Оформляя выписки, не забудьте записать автора, название, год и место издания, том, страницу.
5. При чтении найдите в словарях значение новых слов или слов, недостаточно вам известных.
6. Просматривая периодическую печать, делайте вырезки по теме.
7. Проверьте, на все ли вопросы плана у вас есть ответы.
8. На полях конспекта, выписок запиши вопросы, подчеркните спорные положения в тексте.

ТРЕБОВАНИЯ К ВЫСТУПЛЕНИЮ

Перечень требований к любому выступлению обучающегося примерно таков:

- связь выступления с предшествующей темой или вопросом;
- раскрытие сущности проблемы;

- методологическое значение для научной, профессиональной и практической деятельности.

Важнейшие требования к выступлениям студентов – самостоятельность в подборе фактического материала и аналитическом отношении к нему, умение рассматривать примеры и факты во взаимосвязи и взаимообусловленности, отбирать наиболее существенные из них.

Приводимые участником практического занятия примеры и факты должны быть существенными, по возможности перекликаться с профилем обучения. Примеры из области наук, близких к будущей специальности обучающегося, из сферы познания, обучения поощряются руководителем семинара. Выступление обучающегося 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.

Памятка участнику дискуссии.

1. Прежде чем выступать, четко определите свою позицию.
2. Проверьте, правильно ли вы понимаете проблему.
3. Внимательно слушайте оппонента, затем излагайте свою точку зрения.
4. Помните, что лучшим способом доказательства или опровержения являются бесспорные факты.
5. Не забывайте о четкой аргументации и логике.
6. Спорьте честно и искренне, не искажайте мыслей оппонентов.
7. Говорите ясно, точно, просто, отчетливо, своими словами, не «по бумажке».
8. Имейте мужество признать правоту оппонента, если вы не правы.
9. Никогда не «навешивайте ярлыков», не допускайте грубостей и насмешек.
10. Заканчивая выступления, подведите итоги и сформулируйте выводы.

ТРЕБОВАНИЯ К УСТНОМУ ДОКЛАДУ

1. Выберите тему из предложенной преподавателем тематики докладов и сообщений. Вы можете самостоятельно предложить тему с учетом изучаемого теоретического материала.
2. При подготовке доклада, сообщения используйте специальную литературу по выбранной теме, электронные библиотеки или другие Интернет-ресурсы.
3. Сделайте цитаты из книг и статей по выбранной теме (обратите внимание на непонятные слова и выражения, уточните их значение в справочной литературе).
4. Проанализируйте собранный материал и составьте план сообщения или доклада, акцентируя внимание на наиболее важных моментах.
5. Напишите основные положения сообщения или доклада в соответствии с планом, выписывая по каждому пункту несколько предложений.

6. Перескажите текст сообщения или доклада, корректируя последовательность изложения материала.

7. Подготовленный доклад может сопровождаться презентацией, иллюстрирующей его основные положения.

Построение доклада, как и любой другой научной работы, традиционно включает три части: вступление, основную часть и заключение.

Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема, и т. п.

В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т.п.

Основная часть также должна иметь четкое логическое построение. Изложение материала должно быть связным, последовательным, доказательным, лишенным ненужных отступлений и повторений.

7. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

7.1. Текущий контроль

Текущий контроль обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины. Основной задачей текущего контроля является повышение качества знаний и практических умений, развитие навыков самостоятельной работы, обеспечение обратной связи между преподавателем и слушателем в ходе изучения дисциплины.

Текущий контроль проводит преподаватель, ответственный за реализацию дисциплины.

Текущий контроль может проводиться:

- во время аудиторных занятий в соответствии с расписанием учебных занятий;
- во время самостоятельной работы обучающихся без присутствия преподавателя, с последующей проверкой результатов преподавателем;
- с использованием электронной информационно-образовательной среды.

К формам текущего контроля относятся:

Описание работ	Максимальное количество баллов
1. Посещение занятий/активность на занятиях/оценка социальных характеристик	5
2. Письменный контроль – эссе/ доклад/ реферат	10
3. Выполнение домашнего задания	15
4. Письменный контроль – кейс/деловая игра	20
5. Письменный контроль – тест	10
Итого текущий контроль:	60

ТИПОВАЯ ТЕМАТИКА ЭССЕ/ДОКЛАДОВ / РЕФЕРАТОВ

1. Анализ потребительского поведения и его использование в управлении предприятием.
2. Анализ потребительского поведения и его использование в управлении экономикой.
3. Асимметрия информации как отражение степени риска и неопределенности в управлении экономикой.
4. Влияние эластичности спроса на цену товара и объем выпуска
5. Возможности и необходимость определения оптимального объема капиталовложений компании.
6. Выбор инвестиционного проекта.
7. Границы государственного вмешательства в экономику.
8. Демпинг как способ завоевания конкурентных преимуществ и меры борьбы с ним.
9. Достоинства и недостатки методов оценки издержек.
10. Роль технологической подготовки производства в управлении экономикой фирмы.
11. Роль информационных технологий в управлении экономикой фирмы.
12. Государственное регулирование естественных монополий в российской экономике.
13. Реализация экономических целей в условиях использования привлеченных средств (Максимизация прибыли и возврат долга – какая из указанных задач полнее отражает экономические цели компании в условиях заемного капитала)
14. Реализация экономических целей в условиях использования акционерного капитала (Максимизация прибыли и максимизация благосостояния акционеров – какая из указанных задач полнее отражает экономические цели компании).
15. Методы оптимизации ассортимента продукции.
16. Механизмы и способы преодоления неопределенности.
17. Многонациональные корпорации и их риски в условиях глобализации.
18. Модель минимизации остатков незавершенного производства.
19. Определение зон и средств защиты предприятия от угроз в условиях ограниченности средств.
20. Определение оптимальной производственной структуры предприятия.
21. Оптимизация управления нововведениями на предприятии в условиях применения стратегии диверсификации.
22. Основные закономерности слияний и поглощений и их использование в управлении предприятием
23. Управление экономикой фирмы на основе теории жизненного цикла товара
24. Управление экономикой фирмы с учетом риска.
25. Проблемы измерения производительности в различных отраслях (производство, образование, правительство): критерии и возможность измерения.
26. Значение прогнозов в управление экономикой фирмы.
27. Оптимизация распределения ресурсов предприятия (между прямыми инвестициями и развитием инфраструктуры предприятия).

