

### Рекомендуемая самостоятельная работа

Схема	Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Роль и значение брендинга» Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.
Графологическая структура	Составьте графологическую структуру по теме «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Роль и значение брендинга» В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).

### Тема: Стратегический бренд-менеджмент. Разработка проекта управленческих решений по продвижению продукции СМИ

#### Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Стратегический бренд-менеджмент. Разработка проекта управленческих решений по продвижению продукции СМИ» Вопросы для подготовки к устному опросу: Значение брендинга для различных целевых групп. Стратегии бренд-менеджмента. Разработка проекта управленческих решений по продвижению продукции СМИ
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Стратегический бренд-менеджмент. Разработка проекта управленческих решений по продвижению продукции СМИ» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Идентифицируйте основные ЦГ, с которыми взаимодействует бренд. Отранжируйте ЦГ по степени важности. Охарактеризуйте ключевые выгоды, которые получает от бренда каждая ЦГ. Обоснуйте свои ответы. Как вы считаете, на каких этапах стратегического брендинга находятся российские предприятия? Каким образом бренды реализуют стратегию лидерства? Каким образом бренды реализуют стратегию дифференциации? Приведите примеры использования брендов для реализации стратегии лидерства и дифференциации. В чем состоят недостатки и преимущества каждого способа капитализации?

### Рекомендуемая самостоятельная работа

Составление конспекта	Составьте конспект по теме «Стратегический бренд-менеджмент. Разработка проекта управленческих решений по продвижению продукции СМИ» Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре и источника информации. Записи следует вести четко, ясно.
Глоссарий	Составьте глоссарий по теме «Стратегический бренд-менеджмент. Разработка проекта управленческих решений по продвижению продукции СМИ» Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.

### Тема: Реализация комплекса бренд-маркетинга

#### Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Реализация комплекса бренд-маркетинга» Вопросы для подготовки к устному опросу: Основные подходы к бренд-маркетингу.
-----------------------------	---

	<p>Влияние бренда на потребительский спрос и конкурентоспособность.</p> <p>Бренд-маркетинг: товарно-ассортиментная политика.</p> <p>Бренд-маркетинг: ценовая и сбытовая политика.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Реализация комплекса бренд-маркетинга»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>В чем состоит сходство и различие стоимостного и синергетического подходов к маркетингу брендов?</p> <p>Какой подход вы считаете более эффективным на сегодняшний день? Какой подход вы считаете наиболее перспективным?</p> <p>Если в рамках синергетического подхода рассматривать товародвижение как товарные потоки, то какие показатели позволяют детерминировать такой поток? Как вы охарактеризовали бы канал, в котором происходит этот поток? Каковы основные параметры этого канала?</p> <p>Какова роль производителей, торговых посредников и потребителей в функционировании товарных потоков в этом канале?</p> <p>Как вы считаете, какими должны быть характерные особенности бренда, обеспечивающего высокий уровень потребительского спроса? Каким способом можно измерить уровень потребительского спроса конкретного брендового товара? Обоснуйте свои ответы.</p> <p>Как вы считаете, какими должны быть характерные особенности бренда, обеспечивающего высокий уровень конкурентоспособности брендового товара?</p> <p>Сходны ли понятия «конкурентоспособность», «надежность» (из теории надежности технических устройств) и «устойчивость» (из механики)?</p> <p>Каким способом можно измерить степень конкурентоспособности конкретного брендового товара? Также обоснуйте свои ответы.</p>

### **Рекомендуемая самостоятельная работа**

Схема	<p>Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Реализация комплекса бренд-маркетинга»</p> <p>Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.</p>
Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Реализация комплекса бренд-маркетинга»</p> <p>Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.</p>

### **Тема: Разработка идентичности бренда**

#### **Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Разработка идентичности бренда»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Идентичность бренда – ключевое понятие бренд-менеджмента.</p> <p>Разработка идентичности бренда.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Разработка идентичности бренда»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Приведите определение характерных особенностей бренда (brand identity).</p> <p>Как вы считаете, почему Ж. Н. Капферер считает идентичность бренда «ключевым понятием бренд-менеджмента»? Почему Д. Аакер назвал идентичность бренда «краеугольным камнем стратегии бренда»? Обоснуйте свои ответы.</p> <p>Сравните и проанализируйте представленные структурные модели идентичности бренда.</p> <p>Какие модели вы считаете наиболее адекватными и полными?</p> <p>Сформулируйте свои базовые требования к структурной модели идентичности бренда. Обоснуйте свои требования.</p> <p>Какие структурные модели идентичности бренда отражают функциональный, личностный, социальный и культурный уровни значения бренда?</p> <p>Выберите реально существующий бренд, который вас интересует. Выберите оптимальную структурную модель идентичности бренда. Опишите этот бренд в соответствии с выбранной описательной моделью.</p> <p>В чем состоит специфика собственных торговых марок розничных сетей?</p> <p>Назовите не менее пяти существенных различий СТМ от товарных брендов.</p>

### Рекомендуемая самостоятельная работа

Графологическая структура	Составьте графологическую структуру по теме «Разработка идентичности бренда» В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).
Информационный блок	Составьте информационный блок по теме «Разработка идентичности бренда» Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.

### Тема: Разработка идентификаторов бренда

#### Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Разработка идентификаторов бренда» Вопросы для подготовки к устному опросу: Идентификаторы бренда. Имя бренда. Система визуальной идентификации бренда.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Разработка идентификаторов бренда» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Что такое идентификаторы бренда? Перечислите максимальное количество идентификаторов для бренда товара повседневного спроса, услуги и компании. Выберите группу и вид товаров. Выберите сегмент потребителей. Проанализируйте, к каким классам морфологии имен относятся имена конкурентов. Определите базовые требования к имени разрабатываемого бренда. Придумайте несколько имен брендов в соответствии с морфологией бренд/неймов. Проанализируйте основные элементы визуальной идентификации для конкурентных брендов. Предложите основные элементы визуальной идентификации бренда: логотип, фирменный знак, блок, цвета, шрифты и т.д.

#### Рекомендуемая самостоятельная работа

Информационный блок	Составьте информационный блок по теме «Разработка идентификаторов бренда» Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.
Сводная (обобщающая) таблица	Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Разработка идентификаторов бренда» Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).

### Тема: Правовые аспекты брендинга

#### Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Правовые аспекты брендинга» Вопросы для подготовки к устному опросу: Бренд как объект интеллектуальной собственности. Краткая история товарных знаков. Регистрация товарных знаков.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Правовые аспекты брендинга» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Приведите определение терминов «интеллектуальная собственность» и «средства индивидуализации».