28. Репутационный риск предприятия: основные понятия и необходимость оценки.

29. Риски инвестиционного проекта.

30. Типологии товарных рынков: анализ, обоснованный выбор и использование при принятии решений.

31. Управление выходом фирмы на мировой рынок

32. Управление деловой репутацией коммерческих банков

33. Управление предприятием с учетом динамики структуры рынка

34. Управление распределением ресурсов между составляющими производственного процесса

35. Управление ресурсами фирмы в условиях кризиса

36. Характер и цели трансфертного ценообразования.

37. Ценовая дискриминация и позиция равенства.

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ КЕЙСА/ДЕЛОВОЙ ИГРЫ

Задание 1.

Кейс-анализ экономического выбора через альтернативные издержки

Результатом проведения кейс-анализа является овладение обучаемыми навыков анализа проблемных ситуаций, связанных с проблемой выбора в условиях ограниченных ресурсов.

Задание:

Определить основные факторы, необходимые для принятия решения в каждой ситуации. Оценить альтернативные издержки предлагаемых вариантов. Обоснуйте ваш выбор.

Описание примерных ситуаций:

Сотрудники фирмы должны определиться, где провести новогодний корпоратив.

Предстоит командировка в англоязычную страну. Надо срочно подтянуть язык. Как?

Решение вопроса о закупке дополнительного оборудования импортного или российского производства.

Нехватка оборудования. Что предпочесть - ремонт или закупка нового.

Нехватка специалистов. Что предпочесть – обучение собственных кадров или найм профессионалов со стороны.

Задание 2.

Кейс-анализ. Российский рынок автомобилей: слабый рубль как фактор спроса

Результатом проведения кейс-анализа является овладение обучаемыми навыков графического моделирования описываемых процессов и построения прогнозов относительно динамики равновесных параметров исследуемого рынка.

Используя приведенный ниже материал, проанализировать факторы спроса и предложения, динамику равновесной цены и среднесрочные перспективы рынка. Проиллюстрировать выводы графической моделью равновесия спроса и

предложения.

Дешевая нефть и слабый рубль спровоцировали небывалый рост продаж автомобилей в декабре 2014 года. По данным Ассоциации европейского бизнеса, за месяц в России было продано 270,7 тыс. машин, что на 2,4% больше, чем в конце 2013 года. Благодаря этому по итогам года автомобильный рынок сократился не на 11.6% (как ожидалось), а на 10,3%, до 2,5 млн. машин.

Ажиотажный спрос на автомобили в декабре был спровоцирован резким падением курса рубля, а затем и цены на нефть, говорит коммерческий директор ГК «Автомир» Виталий Грошенко: «Люди в прямом смысле бились за машины: между собой, с продавцами. Проблема усугублялась тем, что никто не понимал, что происходит», – добавляет он. По словам Грошенко, на волне ажиотажа проявилось два типа покупателей. Первые вкладывались в покупку автомобиля в надежде сохранить деньги. Хотя на деле машина быстро дисконтируется, поэтому это не самое лучше вложение средств. Вторые – покупатели из Белоруссии и Казахстана.

В сегменте массовых брендов главными бенефициарами декабрьского автомобильного бума стали Mazda и Mitsubishi – рост продаж на 61 и 51% соответственно. На третьем месте Kia – 26%. Главными аутсайдерами в массовом сегменте стали Chevrolet, Skoda и Ford. Несмотря на ажиотажный спрос в декабре, продажи этих брендов упали более чем на четверть. Минус 9% показал АвтоВАЗ.

В премиальном сегменте максимальный рост продаж был у Infiniti и Porsche – 69 и 66% соответственно. Замыкала тройку лидеров Audi – 15%. Отрицательные показатели в декабре были у BMW и Land Rover – 14 и 7%.

«По моим ощущениям, в декабре около 60% покупок были сугубо эмоциональными», – говорит Виталий Грошенко. Например, абсолютным лидером по росту продаж стала Isuzu. В декабре японский автоконцерн увеличил продажи в России в 11 раз, до 188 автомобилей.

«2014 год ознаменовался сильным финишем, хотя с кумулятивной потерей объема в 10% он останется годом разочарований для российской автомобильной индустрии. Перед лицом надвигающейся рецессии ожидания на 2015 год еще ниже», – заявил председатель комитета автопроизводителей АЕБ Йорг Шрайбер.

Задание 3.

Кейс-анализ потребительских предпочтений через эластичность спроса по доходу

Результатом проведения кейс-анализа является овладение обучаемыми навыков практической интерпретации количественных показателей, связанных с оценкой эластичности потребительского спроса.

В таблице приведены коэффициенты эластичности спроса по доходу на российском продовольственном рынке*. Классифицируйте приведенные ниже товары на нормальные и относительно худшие, предметы роскоши и первой необходимости. Обоснуйте характер потребительских предпочтений по каждой товарной группе.

Товар (товарная группа)	Ed	Характер товара	Товар (товарная группа)	Ed	Характер товара
Хлеб,	0,278		Алкоголь (без	3,237	

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

хлебопродукты			водки)		
Мясо, мясопродукты	1,934		Водка и ликероводочные изделия	6,512	
Рыба, рыбопродукты	0,496		Сыр	2,614	
Маргарин	-0,642		Чай	2,021	
Картофель	0,258		Консервы овощные	3,132	
Крупы и бобовые	0,439		Макаронные изделия	0,843	
Сахар	0,651		Кондитерские изделия	2,625	

Задание 4.

Игровое моделирование функции полезности экспериментальным путем

Результатом проведения игрового моделирования является овладение обучающимися навыков выявления индивидуальных потребительских предпочтений и их графическое представление в виде функции полезности и функции предельной полезности, и более глубокое понимание законов Госсена.