	<p>Какие объекты согласно российскому законодательству относятся к средствам индивидуализации?  Зачем нужно регистрировать средства индивидуализации?  Перечислите основные виды недобросовестной конкуренции, от которых охраняют зарегистрированные права интеллектуальной собственности.  При регистрации каких словесных обозначений в качестве товарного знака можно получить отказ?  Предложите обоснованный план ваших действий в случае получения отказа от регистрации.  Проанализируйте список зарегистрированных общеизвестных товарных знаков.  Как вы считаете, какие товарные знаки также могут быть признаны общеупотребимыми на территории РФ?</p>
--	--

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Правовые аспекты брендинга»  Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.</p>
Графологическая структура	<p>Составьте графологическую структуру по теме «Правовые аспекты брендинга»  В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).</p>

**Тема: Управление коммуникациями бренда**

**Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Управление коммуникациями бренда»  Вопросы для подготовки к устному опросу:  Разработка стратегии коммуникаций бренда.  Выражение идентичности бренда в рекламе.  Выражение идентичности бренда в нерекламных коммуникациях.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Управление коммуникациями бренда»  Вопросы для подготовки к письменному опросу:  Какова роль коммуникаций бренда для формирования системы его характерных особенностей?  Какими способами в коммуникациях передается индивидуальность бренда?  Олимпийский чемпион А. Ю. Немов снялся в рекламе южнокорейского бренда «Samsung» (2005), шотландского виски «Johnnie Walker» (2012), немецкого спортивного автомобиля «Mercedes/AMG» (2013) и немецкой страховой компании «Allianz» (2014).  Как вы считаете, сказался ли этот факт на восприятии потребителей в рекламе российского банка «Ренессанс Кредит» в 2014 г.? Обоснуйте свое мнение.  В 1994 г. шоумен А. Е. Цекало снялся в рекламе скандально известной финансовой пирамиды «Хопёр-Инвест». Как вы считаете, оказал ли этот факт негативное влияние на имидж банка «ВТБ 24», в рекламе которого он снимался в 2011 г.? Обоснуйте свое мнение.  Какие мероприятия событийного маркетинга вы считаете эффективными для выражения и популяризации брендов?  Названия каких специальных событий поддерживают продвигаемый бренд?</p>

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

Сводная (обобщающая) таблица	<p>Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Управление коммуникациями бренда»  Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).</p>
Схема	<p>Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Управление коммуникациями бренда»  Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.</p>

## Тема: Управление взаимодействием с потребителями

### Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Управление взаимодействием с потребителями» Вопросы для подготовки к устному опросу: Бренд как система отношений. Типология отношений потребителей к бренду. Приверженность бренду.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Управление взаимодействием с потребителями» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Какие отношения связывают потребителя и бренд? Как можно охарактеризовать отношения бренда к потребителю? Можно ли такие отношения назвать равными? Можно ли такие отношения назвать гармоничными? Кто к кому подстраивается: бренд к потребителю или потребитель к бренду? Какова природа отношений доверия потребителя к бренду? Какова природа отношений уважения потребителем бренда? Какова природа отношений предпочтения потребителем бренда? Какова природа отношений приверженности потребителя к бренду (brand loyalty)? Какой из 15 типов отношений потребителей к бренду вы считаете идеальным для компании/ владельца? Также обоснуйте свои ответы. Какой метод измерения приверженности к бренду, по вашему мнению, наиболее полно и точно соответствует природе отношений приверженности? Обоснуйте свое мнение.

### Рекомендуемая самостоятельная работа

Глоссарий	Составьте глоссарий по теме «Управление взаимодействием с потребителями» Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.
-----------	--

## Тема: Управление развитием брендов

### Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Управление развитием брендов» Вопросы для подготовки к устному опросу: Аудит бренда. Аудит портфеля и архитектуры брендов. Аудит отдельного бренда.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Управление развитием брендов» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Выберите крупную российскую компанию, соберите данные в открытых источниках и проанализируйте ее портфель брендов. Считаете ли вы этот портфель оптимальным с точки зрения влияния на потребителей и охвата всех потребительских сегментов? Считаете ли вы этот портфель оптимальным с точки зрения простоты и экономии на управлении марочным портфелем? Дайте обоснованные рекомендации по дальнейшей оптимизации портфеля брендов. Назовите наиболее распространенную архитектуру брендов в фармацевтической отрасли. Как вы объясните, почему в фармацевтике доминирует именно этот тип архитектуры? Какие преимущества дает такой тип архитектуры? Назовите наиболее распространенную архитектуру брендов в автомобильной отрасли. Как вы объясните, почему в автомобильной отрасли доминирует именно этот тип архитектуры? Какие преимущества дает такой тип архитектуры? Назовите наиболее распространенную архитектуру брендов компании Mars. Как вы объясните, почему в этой компании доминирует именно этот тип архитектуры? Какие преимущества дает такой тип архитектуры? В открытых источниках изучите наиболее распространенную архитектуру брендов компании Yamaha. Как вы объясните, почему в этой компании доминирует именно этот тип архитектуры? Какие преимущества дает такой тип архитектуры?

### Рекомендуемая самостоятельная работа

Составление конспекта	Составьте конспект по теме «Управление развитием брендов» Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.
Сводная (обобщающая) таблица	Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Управление развитием брендов» Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).

### Тема: Финансовые аспекты брендинга

#### Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Финансовые аспекты брендинга» Вопросы для подготовки кустному опросу: Основные положения стоимостного подхода в бизнесе. Нематериальные активы. Бренд как нематериальный актив. Исследование «Global Intangible Financial Tracker».
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Финансовые аспекты брендинга» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Как связаны между собой понятия «нематериальные активы» и «интеллектуальная собственность»? Является ли обязательным для НМА требование быть запатентованными в качестве объектов интеллектуальной собственности? Являются ли объекты интеллектуальной собственности результатом договорных или других юридических прав? Как вы считаете, является ли реклама и связи с общественностью НМА? Можно ли отнести рекламу согласно международной классификации к классу 3 «Нематериальные активы на основе контрактов»? Обоснуйте свое мнение. Могут ли реклама и связи с общественностью в плане их влияния на потребителей быть отнесены к классу 2 «Нематериальные активы, связанные с потребителями»? Можно ли отнести дизайн к НМА? Если «да», то к каким классам международной классификации НМА относится дизайн? Обоснуйте свое мнение.

### Рекомендуемая самостоятельная работа

Глоссарий	Составьте глоссарий по теме «Финансовые аспекты брендинга» Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.
Информационный блок	Составьте информационный блок по теме «Финансовые аспекты брендинга» Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.

### Тема: Управление капиталом бренда. Интеграция различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций.

#### Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Управление капиталом бренда. Интеграция различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций.» Вопросы для подготовки к устному опросу: Модели управления капиталом бренда. Модель управления капиталом бренда BrandAsset Valuator. Интеграция различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций.
Подготовка к контрольной	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Управление капиталом бренда. Интеграция различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций.»

работе	<p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:          Что такое «активы бренда» и «капитал бренда»? В чем состоит различие этих понятий?          Есть ли сходство между понятиями «активы бренда» и «капитал бренда»? Обоснуйте свое мнение.          Какие модели управления капиталом бренда вы знаете? Каковы особенности каждой модели?          Назовите не менее трех существенных признаков каждой модели.          Какие параметры согласно модели BrandAsset Valuator определяют экономическую эффективность брендинга? Каковы сущность и специфика этих параметров? По каким шкалам измеряются эти параметры?          Какой параметр является самым «дешевым» в плане требуемых ресурсов компании по времени на его формирование?          Какой параметр является самым «дорогим» в плане требуемых ресурсов компании по времени на его формирование?          К какому параметру модели BrandAsset Valuator относится параметр «Энергия» (инновационный и динамичный)? Как вы считаете, насколько обоснованным является отнесение «Энергии» к этому параметру? Обоснуйте свое мнение.          Какой параметр модели BrandAsset Valuator является самым важным в плане подверженности размыванию и ослаблению? Какой параметр этой модели является самым важным в плане вклада в капитал бренда? Как эффективно поддерживать эти параметры в реальной динамической рыночной среде? Обоснуйте свой ответ.</p>
--------	---

### Рекомендуемая самостоятельная работа

Схема	<p>Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Управление капиталом бренда. Интеграция различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций.»          Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.</p>
Графологическая структура	<p>Составьте графологическую структуру по теме «Управление капиталом бренда. Интеграция различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций.»          В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).</p>

### Тема: Оценка стоимости брендов

#### Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Оценка стоимости брендов»          Вопросы для подготовки к устному опросу:          Результативность и эффективность брендинга.          Мониторинг положения бренда (операционный уровень).          Ключевые индикаторы эффективности брендинга (тактический уровень).          Сбалансированная система показателей бренд-менеджмента (стратегический уровень).          Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. . Осуществление разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ.          Разработка проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ.          Осуществление управления информацией из различных источников.          Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации.          Планирование работ по созданию контента.          Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний, редактирование контента.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Оценка стоимости брендов»          Вопросы для подготовки к письменному опросу:          Как вы считаете, зачем нужно оценивать стоимость брендов? Назовите другие причины, кроме продажи/покупки бизнеса и продажи/покупки бренда. Обоснуйте свои ответы.          Какие нормативные документы регламентируют деятельность по оценке стоимости бренда?          Назовите не менее пяти документов. Какие из них являются обязательными?          Каковы требования к оценке стоимости бренда согласно ISO 10668 и Федеральным стандартам оценки?          Какие подходы используются для оценки стоимости бренда?          Какой подход к оценке стоимости бренда является самым распространенным? В чем состоит причина популярности данного подхода?</p>

	<p>Какой подход считается самым точным при оценке стоимости бренда? Как вы считаете, по каким причинам этот подход признают наиболее адекватным и точным?</p> <p>Какие методы используются при оценке стоимости бренда? К каким подходам они относятся?</p> <p>Чем отличается рыночный подход, описанный в стандарте ISO 10668, от сравнительного подхода, применяемого в оценочной деятельности?</p> <p>В чем заключаются существенные различия методик оценки стоимости бренда компаний Interbrand и Brand Finance? Назовите не менее пяти различий.</p> <p>Что такое вклад бренда? Какие подразделения в компании должны отвечать за целевые и текущие значения этого показателя? Как он рассчитывается?</p> <p>Что такое сила бренда? Какие подразделения в компании должны отвечать за целевые и текущие значения этого показателя? Как он рассчитывается?</p>
--	---

### **Рекомендуемая самостоятельная работа**

Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Оценка стоимости брендов»</p> <p>Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре и источнику информации. Записи следует вести четко, ясно.</p>
Глоссарий	<p>Составьте глоссарий по теме «Оценка стоимости брендов»</p> <p>Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.</p>

**Тема: Управление эффективностью брендинга. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.**

### **Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Управление эффективностью брендинга. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Результативность и эффективность брендинга.</p> <p>Мониторинг положения бренда (операционный уровень).</p> <p>Ключевые индикаторы эффективности брендинга (тактический уровень).</p> <p>Сбалансированная система показателей бренд-менеджмента (стратегический уровень).</p> <p>Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Управление эффективностью брендинга. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Приведите определение понятия «продуктивность» применительно к брендингу.</p> <p>Приведите определение понятия «результативность» применительно к брендингу.</p> <p>Приведите определение понятия «эффективность» применительно к брендингу.</p> <p>Выберите реально существующий бренд, который вам интересен. Предложите для этого бренда набор параметров, позволяющих отслеживать положение этого бренда на рынке.</p> <p>Обоснуйте свои предложения. Предложите для этого бренда систему ключевых индикаторов эффективности, позволяющих оценивать результативность брендинга для решения тактических задач. Предложите для этого бренда сбалансированную систему показателей, позволяющую эффективно управлять брендом для достижения стратегических целей компании. Обоснуйте свои предложения.</p> <p>Предложите базовые финансовые и рыночные показатели, позволяющие наиболее полно и точно оценивать эффективность управления компанией. Является ли этот набор показателей необходимым и достаточным? Можно ли уменьшить количество этих показателей без существенного снижения качества? Можно ли заменить некоторые предложенные показатели на меньшее количество более универсальных показателей?</p> <p>Предложите методы, позволяющие пересчитать предложенную вам сбалансированную систему показателей бренд-менеджмента (BSC) в базовые финансовые и рыночные параметры компании (dashboard). Обоснуйте свои предложения.</p>

### **Рекомендуемая самостоятельная работа**



Схема	Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Управление эффективностью брендинга. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. » Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.
Составление конспекта	Составьте конспект по теме «Управление эффективностью брендинга. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. » Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре и источника информации. Записи следует вести четко, ясно.

### **Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы)**

Что такое бренд в контексте предпринимательской деятельности?

Что общего между современным значением термина «бренд» и его первоначальным значением?

Каковы различия этих значений?

Выберите свое любимое определение, наиболее полно и точно соответствующее вашим представлениям о бренде.

Для чего бренды необходимы потребителям?

Предложите не менее трех причин актуальности брендов для потребителей. Обоснуйте свои предложения. Приведите примеры.

Для чего бренды необходимы производителям? Предложите не менее трех причин актуальности брендов для производителей.

Идентифицируйте основные ЦГ, с которыми взаимодействует бренд. Отранжируйте ЦГ по степени важности.

Охарактеризуйте ключевые выгоды, которые получает от бренда каждая ЦГ. Обоснуйте свои ответы.