ОПИСАНИЕ ПРОЦЕССА ИГРОВОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

В игре могут принимать участие студенты в количестве не менее 6 и не более 30 чел.

Группа (курс) делится на команды численностью от 2 до 5 чел. Общее количество подгрупп (команд) не должно быть не менее 3-х и, желательно, не более превышать 6-и.

В каждой из команд один студент исполняет роль испытуемого, остальные студенты (члены команды) – роли исследователей маркетинговой компании.

Преподаватель, ведущий деловую игру, формулирует перед командами задачу (выведение количественной зависимости между объемом потребляемого блага и величиной предельной полезности индивидуума), алгоритм ее решения.

В задачу исследователей входит:

- 1) выбор продукта (блага), по которому будет проведено исследование,
- 2) определение условной шкалы ранжирования (5-бальной, 10-бальной, 100-бальной и т.д.),
- 3) проведение опроса испытуемого,
- 4) экспериментального выведения его потребительских предпочтений (в том числе точки насыщенности),
- 5) графическое представление полученных результатов.

После решения поставленных задач в командах происходит открытое обсуждение полученных результатов в следующем порядке:

1. Последовательно выступают представители всех команд с докладом-резюме по решению поставленной задачи.

2. Представленное сообщение и цифровые показатели обсуждаются представителями других команд.

3. Итог обсуждению подводит преподаватель, проводящий данную деловую игру.

В целом процесс открытого обсуждения полученных результатов не должен превышать 25 мин. учебного времени.

В завершении деловой игры преподаватель дает общую оценку полученных результатов (решению поставленных маркетинговых задач), оценивает ход обсуждения и поведение участников каждой из команд (т.е. студентов) и подводит итог деловой игре в целом (до 15 мин.).

Задание 5.

Игровое моделирование и кейс-анализ экономического выбора в условиях неопределенности (работа малыми группами)

Результатом проведения кейс-анализа является овладение обучаемыми навыков анализа проблемных ситуаций, связанных с проблемой выбора в условиях неопределенности и риска.

1 этап. Студентам предлагается типовой кейс на определение стратегии выбора в условиях неопределенности исходных факторов. Кейс разбирается публично преподавателем (или одним из студентов, по желанию).

Типовой кейс.

Фермер стремится сократить до минимума свои затраты. Для этого он должен определиться с использованием системы орошения. С одной стороны, давно не было дождя, и у фермера засыхает урожай. По оценкам метеорологов вероятность дождя 50%. Но с другой стороны, работа системы орошения обойдется фермеру в 100 руб. Если фермер польет растения или если пойдет дождь, то урожай принесет прибыль 1000 руб. Но если растения не получают воды, то прибыль составит только 500 руб.

Должен ли фермер поливать растения?

Возможные варианты событий записаны в таблицы:

Идет дождь – фермер поливает $1000-100=900$	Идет дождь – фермер не поливает $1000-0=1000$
Сухо - фермер поливает $1000-100=900$	Сухо - фермер не поливает урожай $500+0=500$

2 этап. Группа студентов делится на команды численностью 3-5 чел. Общее количество подгрупп (команд) должно быть не менее 3-х и, желательно, не более превышать 7-и. В игре могут принимать участие студенты в количестве не менее 6 и не более 30 чел.

3 этап. Преподаватель объясняет задачу: создать в каждой команде свой групповой кейс, отражающий проблему выбора экономического субъекта в условиях риска и неопределенности.

4 этап. Команды работают по созданию собственных кейсов, включающих описание проблемной ситуации и указание вероятности наступления различных сценариев рассматриваемого события.

5 этап. Команды приступают к открытому обсуждению полученных результатов в следующем порядке:

1. Выступает представитель соответствующей команды с решением предложенной им ситуации.

2. Представленное решение оппонируют представители других команд.

3. Итог обсуждению подводит преподаватель, проводящий данную деловую игру.

6 этап. Преподаватель подводит общие итоги, оценивая созданные группами кейсы и работу каждой группы.

Задание 6. Кейс-анализ закона убывающей отдачи на рынке контейнерных перевозок России

Результатом проведения кейс-анализа является овладение обучаемыми навыков практической интерпретации количественных показателей, связанных с оценкой эластичности потребительского спроса.

На основе приведенного ниже кейса проанализируйте действие закона убывающей отдачи на контейнерном рынке России. Укажите факторы, тормозящие развитие данного рынка. Какие пути выхода из сложившейся предлагаются в материале.

Как свидетельствует официальная статистика, темпы роста объемов контейнерных перевозок в нашей стране вдвое превышают общемировые. Однако даже если такая динамика сохранится, это не слишком улучшит ситуацию, поскольку мощности по обработке грузов расти в таком же темпе не успевают.

Правительство планирует за три года утроить мощности по обработке грузов. Но эти планы слишком оптимистичны: даже если потенциальные объемы терминальной перевалки будут расти на 25%, прирост мощностей по обработке грузов вряд ли превысит 10-12% в год.

Контейнеры – один из самых удобных способов перевозки грузов. Поэтому в мире уровень контейнеризации достигает 70%. В России до сих пор предпочитают перевозить традиционным способом – навалом или наливом, и уровень контейнеризации не превышает 3-4 %.

Как результат, часть прибыли уходит в порты сопредельных государств: например, порты Балтии обрабатывают до 300 000 направляющихся в Россию контейнеров ежегодно. Большой порт Санкт-Петербурга оценивает ежегодные потери от недополучения этих грузов в 20 млрд. руб. Но сам порт принять их не может: не хватает терминальных мощностей.

На Дальнем Востоке проблем еще больше, чем в Северной столице, ведь груз надо не только разгрузить, но и доставить до конечного пользователя. На сегодняшний день ОАО РЖД располагает только 40 контейнерными терминалами, а необходимо иметь 120.

В 2007 г. все крупные приморские города России приняли 2,9 млн. контейнеров. Это оборот заштатного китайского порта. Для сравнения, Гамбург за год пропускает порядка 9,3 млн. контейнеров, Роттердам – 10,3 млн., Гонконг – 23,6 млн., а Сингапур - 27,84 млн. контейнеров.