Как вы считаете, на каких этапах стратегического брендинга находятся российские предприятия?

Каким образом бренды реализуют стратегию лидерства?

Каким образом бренды реализуют стратегию дифференциации?

Приведите примеры использования брендов для реализации стратегии лидерства и дифференциации.

В чем состоят недостатки и преимущества каждого способа капитализации?

В чем состоит сходство и различие стоимостного и синергетического подходов к маркетингу брендов?

Какой подход вы считаете более эффективным на сегодняшний день? Какой подход вы считаете наиболее перспективным?

Если в рамках синергетического подхода рассматривать товародвижение как товарные потоки, то какие показатели позволяют детерминировать такой поток? Как вы охарактеризовали бы канал, в котором происходит этот поток? Каковы основные параметры этого канала?

Какова роль производителей, торговых посредников и потребителей в функционировании товарных потоков в этом канале?

Как вы считаете, какими должны быть характерные особенности бренда, обеспечивающего высокий уровень потребительского спроса? Каким способом можно измерить уровень потребительского спроса конкретного брендового товара? Обоснуйте свои ответы.

Как вы считаете, какими должны быть характерные особенности бренда, обеспечивающего высокий уровень конкурентоспособности брендового товара?

Сходны ли понятия «конкурентоспособность», «надежность» (из теории надежности технических устройств) и «устойчивость» (из механики)?

Каким способом можно измерить степень конкурентоспособности конкретного брендового товара? Также обоснуйте свои ответы.

Приведите определение характерных особенностей бренда (brand identity).

Как вы считаете, почему Ж. Н. Капферер считает идентичность бренда «ключевым понятием бренд/менеджмента»? Почему Д. Аакер назвал идентичность бренда «краеугольным камнем стратегии бренда»? Обоснуйте свои ответы.

Сравните и проанализируйте представленные структурные модели идентичности бренда. Какие модели вы считаете наиболее адекватными и полными?

Сформулируйте свои базовые требования к структурной модели идентичности бренда. Обоснуйте свои требования.

Какие структурные модели идентичности бренда отражают функциональный, личностный, социальный и культурный уровни значения бренда?

Выберите реально существующий бренд, который вас интересует. Выберите оптимальную структурную модель идентичности бренда. Опишите этот бренд в соответствии с выбранной описательной моделью.

В чем состоит специфика собственных торговых марок розничных сетей?  
Назовите не менее пяти существенных различий СТМ от товарных брендов.  
Что такое идентификаторы бренда?

Перечислите максимальное количество идентификаторов для бренда товара повседневного спроса, услуги и компании.

Выберите группу и вид товаров.

Выберите сегмент потребителей.

Проанализируйте, к каким классам морфологии имен относятся имена конкурентов.

Определите базовые требования к имени разрабатываемого бренда.

Придумайте несколько имен брендов в соответствии с морфологией бренд/неймов.

Проанализируйте основные элементы визуальной идентификации для конкурентных брендов.

Предложите основные элементы визуальной идентификации бренда: логотип, фирменный знак, блок, цвета, шрифты и т.д.

Приведите определение терминов «интеллектуальная собственность» и «средства индивидуализации».

Какие объекты согласно российскому законодательству относятся к средствам индивидуализации?

Зачем нужно регистрировать средства индивидуализации?

Перечислите основные виды недобросовестной конкуренции, от которых охраняют зарегистрированные права интеллектуальной собственности.

При регистрации каких словесных обозначений в качестве товарного знака можно получить отказ?

Предложите обоснованный план ваших действий в случае получения отказа от регистрации.

Проанализируйте список зарегистрированных общеизвестных товарных знаков.

Как вы считаете, какие товарные знаки также могут быть признаны общеупотребимыми на территории РФ?

Какова роль коммуникаций бренда для формирования системы его характерных особенностей?

Какими способами в коммуникациях передается индивидуальность бренда?

Олимпийский чемпион А. Ю. Немов снялся в рекламе южнокорейского бренда «Samsung» (2005), шотландского виски «Johnnie Walker» (2012), немецкого спортивного автомобиля «Mercedes/AMG» (2013) и немецкой страховой компании «Allianz» (2014). Как вы считаете, сказался ли этот факт на восприятии потребителей в рекламе российского банка «Ренессанс Кредит» в 2014 г.? Обоснуйте свое мнение.

В 1994 г. шоумен А. Е. Цекало снялся в рекламе скандально известной финансовой пирамиды «Хопёр-Инвест». Как вы считаете, оказали ли этот факт негативное влияние на имидж банка «ВТБ 24», в рекламе которого он снимался в 2011 г.? Обоснуйте свое мнение.

Какие мероприятия событийного маркетинга вы считаете эффективными для выражения и популяризации брендов?

Названия каких специальных событий поддерживают продвигаемый бренд?

Какие отношения связывают потребителя и бренд?

Как можно охарактеризовать отношения бренда к потребителю? Можно ли такие отношения назвать равными? Можно ли такие отношения назвать гармоничными?

Кто к кому подстраивается: бренд к потребителю или потребитель к бренду?

Какова природа отношений доверия потребителя к бренду?

Какова природа отношений уважения потребителем бренда?

Какова природа отношений предпочтения потребителем бренда?

Какова природа отношений приверженности потребителя к бренду (brand loyalty)? Какой из 15 типов отношений потребителей к бренду вы считаете идеальным для компании/владельца? Также обоснуйте свои ответы.

Какой метод измерения приверженности к бренду, по вашему мнению, наиболее полно и точно соответствует природе отношений приверженности? Обоснуйте свое мнение.

Выберите крупную российскую компанию, соберите данные в открытых источниках и проанализируйте ее портфель брендов. Считаете ли вы этот портфель оптимальным с точки зрения влияния на потребителей и охвата всех потребительских сегментов? Считаете ли вы этот портфель оптимальным с точки зрения простоты и экономии на управлении марочным портфелем? Дайте обоснованные рекомендации по дальнейшей оптимизации портфеля брендов.

Назовите наиболее распространенную архитектуру брендов в фармацевтической отрасли. Как вы объясните, почему в фармацевтике доминирует именно этот тип архитектуры? Какие преимущества дает такой тип архитектуры?

Назовите наиболее распространенную архитектуру брендов в автомобильной отрасли. Как вы объясните, почему в автомобильной отрасли доминирует именно этот тип архитектуры? Какие преимущества дает такой тип архитектуры?

Назовите наиболее распространенную архитектуру брендов компании Mars. Как вы объясните, почему в этой компании доминирует именно этот тип архитектуры? Какие преимущества дает такой тип архитектуры?

В открытых источниках изучите наиболее распространенную архитектуру брендов компании Yamaha. Как вы объясните, почему в этой компании доминирует именно этот тип архитектуры? Какие преимущества дает такой тип архитектуры?