Следствием этого дефицита становятся растущие цены. Сборы портов за обработку грузов в России в разы превышают тарифы зарубежных конкурентов, и как результат, все больше операторов отдают предпочтение портам сопредельных государств.

Согласно планам строительства новых терминалов, компании-операторы могут к 2010 г. утроить мощности по обработке контейнеров, и довести их до 4,5 млн. в год. Однако решения проблем с перегрузкой и транспортировкой контейнеров пока нет.

А значит, рассчитывать на утроение грузопотока к 2010 г. пока не приходится.

Задание 7. Деловая игра «Сравнительный анализ целесообразности продолжения производства в краткосрочном периоде».

Результатом проведения деловой игры является выработка у обучаемых практических навыков расчета недостающих экономических показателей (издержек, дохода, прибыли), и на их основе проведение анализа целесообразности продолжения производства в условиях отрицательной экономической прибыли.

ОПИСАНИЕ ПРОЦЕССА ИГРОВОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

В игре могут принимать участие студенты в количестве не менее 6 и не более 30 чел.

Группа студентов делится на команды (фирмы) численностью от 2 до 4 чел. Общее количество подгрупп (команд) должно быть не менее 3-х и, желательно, не более превышать 7-и.

Члены команд исполняют роль приглашенных аналитиков, задача которых провести исследование краткосрочных перспектив деятельности фирм.

Преподаватель, ведущий деловую игру, формулирует перед командами задачу проведения краткосрочного экономического анализ и алгоритм ее решения.

В задачу аналитиков входит: 1) определение списка отсутствующих экономических показателей, необходимых для оценки прибыли компании, 2) определение величины краткосрочной прибыли или убытков, 3) определение целесообразности закрытия или продолжения производства в случае убыточности данной фирмы, 5) публичное представление промежуточных расчетов и полученных результатов.

После решения поставленных задач в командах происходит открытое обсуждение полученных результатов в следующем порядке:

1. Последовательно выступают представители всех команд с докладом-резюме по решению поставленной задачи.

2. Представленное сообщение и цифровые показатели обсуждаются представителями других команд.

3. Итог обсуждению подводит преподаватель, проводящий данную деловую игру.

В целом процесс открытого обсуждения полученных результатов не должен превышать 25 мин. учебного времени.

В завершении деловой игры преподаватель дает общую оценку полученных результатов, оценивает ход обсуждения и поведение участников каждой из фирм (т.е. студентов) и подводит итог деловой игре в целом (до 15 мин.).

На конкурентном рынке действуют семь фирм. В силу субъективных причин исследователи имеют доступ к ограниченному количеству данных. Проведите краткосрочный экономический анализ (прибыль и целесообразность продолжения производства в случае убытков) каждой из семи фирм. (Все цены даны в рублях, а объемы в натуральных единицах).

Доступные исследователям показатели

<i>Доступные исследователям показатели</i>	
Фирма №1	Было реализовано Q=1000 ед. по цене P=3,5 тыс. руб./ед. Совокупные

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

	постоянные издержки производства составляют $TFC=1500$ тыс. руб., а средние переменные равны $AVC=2,5$ тыс. руб.
Фирма №2	Было реализовано $Q=100$ ед. по цене $P=12$ тыс. руб./ед. Совокупные издержки производства составляют $TC=1600$ тыс. руб., а средние переменные равны $AVC=2$ тыс. руб.
Фирма №3	После реализации своей продукции по цене $P=3$ тыс. руб./ед. получила выручку в размере $TR=300$ тыс. руб. По имеющимся данным, совокупные постоянные издержки равны $TFC=100$ тыс. руб., а средние переменные издержки производства - $AVC=2,5$ тыс. руб.
Фирма №4	После реализации своей продукции в объеме $Q=100$ ед. получила выручку в размере $TR=300$ тыс. Совокупные постоянные издержки производства равны $TFC=50$ тыс. руб., средние совокупные равны $ATC=4$ тыс. руб.
Фирма №5	Реализует свою продукцию по цене $P=30$ тыс. руб., ее постоянные издержки производства равны $TFC=600$ тыс. руб., переменные издержки равны $TVC=800$ тыс. руб., а средние совокупные издержки составляют $ATC=35$ тыс. руб.
Фирма №6	Получила от реализации своей продукции $TR=800$ тыс. руб. Ее совокупные постоянные издержки оцениваются в $TFC=100$ тыс. руб., средние совокупные издержки составляют $ATC=35$ тыс. руб., а средние переменные издержки $AVC=30$ тыс. руб.
Фирма № 7	Реализовала $Q=100$ ед. по цене $P=12$ тыс. руб./ед. Совокупные постоянные издержки производства составляют $TFC=150$ тыс. руб., а совокупные переменные издержки $TVC=1650$ тыс. руб.

Задание 8. Кейс-прогноз изменения рыночной власти в отрасли.

Результатом проведения кейс-прогноза является овладение обучаемыми навыков практической интерпретации рыночных тенденций, связанных с оценкой рыночной власти.

Как изменится при прочих равных условиях рыночная власть отдельной фирмы в отрасли при следующих обстоятельствах?

№	Рыночная ситуация	Последствия
1.	Увеличение концентрации производства в руках ценового лидера	
2.	Заключение картельного соглашения между основными участниками рынка	
3.	Повышение ценовой эластичности спроса на продукт из-за появления на рынке более эффективных аналогов.	
4.	Расширение числа фирм в отрасли	
5.	Сокращение уровня рентабельности рассматриваемой фирмы.	
6.	Проведение эффективной рекламной компании предлагаемого продукта	
7.	Начало ценовой войны между фирмами отрасли	
8.	Непредвиденное увеличение рыночного спроса на продукт	
9.	Ужесточение барьеров вхождения в отрасль.	
10.	Потеря продуктом его уникальности из-за появления на рынке зарубежных аналогов.	

11.	Сокращение числа фирм в отрасли.	
12.	Сокращение уровня средних издержек рассматриваемой фирмы.	
13.	Сокращение эластичности спроса на продукцию фирмы как результат изменения потребительских предпочтений	
14.	Рост цен на энергоносители для всех компаний отрасли	
15.	Отмена лицензирования данного вида деятельности	

Задание 9.

Кейс-анализ факторов, позволяющих компаниям проникать на рынки со сверхвысокими барьерами

Настоящий кейс-анализ предназначен для закрепления полученных студентами на лекции теоретических знаний и умений темы 6 «Конкурентная среда бизнеса и особенности ценообразования».

Результатом проведения кейс-анализа является овладение обучаемыми навыков экспертной оценки наиболее значимых барьеров входа-выхода в отрасли и путей их преодоления.

На основе приведенного ниже кейса проанализируйте факторы, позволяющие компаниям проникать на рынки со сверхвысокими барьерами. Какие мотивы двигают данными компаниями? Какие стратегии проникновения эксперты выделяют как наиболее успешные?

Эти рынки напоминают переполненную чашу – они насыщены продуктами и неприступны для новых игроков.

Почему же компании стремятся туда, где их никто не ждет – на рынки, переживающие стадии зрелости и даже спада. Французский исследователь регрессирующих отраслей Оливье Санзо считает, что «крайне неприятный фактор высокой конкуренции уравнивается желанием проникнуть на рынок, где есть стабильный спрос, сохраняющийся даже в случае общей рецессии и спада».

Но этот «неприятный фактор» может обернуться для непрошенного гостя невосполнимыми финансовыми потерями, так что причины, по которым компании пытаются брать на абордаж неприступные рынки, требуют рациональных пояснений. Можно выделить три основных мотива для такого решения.

1. Невозможность роста на домашней территории и, как выход, экспансия на чужую. В частности, по этой причине открывшая 80 аптек и 30 аптечных магазинов в Санкт-Петербурге сеть «Первая помощь» вынуждена выходить на рынок Москвы – по всем оценкам, уже переполненный предложением и с дефицитом торговых площадей. В столице действуют около десятка аптечных сетей, не считая множества частных и государственных аптек. Согласно данным агентства DSM Group, по количеству аптек на число горожан Москва превосходит страны Западной Европы: на одну аптеку приходится 3,2 тыс. человек (в Германии и Бельгии – 3,7–3,8 тыс., а в Великобритании и вовсе 4,8 тыс. человек). Впрочем, это не помешало «Первой помощи» уже открыть в столице первую точку с намерением увеличить их число до 20 только за год.

2. Трудности развития в первоначально избранном узком секторе рынка. Даже

неудачный опыт конкурентов не остановил компанию «Солнечные продукты», которая вознамерилась занять 5% российского рынка бутилированного подсолнечного масла, где новым брэндам, как отмечают в торговом доме WJ, за последнее время не удавалось подняться выше минимального объема продаж. Пойти на этот авантюрный шаг ее заставила собственная доля на рынке маргарина и спредов, несмотря на все усилия, остающаяся неизменной вот уже несколько лет.

3. Иллюзии высокой эластичности спроса. Выражаясь словами Теодора Левита, «воображаемая конъюнктура» погружает фирму в состояние, при котором она не замечает барьеров входа на плотный рынок. Прозрение приходит, и довольно быстро – с отрицательной динамикой продаж.

Впрочем, нет ничего тривиальнее конкуренции как причины сворачивания амбициозных проектов (если не финансового краха). Удивляет другое: как новой компании с ограниченными финансовыми возможностями удастся утвердиться на рынке, за каждую пядь которого ведется ожесточенная борьба?

Анализ обстоятельств выхода на конкурентные рынки целого ряда российских компаний, позволяет экспертам выделить несколько успешных стратегий.

Конкуренция в мирных целях

Для крупных и инертных компаний, как считает Майкл Портер, зрелость рынка – не лучшая новость. Однако гибким компаниям небольшого размера эта стадия дает некоторые преимущества: им легче провести сегментацию. «Аналогичным образом – полагает Портер, – новая фирма, входящая в отрасль на этапе ее перехода к зрелости и обладающая финансовыми и иными ресурсами, но свободная от связей с прошлым, часто оказывается в состоянии занять сильную позицию на рынке».

Мысль Портера в полной мере можно отнести к так называемой интеграционной стратегии – превращение конкурентов в партнеров. Ее суть в том, что компания при выходе на переполненный рынок не вступает в конкуренцию с действующими игроками, но вовлекает их в сферу своей деятельности, являясь предвестником новых технологий.

Подобную карту разыграла компания Mobile Innovations, которая недавно вышла на российский рынок мобильного контента со своим продуктом iDea Fun. Компания была основана на деньги зарубежных венчурных инвесторов в середине 2005 года. Уже тогда было заметно, что рынок стагнирует. По оценкам аналитиков из J'son & Partners, рост составил всего на 20% вместо прогнозируемых 160%, а прибыли упали почти до нуля. В этих условиях компания решила сделать ставку на ноу-хау. Были изучены тенденции и перспективы аналогичных рынков Европы, США и Японии.

В результате была создана платформа, позволяющая работать со всеми существующими формами мобильного контента, а также включающая поддержку чатов, блогов и игровых ресурсов. Преимущество нового решения Mobile Innovations оценили два ведущих контент-провайдера и уже заключили с компанией договора о сотрудничестве. Кроме того, новой фирме удалось подписать контракт с крупнейшей виртуальной службой знакомств tamba.ru. Сейчас она ведет переговоры с Rambler, представителем компании-разработчика самого распространенного в России интернет-пейджера ICQ. При этом все бывшие конкуренты должны начать благодаря

iDea Fun работать в единой связке: распространение нового продукта с контентом партнеров пойдет одновременно по всем каналам.

Старое по-новому

Современное разнообразие торговых форматов открывает перед компанией широкие возможности для творческого комбинирования продукта и способов его продаж. Необычный формат позволяет ей выйти на высококонкурентный рынок без лобового столкновения с существующими игроками, привлекая потребителя принципиально новым сервисом.