Как связаны между собой понятия «нематериальные активы» и «интеллектуальная собственность»?

Является ли обязательным для НМА требование быть запатентованными в качестве объектов интеллектуальной собственности?

Являются ли объекты интеллектуальной собственности результатом договорных или других юридических прав?

Как вы считаете, является ли реклама и связи с общественностью НМА?

Можно ли отнести рекламу согласно международной классификации к классу 3 «Нематериальные активы на основе контрактов»? Обоснуйте свое мнение.

Могут ли реклама и связи с общественностью в плане их влияния на потребителей быть отнесены к классу 2 «Нематериальные активы, связанные с потребителями»?

Можно ли отнести дизайн к НМА? Если «да», то к каким классам международной классификации НМА относится дизайн? Обоснуйте свое мнение.

Что такое «активы бренда» и «капитал бренда»? В чем состоит различие этих понятий?

Есть ли сходство между понятиями «активы бренда» и «капитал бренда»? Обоснуйте свое мнение.

Какие модели управления капиталом бренда вы знаете? Каковы особенности каждой модели? Назовите не менее трех существенных признаков каждой модели.

Какие параметры согласно модели BrandAsset Valuator определяют экономическую эффективность брендинга? Каковы сущность и специфика этих параметров? По каким шкалам измеряются эти параметры?

Какой параметр является самым «дешевым» в плане требуемых ресурсов компании по времени на его формирование?

Какой параметр является самым «дорогим» в плане требуемых ресурсов компании по времени на его формирование?

К какому параметру модели BrandAsset Valuator относится параметр «Энергия» (инновационный и динамичный)? Как вы считаете, насколько обоснованным является отнесение «Энергии» к этому параметру? Обоснуйте свое мнение.

Какой параметр модели BrandAsset Valuator является самым важным в плане подверженности размыванию и ослаблению? Какой параметр этой модели является самым важным в плане вклада в капитал бренда? Как эффективно поддерживать эти параметры в реальной динамической рыночной среде? Обоснуйте свой ответ.

Как вы считаете, зачем нужно оценивать стоимость брендов? Назовите другие причины, кроме продажи/покупки бизнеса и продажи/покупки бренда. Обоснуйте свои ответы.

Какие нормативные документы регламентируют деятельность по оценке стоимости бренда? Назовите не менее пяти документов. Какие из них являются обязательными?

Каковы требования к оценке стоимости бренда согласно ISO 10668 и Федеральным стандартам оценки?

Какие подходы и используются для оценки стоимости бренда?

Какой подход к оценке стоимости бренда является самым распространенным? В чем состоит причина популярности данного подхода?

Какой подход считается самым точным при оценке стоимости бренда? Как вы считаете, по каким причинам этот подход признают наиболее адекватным и точным?

Какие методы и используются при оценке стоимости бренда? К каким подходам они относятся?

Чем отличается рыночный подход, описанный в стандарте ISO 10668, от сравнительного подхода, применяемого в оценочной деятельности?

В чем заключаются существенные различия методик оценки стоимости бренда компаний Interbrand и Brand Finance? Назовите не менее пяти различий.

Что такое вклад бренда? Какие подразделения в компании должны отвечать за целевые и текущие значения этого показателя? Как он рассчитывается?

Что такое сила бренда? Какие подразделения в компании должны отвечать за целевые и текущие значения этого показателя? Как он рассчитывается?

Приведите определение понятия «продуктивность» применительно к брендингу.

Приведите определение понятия «результативность» применительно к брендингу.

Приведите определение понятия «эффективность» применительно к брендингу.

Выберите реально существующий бренд, который вам интересен. Предложите для этого бренда набор параметров, позволяющих отслеживать положение этого бренда на рынке. Обоснуйте свои предложения. Предложите для этого бренда систему ключевых индикаторов эффективности, позволяющих оценивать результативность брендинга для решения тактических задач. Предложите для этого бренда сбалансированную систему показателей, позволяющую эффективно управлять брендом для достижения стратегических целей компании. Обоснуйте свои предложения.

Предложите базовые финансовые и рыночные показатели, позволяющие наиболее полно и точно оценивать эффективность управления компанией. Является ли этот набор показателей необходимым и достаточным? Можно ли уменьшить количество этих показателей без существенного снижения качества? Можно ли заменить некоторые предложенные показатели на меньшее количество более универсальных показателей?

Предложите методы, позволяющие пересчитать предложенную вам сбалансированную систему показателей бренд/менеджмента (BSC) в базовые финансовые и рыночные параметры компании (dashboard). Обоснуйте свои предложения.

### **Вопросы для устных опросов**

Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Слепые, слон и бренд.

Менеджмент и маркетинг брендов.  
 Значение брендинга для различных целевых групп.  
 Стратегии бренд-менеджмента. Разработка проекта управленческих решений по продвижению продукции СМИ  
 Основные подходы к бренд-маркетингу.  
 Влияние бренда на потребительский спрос и конкурентоспособность.  
 Бренд-маркетинг: товарно-ассортиментная политика.  
 Бренд-маркетинг: ценовая и сбытовая политика.  
 Идентичность бренда — ключевое понятие бренд-менеджмента.  
 Разработка идентичности бренда.  
 Идентификаторы бренда.  
 Имя бренда.  
 Система визуальной идентификации бренда.  
 Бренд как объект интеллектуальной собственности.  
 Краткая история товарных знаков.  
 Регистрация товарных знаков.  
 Разработка стратегии коммуникаций бренда.  
 Выражение идентичности бренда в рекламе.  
 Выражение идентичности бренда в нерекламных коммуникациях.  
 Бренд как система отношений.  
 Типология отношений потребителей к бренду.  
 Приверженность бренду.  
 Аудит бренда.  
 Аудит портфеля и архитектуры брендов.  
 Аудит отдельного бренда.  
 Основные положения стоимостного подхода в бизнесе.  
 Нематериальные активы.  
 Бренд как нематериальный актив.  
 Исследование «Global Intangible Financial Tracker».  
 Модели управления капиталом бренда.  
 Модель управления капиталом бренда BrandAsset Valuator. Интеграция различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций.  
 Результативность и эффективность брендинга.  
 Мониторинг положения бренда (операционный уровень).  
 Ключевые индикаторы эффективности брендинга (тактический уровень).  
 Сбалансированная система показателей бренд-менеджмента (стратегический уровень). Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. . Осуществление разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ.  
 Разработка проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ.  
 Осуществление управления информацией из различных источников.  
 Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации.  
 Планирование работ по созданию контента.  
 Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний, редактирование контента.  
 Сбалансированная система показателей бренд-менеджмента (стратегический уровень). Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.

### **Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации)**

Что такое бренд в контексте предпринимательской деятельности?
Что общего между современным значением термина «бренд» и его первоначальным значением?
Каковы различия этих значений?
Выберите свое любимое определение, наиболее полно и точно соответствующее вашим представлениям о бренде.
Для чего бренды необходимы потребителям?
Предложите не менее трех причин актуальности брендов для потребителей. Обоснуйте свои предложения. Приведите примеры.
Для чего бренды необходимы производителям? Предложите не менее трех причин актуальности брендов для производителей.
Идентифицируйте основные ЦГ, с которыми взаимодействует бренд. Отранжируйте ЦГ по степени важности.
Охарактеризуйте ключевые выгоды, которые получает от бренда каждая ЦГ. Обоснуйте свои ответы.

Как вы считаете, на каких этапах стратегического брендинга находятся российские предприятия?
Каким образом бренды реализуют стратегию лидерства?
Каким образом бренды реализуют стратегию дифференциации?
Приведите примеры использования брендов для реализации стратегии лидерства и дифференциации.
В чем состоят недостатки и преимущества каждого способа капитализации?
В чем состоит сходство и различие стоимостного и синергетического подходов к маркетингу брендов?
Какой подход вы считаете более эффективным на сегодняшний день? Какой подход вы считаете наиболее перспективным?
Если в рамках синергетического подхода рассматривать товародвижение как товарные потоки, то какие показатели позволяют детерминировать такой поток? Как вы охарактеризовали бы канал, в котором происходит этот поток? Каковы основные параметры этого канала?
Какова роль производителей, торговых посредников и потребителей в функционировании товарных потоков в этом канале?
Как вы считаете, какими должны быть характерные особенности бренда, обеспечивающего высокий уровень потребительского спроса? Каким способом можно измерить уровень потребительского спроса конкретного брендового товара? Обоснуйте свои ответы.
Как вы считаете, какими должны быть характерные особенности бренда, обеспечивающего высокий уровень конкурентоспособности брендового товара?
Сходны ли понятия «конкурентоспособность», «надежность» (из теории надежности технических устройств) и «устойчивость» (из механики)?
Каким способом можно измерить степень конкурентоспособности конкретного брендового товара? Также обоснуйте свои ответы.
Приведите определение характерных особенностей бренда (brand identity).
Как вы считаете, почему Ж. Н. Капферер считает идентичность бренда «ключевым понятием бренд/менеджмента»? Почему Д. Аакер назвал идентичность бренда «краеугольным камнем стратегии бренда»? Обоснуйте свои ответы.
Сравните и проанализируйте представленные структурные модели идентичности бренда. Какие модели вы считаете наиболее адекватными и полными?
Сформулируйте свои базовые требования к структурной модели идентичности бренда. Обоснуйте свои требования.
Какие структурные модели идентичности бренда отражают функциональный, личностный, социальный и культурный уровни значения бренда?
Выберите реально существующий бренд, который вас интересует. Выберите оптимальную структурную модель идентичности бренда. Опишите этот бренд в соответствии с выбранной описательной моделью.
В чем состоит специфика собственных торговых марок розничных сетей?
Назовите не менее пяти существенных различий СТМ от товарных брендов.
Что такое идентификаторы бренда?
Перечислите максимальное количество идентификаторов для бренда товара повседневного спроса, услуги и компании.
Выберите группу и вид товаров.
Выберите сегмент потребителей.
Проанализируйте, к каким классам морфологии имен относятся имена конкурентов.
Определите базовые требования к имени разрабатываемого бренда.
Придумайте несколько имен брендов в соответствии с морфологией бренд/неймов.
Проанализируйте основные элементы визуальной идентификации для конкурентных брендов.
Предложите основные элементы визуальной идентификации бренда: логотип, фирменный знак, блок, цвета, шрифты и т.д.
Приведите определение терминов «интеллектуальная собственность» и «средства индивидуализации».
Какие объекты согласно российскому законодательству относятся к средствам индивидуализации?
Зачем нужно регистрировать средства индивидуализации?
Перечислите основные виды недобросовестной конкуренции, от которых охраняют зарегистрированные

права интеллектуальной собственности.
При регистрации каких словесных обозначений в качестве товарного знака можно получить отказ?
Предложите обоснованный план ваших действий в случае получения отказа от регистрации.
Проанализируйте список зарегистрированных общеизвестных товарных знаков.
Как вы считаете, какие товарные знаки также могут быть признаны общеупотребимыми на территории РФ?
Какова роль коммуникаций бренда для формирования системы его характерных особенностей?
Какими способами в коммуникациях передается индивидуальность бренда?
Олимпийский чемпион А. Ю. Немов снялся в рекламе южнокорейского бренда «Samsung» (2005), шотландского виски «Johnnie Walker» (2012), немецкого спортивного автомобиля «Mercedes/AMG» (2013) и немецкой страховой компании «Allianz» (2014). Как вы считаете, сказался ли этот факт на восприятии потребителей в рекламе российского банка «Ренессанс Кредит» в 2014 г.? Обоснуйте свое мнение.
В 1994 г. шоумен А. Е. Цекало снялся в рекламе скандально известной финансовой пирамиды «Хопёр-Инвест». Как вы считаете, оказал ли этот факт негативное влияние на имидж банка «ВТБ 24», в рекламе которого он снимался в 2011 г.? Обоснуйте свое мнение.
Какие мероприятия событийного маркетинга вы считаете эффективными для выражения и популяризации брендов?
Названия каких специальных событий поддерживают продвигаемый бренд?
Какие отношения связывают потребителя и бренд?
Как можно охарактеризовать отношения бренда к потребителю? Можно ли такие отношения назвать равными? Можно ли такие отношения назвать гармоничными?
Кто к кому подстраивается: бренд к потребителю или потребитель к бренду?
Какова природа отношений доверия потребителя к бренду?
Какова природа отношений уважения потребителем бренда?
Какова природа отношений предпочтения потребителем бренда?
Какова природа отношений приверженности потребителя к бренду (brand loyalty)? Какой из 15 типов отношений потребителей к бренду вы считаете идеальным для компании/владельца? Также обоснуйте свои ответы.
Какой метод измерения приверженности к бренду, по вашему мнению, наиболее полно и точно соответствует природе отношений приверженности? Обоснуйте свое мнение.
Выберите крупную российскую компанию, соберите данные в открытых источниках и проанализируйте ее портфель брендов. Считаете ли вы этот портфель оптимальным с точки зрения влияния на потребителей и охвата в сегментах потребительских сегментов? Считаете ли вы этот портфель оптимальным с точки зрения простоты и экономии на управлении марочным портфелем? Дайте обоснованные рекомендации по дальнейшей оптимизации портфеля брендов.
Назовите наиболее распространенную архитектуру брендов в фармацевтической отрасли. Как вы объясните, почему в фармацевтике доминирует именно этот тип архитектуры? Какие преимущества дает такой тип архитектуры?
Назовите наиболее распространенную архитектуру брендов в автомобильной отрасли. Как вы объясните, почему в автомобильной отрасли доминирует именно этот тип архитектуры? Какие преимущества дает такой тип архитектуры?
Назовите наиболее распространенную архитектуру брендов компании Mars. Как вы объясните, почему в этой компании доминирует именно этот тип архитектуры? Какие преимущества дает такой тип архитектуры?
В открытых источниках изучите наиболее распространенную архитектуру брендов компании Yamaha. Как вы объясните, почему в этой компании доминирует именно этот тип архитектуры? Какие преимущества дает такой тип архитектуры?
Как связаны между собой понятия «нематериальные активы» и «интеллектуальная собственность»?
Является ли обязательным для НМА требование быть запатентованными в качестве объектов интеллектуальной собственности?
Являются ли объекты интеллектуальной собственности результатом договорных или других юридических прав?
Как вы считаете, является ли реклама и связи с общественностью НМА?
Можно ли отнести рекламу согласно международной классификации к классу 3 «Нематериальные активы на основе контрактов»? Обоснуйте свое мнение.