До недавнего времени сеть магазинов Sunrise, в основном торгующих компьютерами и комплектующими к ним, развивалась только в регионах. Следующим логичным шагом компания посчитала проникновение в столицу. Но результаты работы первых же двух салонов сети в Москве показали, что этот рынок ей не по зубам. Рынок компьютерной розницы в Москве уже давно стремится к насыщению. Поэтому компании, развивающие компьютерный ритейл, все чаще предпочитают инвестировать за пределами МКАД. Неслучайно крупный российский дистрибутор компьютерной и цифровой техники Merlion, объявивший на днях о планах создания сети из 500 розничных компьютерных магазинов «Позитроника», в Москве за этот год собирается открыть не более пяти точек – в 30 раз меньше, чем в регионах. Тем временем конкуренция в столице обостряется не только между салонами. Заметную долю оттягивают компьютерные рынки типа Савеловского.

В конце концов в центральном офисе Sunrise уже подумывали сворачивать розничный бизнес в Москве и, вероятно, поступили бы так, если бы одному из менеджеров не пришла в голову любопытная идея. А что, предположил он, если дать покупателю то, чем тот уже пользуется с помощью различных каналов продаж, но все сразу и в красивой оболочке? Так появился первый в России компьютерный гипермаркет «Санрайз-про», благодаря которому компания вошла в пятерку крупнейших розничных торговцев Москвы».

Фактически речь идет о создании узкоспециализированного ритейлингового сервиса, подобного давно опробованным на Западе и развивающимся в России мебельным, строительным или садовым гипермаркетам. В данном случае был применен принцип интернет-магазина. В зале нет ни товаров, ни продавцов – только терминалы, где можно выбрать нужные позиции и сделать заказ (похожим образом выглядят торговые залы сети продуктовых магазинов «Утконос»).

Проведенные Sunrise исследования говорили том, что потребителей привлекает в первую очередь широта ассортимента. К тому же многие из них предпочитают делать покупки в интернете, поскольку чаще всего точно знают, что им нужно, и ориентируется главным образом на стоимость. Учитывая это, «Санрайз-про» попытался предложить клиентам привычный для них формат обслуживания и низкие цены (поскольку исключил из оборота часть расходов, типичных для классической розницы). Если покупателю все же нужна консультация, она оказывается на платной основе.

Игольное ушко спроса

Обычно стратегия бесконечного разнообразия связана с огромным риском для реализующей ее компании. Идея здесь следует из самого названия. В

потребительской аудитории, в целом консервативной, всегда найдется прослойка людей, падких на все новое. Следовательно, товар или услуга «с небольшими отличиями» – имиджевыми или функциональными – теоретически обеспечит компании определенную долю даже самого насыщенного рынка.

На деле решение потеснить конкурентов на рынке круглых мячей всех мыслимых цветов и размеров путем придания продукту новой (допустим, более квадратной) формы редко приводит к успеху. Но изучение спроса, по тем или иным причинам неудовлетворенного, может открыть вакансию для новичка.

Дополнением к существующему предложению в Москве полтора года назад стал журнал Time Out, выпускаемый петербургским ИД «Собака» по лицензии британского издателя. Ситуация на рынке тогда была крайне сложной. В столице, к появлению Time Out выходили по меньшей мере три издания аналогичного формата – прежде всего журнал «Афиша», а также «Ваш досуг» и «Где» (кроме того, в Москве распространялось бесплатное издание Where, но оно издавалось на английском языке и, соответственно, целиком было ориентировано на иностранцев). Никто не ожидал новинок в этой тесной нише. Между тем журналу удалось занять определенное место на московском рынке досуговой периодики. Что сделал Time Out? Тщательно изучив поле предстоящей битвы, рекомендовал розничную цену на свои еженедельные номера на уровне 30 руб., в то время как самый известный на рынке журнал «Афиша» выходил дважды в месяц и стоил вдвое дороже. Что касается контента, издание предложило читателям нечто среднее между все той же «Афишей», легким чтивом для интеллектуалов – и народными журналами без затей типа «Вашего досуга».

Таким образом Time Out сумел разнообразить ассортимент и предложить рынку что-то новое, чего нет у конкурентов.

Впрочем, очевидно: уверенность, с какой компании отправляются покорять конкурентные рынки, сама по себе еще не является победоносным оружием. Какие бы умные стратегии ни служили заявленной цели, они тем не менее не могут подменить собой два качества, украшающих менеджмент любой фирмы – осмотрительность и трезвую самооценку.

ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. *Что из ниже перечисленного не имеет отношения к определению предмета управленческой экономики?*

1. принятие решений в условиях риска и неопределенности;
2. свободные факторы производства;
3. экономические факторы производства;
4. принятие решений в условиях ограниченности ресурсов.

2. *Труд, капитал, земля, предпринимательская способность - базовая классификация факторов производства. Можно ли отнести к факторам производства деньги?*

1. можно, если они используются для покупки инвестиционных ресурсов
2. можно, если ими оплачиваются услуги труда
3. можно, если деньги помещены в банк и приносят процент

4. нельзя, т.к. деньги являются финансовыми средствами и в реальном производстве не участвуют

3. Индивидуальный предприниматель решает разместить рекламу о своей продукции в интернете. Поскольку у него нет достаточных знаний, то для реализации этой задачи ему потребуется 10 часов времени. Профессиональный маркетолог выполнит эту работу за 2 часа (оплата его работы 5 тыс. руб.). Как выгоднее поступить предпринимателю, если его доход составляет 1 тыс. руб./час? Ответ подтвердите расчетами.

4. Компания разработала три сценария своего функционирования на рынке

Сценарий	Ожидаемый доход	Вероятность сценария
Оптимистичный	40	25 %
Нормальный	25	50%
Пессимистичный	-8	25%

Как можно оценить уровень риска данной компании?

5. Во второй половине 1970-х годов потребление кофе на душу населения в Западной Европе упало, а его цена удвоилась. Это можно объяснить тем, что:

1. спрос на кофе вырос;
2. одновременно выросли спрос на кофе и его предложение;
3. спрос на кофе снизился;
4. предложение кофе понизилось.

6. Отразить на графических моделях равновесия спроса и предложения на рынке соков следующие обстоятельства (при прочих равных условиях)

А. Рост издержек производства как результат засушливого лета и неурожая плодовоовощных культур.