Могут ли реклама и связи с общественностью в плане их влияния на потребителей быть отнесены к классу 2 «Нематериальные активы, связанные с потребителями»?
Можно ли отнести дизайн к НМА? Если «да», то к каким классам международной классификации НМА относится дизайн? Обоснуйте свое мнение.
Что такое «активы бренда» и «капитал бренда»? В чем состоит различие этих понятий?
Есть ли сходство между понятиями «активы бренда» и «капитал бренда»? Обоснуйте свое мнение.
Какие модели управления капиталом бренда вы знаете? Каковы особенности каждой модели? Назовите не менее трех существенных признаков каждой модели.
Какие параметры согласно модели BrandAsset Valuator определяют экономическую эффективность брендинга? Каковы сущность и специфика этих параметров? По каким шкалам измеряются эти параметры?
Какой параметр является самым «дешевым» в плане требуемых ресурсов компании по времени на его формирование?
Какой параметр является самым «дорогим» в плане требуемых ресурсов компании по времени на его формирование?
К какому параметру модели BrandAsset Valuator относится параметр «Энергия» (инновационный и динамичный)? Как вы считаете, насколько обоснованным является отнесение «Энергии» к этому параметру? Обоснуйте свое мнение.
Какой параметр модели BrandAsset Valuator является самым важным в плане подверженности размыванию и ослаблению? Какой параметр этой модели является самым важным в плане вклада в капитал бренда? Как эффективно поддерживать эти параметры в реальной динамической рыночной среде? Обоснуйте свой ответ.
Как вы считаете, зачем нужно оценивать стоимость брендов? Назовите другие причины, кроме продажи/покупки бизнеса и продажи/покупки бренда. Обоснуйте свои ответы.
Какие нормативные документы регламентируют деятельность по оценке стоимости бренда? Назовите не менее пяти документов. Какие из них являются обязательными?
Каковы требования к оценке стоимости бренда согласно ISO 10668 и Федеральным стандартам оценки?
Какие подходы используются для оценки стоимости бренда?
Какой подход к оценке стоимости бренда является самым распространенным? В чем состоит причина популярности данного подхода?
Какой подход считается самым точным при оценке стоимости бренда? Как вы считаете, по каким причинам этот подход признают наиболее адекватным и точным?
Какие методы используются при оценке стоимости бренда? К каким подходам они относятся?
Чем отличается рыночный подход, описанный в стандарте ISO 10668, от сравнительного подхода, применяемого в оценочной деятельности?
В чем заключаются существенные различия методик оценки стоимости бренда компаний Interbrand и Brand Finance? Назовите не менее пяти различий.
Что такое вклад бренда? Какие подразделения в компании должны отвечать за целевые и текущие значения этого показателя? Как он рассчитывается?
Что такое сила бренда? Какие подразделения в компании должны отвечать за целевые и текущие значения этого показателя? Как он рассчитывается?
Приведите определение понятия «продуктивность» применительно к брендингу.
Приведите определение понятия «результативность» применительно к брендингу.
Приведите определение понятия «эффективность» применительно к брендингу.
Выберите реально существующий бренд, который вам интересен. Предложите для этого бренда набор параметров, позволяющих отслеживать положение этого бренда на рынке. Обоснуйте свои предложения. Предложите для этого бренда систему ключевых индикаторов эффективности, позволяющих оценить результативность брендинга для решения тактических задач. Предложите для этого бренда сбалансированную систему показателей, позволяющую эффективно управлять брендом для достижения стратегических целей компании. Обоснуйте свои предложения.
Предложите базовые финансовые и рыночные показатели, позволяющие наиболее полно и точно оценивать эффективность управления компанией. Является ли этот набор показателей необходимым и достаточным? Можно ли уменьшить количество этих показателей без существенного снижения качества? Можно ли заменить некоторые предложенные показатели на меньшее количество более универсальных показателей?
Предложите методы, позволяющие пересчитать предложенную вам сбалансированную систему показателей бренд-менеджмента (BSC) в базовые финансовые и рыночные параметры компании (dashboard). Обоснуйте свои предложения.

**Учебная литература** (перечень основной (обязательной) и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)) включает в себя следующие **электронные учебные издания**:

Основная (обязательная) учебная литература:

1. Домнин, В. Н. Бренддинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Н. Домнин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Карпова, С. В. Бренддинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Рожков, И. Я. Бренддинг : учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Чернышева, А. М. Бренддинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

## **Учебно-методическое и информационное обеспечение обучения по дисциплине**

### **I. Учебно-методическое обеспечение**

#### **Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы**

##### **Учебные материалы – электронные учебные издания (издания электронных библиотечных систем)**

**Учебная литература** (перечень основной (обязательной) и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)) включает в себя следующие **электронные учебные издания**:

Основная (обязательная) учебная литература:

1. Домнин, В. Н. Бренддинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Н. Домнин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Карпова, С. В. Бренддинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Рожков, И. Я. Бренддинг : учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Чернышева, А. М. Бренддинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

#### **Периодические издания**

##### **Иные электронные образовательные ресурсы**

Единое окно доступа к образовательным ресурсам (<http://window.edu.ru/>)

Федеральный образовательный портал "Экономика. Социология. Менеджмент" (<http://ecsocman.hse.ru/>)

Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (<https://biblio-online.ru/> или <https://urait.ru/>))

Электронно-библиотечная система «Руконт» (Электронная библиотечная система «Руконт») (Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт») <https://rucont.ru/> или <https://librucont.ru/>

Электронная информационно-образовательная среда организации Университета БРИКС (<https://brics.study/>)

### **II. Информационное обеспечение (перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем)**

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (ЭБС), содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы.