В. Приход на российский рынок новых иностранных компаний, производителей соков.

С. Значительный интерес россиян к альтернативным соку напиткам (квасу, морсам и т.д.)



7. Цена товара выросла с 2 руб. до 4 руб., а объем спроса сократился со 100 до 90 единиц. Определите коэффициент ценовой эластичности спроса.

8. Функция спроса на рынке бытовой техники представлена уравнением $Q_d = 45 - 3P$, а функция предложения - уравнением $Q_s = 2P$, где P - рыночная цена, а Q_d , Q_s - объемы спроса и предложения. Определите равновесную цену и равновесный объем продаж на данном рынке.

9. Маркетинговая компания исследовала рынок и выяснила, что с изменением цены на товар, коэффициент ценовой эластичности спроса на товар также менялся. При какой цене выручка фирмы будет максимальной?

Цена (в тыс.руб.)	20	25	30	35	40
Эластичность	-0,8	-0,9	-1,0	-1,5	-2,0

10. Функция полезности, получаемой менеджером от работы с документами, имеет вид $TU = 70 + 30x - 10x^2$, где x - количество часов работы. Через сколько часов менеджер достигнет «насыщения» и его производительность начнет сокращаться?

11. Получение фирмой максимально высоких совокупных доходов гарантирует

1. минимальный уровень средних издержек (себестоимости)
2. минимальный уровень предельных издержек
3. максимально высокий объем чистой прибыли
4. все ответы неверны

12. Заполните таблицу, вписав соответствующие экономические понятия

Определение	Понятие
Период времени, в течение которого фирма не может изменить хотя бы один фактор производства	
Стоимость других товаров и услуг, которые можно было бы получить при наилучшем из альтернативных направлений использования имеющихся у фирмы ресурсов	
Дополнительные издержки, которые несет фирма при увеличении производства на единицу	
Затраты, которые не могут быть возвращены предпринимателю, даже путем закрытия производства	

13. Какие из перечисленных ниже издержек не должны учитываться при определении оптимального объема выпуска фирмы?

1. средние переменные издержки;
2. предельные издержки;
3. неявные издержки
4. невозвратные издержки.

14. Функция совокупных издержек фирмы задана формулой $TC=500+6q+q^2$

² Оцените прибыль компании (Π) и величину ее предельных издержек (MC), если при объеме выпуска $q=10$ ед. цена реализации $p=150$ руб./ед. (2 балла)

15. Функция совокупных издержек конкурентной фирмы имеет вид $TC=50+8q+q^2$. В данных условиях фирма получает максимально возможную прибыль при объеме выпуска $q^*=90$ ед. По какой цене реализует свою продукцию конкурентная фирма? (2 балла)

16. Фирма, работающая на конкурентном рынке, представила следующие данные о своей деятельности:

Цена реализации $P=12$ руб.

Объем производства за год $Q=5000$ ед.

Совокупные постоянные издержки $TFC=6000$ руб.

Средние переменные издержки $AVC=11,5$ руб.

Предельные издержки $MC=12$ руб.

Дайте ответ на ниже приведенные вопросы и кратко их обоснуйте

1. Является ли положение данной фирмы оптимальным?
2. Должна ли фирма продолжать свою деятельность в краткосрочном периоде?
3. Какова долгосрочная прибыль фирмы, если все показатели остаются прежними? (1 балл)

17. Модель чистой монополии предполагает, что

- а. и продавцы и покупатели активно воздействуют на рыночные цены
- б. проникновение на рынок новых фирм затруднено, но возможно

в. коэффициент Лернера стремится к 1 (единице)

г. коэффициент Херфиндаля-Хиршмана стремится к 1 000

18. *В условиях монополии барьером для проникновения в отрасль могут служить*

а. лицензирование отдельных видов деятельности

б. патентное право на изобретение

в. более низкие издержки крупного производства

г. контроль над редкими источниками сырья

д. все ответы верны

19. *Возникновение естественных монополий связано с*

а. монополизацией природных источников сырья

б. постоянным эффектом масштаба производства

в. производством фирмами-монополистами общественно значимой продукции

г. возможностью крупных фирм снижать средние издержки в долгосрочном периоде

20. *Фирма осуществляет ценовую дискриминацию, если она*

а. продает свой товар в различных регионах страны по различным ценам

б. реализует по разным ценам товары для розничной и оптовой торговли

в. продает свой товар разным покупателям по разным ценам, при этом издержки на выпуск единицы товара одни и те же

г. продает различную продукцию разным покупателям по разным ценам

21. *Примером ценовой дискриминации не могут служить*

а. более высокие цены на посещение музеев и выставок для иностранных туристов

б. различия в ценах поставки, учитывающие транспортные издержки

в. более высокие цены на премьерные просмотры в театрах

г. скидки с базовой цены товара в случае его приобретения в больших объемах

22. *Для рынка монополистической конкуренции характерно*

а. присутствие на рынке единственной фирмы

б. присутствие в отрасли значительное количество фирм, выпускающих дифференцированную продукцию

в. присутствует значительное количество фирм, выпускающих однородную продукцию

г. для фирм отрасли характерна высокая рыночная власть

23. *Олигопольный рынок схож с рынком монополистической конкуренции тем, что*

а. отсутствуют значительные барьеры для проникновения на рынок

б. действует значительное количество фирм

в. действует ограниченное количество фирм

г. в отличие от совершенной конкуренции фирмы обладают ненулевой рыночной властью

24. *Вероятность возникновения картеля при олигополии выше в отрасли*

1. с относительно небольшим количеством фирм

2. выпускающей однородный, а не дифференцированный продукт

3. где фирмы имеют примерно одинаковый уровень издержек
4. спрос на продукцию характеризуется низкой ценовой эластичностью спроса
5. все ответы верны
25. На рынках стали и автомобилей, имеющих олигополистическую структуру, функционируют по 4 фирмы. На каком рынке выше степень концентрации (CR_3), если рыночные доли фирм на рынке стали составляют 40%, 25%, 25% и 10%, а на рынке автомобилей - 35%, 35%, 25% и 5%?
26. Функция спроса представлена уравнением $Q_d = 16 - 2P$, а функция предложения - уравнением $Q_s = 2P + 4$, где P - рыночная цена, а Q_d , Q_s - объемы спроса и предложения. Государство установило налог на производителя в размере 1 долл./шт. Оцените равновесный объем продаж в отрасли после введения налога.

7.2. Промежуточная аттестация

Целью промежуточной аттестации является проверка усвоения обучающимися знаний по всем темам учебной дисциплины и уровня формирования всех компетенций, закрепленных за данной дисциплиной.

Перед допуском на промежуточную аттестацию каждый обучающийся оценивается совокупной оценкой (совокупным баллом) по результатам текущего контроля.

Промежуточная аттестация осуществляется в форме зачета с оценкой.

В качестве средств, используемых на промежуточной аттестации предусматривается: ответы на вопросы к зачету.

ТИПОВЫЕ ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. Предмет управленческой экономики. Ресурсы и потребности, их классификация. Проблема выбора: что? как? для кого производить?
2. Альтернативные издержки, способ их оценки в управленческой практике.
3. Экономические модели и их использование в управленческой экономике. Логические ошибки, встречающиеся в экономическом анализе.
4. Модель равновесия спроса и предложения и ее использование для прогнозов рыночных параметров
5. Нефункциональные виды спроса: эффект "вагона", эффект сноба, эффект показательного потребления и др. и способы их оценки через коэффициенты эластичности.
6. Эластичность спроса по цене. Способ подсчета (формула дуговой и точечной эластичности). Факторы, ее определяющие эластичность. Ценовая эластичность спроса и доход фирмы.
7. Два подхода к анализу полезности и потребительского поведения. Оптимальный выбор потребителя.
8. Организационно-правовые формы коммерческих предприятий: индивидуальное предпринимательство, товарищество (партнерство), акционерное общество (корпорация). Сравнительный анализ.

9. Производство как экономическая категория. Технология производства. Экономическая и технологическая эффективность производства.
10. Факторы производства и их классификация. Постоянные и переменные факторы производства.
11. Производство в краткосрочном периоде. Закон убывающей отдачи (убывания предельного продукта) и его учет в управленческой практике.
12. Издержки производства и их классификация.
13. Эффект масштаба производства. Минимально эффективный размер предприятия и структура отрасли.
14. Рынок совершенной конкуренции, общая характеристика. Определение условий оптимума на конкурентном рынке.
15. Условие целесообразности прекращения производства в условии оптимума (соотношение цены и средних переменных издержек). Цена безубыточности.
16. Рынок чистой монополии, общая характеристика. Причины возникновения монополий. Естественные монополии и эффект масштаба производства.
17. Монопольная (рыночная) власть и ее источники. Коэффициент Лернера и ценовая эластичность спроса.
18. Ценовая дискриминация в бизнес-практике и ее разновидности.
19. Информация как экономический ресурс. Риск и фактор неопределенности. Экономические последствия рыночной неопределенности. Асимметричная информация. Рынок «лимонов».
20. Оценка риска и способы его минимизации. Информация. Диверсификация риска. Страхование.
21. Роль государства в рыночной экономике. Провалы рынка, провалы государства и способы их преодоления.

8. Критерии оценки качества знаний для контроля успеваемости обучающихся

Для оценки полученных знаний и освоения учебного материала по дисциплине используются следующие формы обязательного контроля: текущий и промежуточная аттестация.

Успешность изучения дисциплины, завершающейся экзаменом или зачетом (выбрать необходимый вариант), оценивается суммой баллов исходя из 100 максимально возможных и включает две составляющие:

Итоговая оценка = Работа во время изучения дисциплины (60) + Ответ при промежуточной аттестации (40)

Описание работ	Максимальное количество баллов
1. Посещение занятий/активность на занятиях/оценка социальных характеристик	5

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

2. Выполнение форм текущего контроля успеваемости:	55
Итого текущий контроль:	60
Промежуточная аттестация:	40
Итого по всем формам контроля:	100

Оценка социальных характеристик обучающегося рассматривается как неотъемлемый элемент учебно-воспитательного процесса и проводится в целях повышения ответственности и организованности обучающихся, их мотивации глубокому и всестороннему усвоению необходимого объема знаний, привития навыков систематической работы.

В число обязательных параметров (критериев) оценки социальных характеристик обучающегося входят:

- уважительное, корректное общение с преподавателем
- уважительное, корректное общение с обучающимися;
- посещение занятий;
- активность на занятиях;
- соблюдение правил внутреннего учебного распорядка.

Шкала соответствия оценок:

5-ти балльная система	Рейтинговая оценка	Соответствие системе зачтено/не зачтено
«Отлично»	86-100	Зачтено
«Хорошо»	80-85	
	71-79	
«Удовлетворительно»	65-70	
	56-64	
«Неудовлетворительно»	Менее 55	Не зачтено

Соответствие оценок балльно-рейтинговой системы Института МИРБИС:

100-балльная оценка	Определение
86 - 100	« Отлично » - теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному .
80 - 85	« Очень хорошо » - теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному .
71 - 79	« Хорошо » - теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно , все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками .

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

100- балльная оценка	Определение
65 - 70	« Удовлетворительно » - теоретическое содержание курса освоено частично , но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнены , некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки .
56 - 64	« Посредственно » - теоретическое содержание курса освоено частично , некоторые практические навыки работы не сформированы , многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены , либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному .
0-55	« Безусловно неудовлетворительно » - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы , все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий.

Положительными оценками, при получении которых дисциплина (модуль) или иной компонент образовательной программы является аттестованной, являются оценки «Отлично», «Хорошо», «Удовлетворительно», «Зачтено».

При повторной промежуточной аттестации из общего рейтинга обучающегося вычитается:

- за первую повторную промежуточную аттестацию (экзамен) – 10 баллов;
- за вторую повторную промежуточную аттестацию (экзамен)– 15 баллов;
- за первую повторную промежуточную аттестацию (зачет) – 5 баллов;
- за вторую повторную промежуточную аттестацию (зачет) – 10 баллов.