**Состав необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:** Яндекс.Браузер; LibreOffice; Notepad++; GNU Image Manipulation Program (GIMP); Firefox (Браузер Mozilla Firefox); 7-Zip; FAR Manager.

#### **Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

(перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»):



## Электронные информационные ресурсы

### **Состав современных профессиональных баз данных (в том числе международных реферативных баз данных научных изданий)**

Федеральная служба государственной статистики (<https://www.gks.ru/>)

Открытые данные России (<https://data.gov.ru/>)

Статистический Отдел Организации Объединенных Наций (United Nations Statistics Division) (<http://data.un.org/>)

Экономическая и социальная комиссия для Азии и Тихого океана (United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific) (<https://www.unescap.org/our-work/statistics>)

Европейская экономическая комиссия Организации Объединенных Наций (United Nations Economic Commission for Europe) ([http://www.unece.org/stats/stats\\_h.html](http://www.unece.org/stats/stats_h.html))

Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединённых Наций (Food and Agriculture Organization of the United Nations) (<http://www.fao.org/statistics/en/>)

Международный валютный фонд (МВФ) (International Monetary Fund (IMF)) (<https://www.imf.org/en/Data>)

Институт статистики ЮНЕСКО (UNESCO Institute of Statistics) (<http://uis.unesco.org/>)

Организация Объединенных Наций По Промышленному Развитию (United Nations Industrial Development Organization) (<https://www.unido.org/researchers/statistical-databases>)

Группа Всемирного Банка (The World Bank Group) (<https://data.worldbank.org/>)

Всемирная организация здравоохранения (World Health Organization) (<https://www.who.int/data/>)

Всемирная торговая организация (World Trade Organization) ([https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/statis\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm))

Евростат (Eurostat (European Statistical Office)) (<https://ec.europa.eu/eurostat/>)

Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств (<http://www.cisstat.com/Obase/index.htm>)

Организация экономического сотрудничества и развития (Organisation for Economic Co-operation and Development) (<https://data.oecd.org/>)

Международное энергетическое агентство (International Energy Agency) (<https://www.iea.org/data-and-statistics/>)

### *Состав международных реферативных баз данных научных изданий*

Science Alert (<https://scialert.net/>)

AENSI Publisher (American-Eurasian Network for Scientific Information Journals) (<http://www.aensiweb.com/>)

Asian Economic and Social Society (AESS) (<http://www.aessweb.com/>)

PressAcademia (<http://www.pressacademia.org/>)

OMICs International (<https://www.omicsonline.org/>)

Scientific Research Publishing (<https://www.scirp.org/>)

Hikari Ltd (<http://www.m-hikari.com/>)

OAPEN (<https://www.oapen.org/>)

Scientific & Academic Publishing (SAP) (<http://www.sapub.org/journal/index.aspx>)

Global Advanced Research Journals (<http://garj.org/>)

Kamla-Raj Enterprises (<http://www.krepublishers.com/>)

ISER PUBLICATIONS (<http://www.iserjournals.com/>)

Medwell Journals (Scientific Research Publishing Company) (<https://medwelljournals.com/home.php>)

### **Состав информационных справочных систем**

База знаний Открытого правительства (<http://wiki.ac-forum.ru/>)

Высшая аттестационная комиссия при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru/main>)

Российский фонд фундаментальных исследований (<https://www.rfbr.ru/>)

Федеральный портал «Российское образование» (<http://www.edu.ru/>)

Espacenet (Поиск патентной информации) (<https://ru.espacenet.com/>)

Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ (<http://gramota.ru/>)

Евразийский Монитор (<http://eurasiamonitor.org/>)

Экономические факультеты, институты и исследовательские центры в мире (<https://edirc.repec.org/>)

Информационная система Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека «Документы» (<https://www.rospotrebnadzor.ru/documents/documents.php>)

### *Состав информационных справочных правовых систем*

Официальный интернет-портал правовой информации (Государственная система правовой информации) (<http://pravo.gov.ru/>)

Система обеспечения законодательной деятельности (<https://sozd.duma.gov.ru/>)

Собрание законодательства Российской Федерации (<https://www.szrf.ru/>)

Государственная автоматизированная система Российской Федерации «Правосудие» (ГАС «Правосудие») (<https://sudrf.ru/>)

Нормативные правовые акты в Российской Федерации. Министерство юстиции Российской Федерации (<http://pravo.minjust.ru/>)

**Иные информационные ресурсы - информационные ресурсы органов государственной власти**Президент России (<http://kremlin.ru/>)Правительство России (<http://government.ru/>)Министерство науки и высшего образования РФ (<https://www.minobrnauki.gov.ru/>)Министерство просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>)Министерство экономического развития Российской Федерации (<https://www.economy.gov.ru/>)Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (<https://digital.gov.ru/>)Банк России (<https://www.cbr.ru/>)Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (<http://obrnadzor.gov.ru/ru/>)**Иные информационные ресурсы - новостные информационные ресурсы (ресурсы средств массовой информации)**ТАСС (<https://tass.ru/>)РИА НОВОСТИ (<https://ria.ru/>)Коммерсантъ (<https://www.kommersant.ru/>)Forbes (<https://www.forbes.ru/>)ЭКСПЕРТ (<https://expert.ru/>)Известия (<https://iz.ru/>)РБК (<https://www.rbc.ru/>)RT (<https://rt.com/>)**Информационные поисковые системы**Яндекс (ссылка: <https://yandex.ru/>)Google (ссылка: <https://www.google.com/>)Mail (ссылка: <https://mail.ru/>)Bing (ссылка: <https://www.bing.com/>)Спутник (ссылка: <https://www.sputnik.ru/>)**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ: БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ**

Индикаторы достижения компетенций:

1) ПК-1.2 Разрабатывает план мероприятий по продвижению продукции СМИ

2) ПК-1.5 Осуществляет планирование мероприятий по продвижению продукции

Форма(ы) аттестации обучающихся: Дифференцированный зачет

Текущий контроль успеваемости: два устных опроса и контрольная работа (состоит из двух ситуационных заданий и пяти вопросов для письменного опроса)

**Тема: Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Предприятие – объект предпринимательской деятельности****Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Предприятие – объект предпринимательской деятельности»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Сущность предприятия и организационно-правовые формы хозяйствования.</p> <p>Процесс разработки бизнес-плана.</p> <p>Обоснование выбора месторасположения предприятия.</p> <p>Существующий потенциал и возможности предприятия (фирмы).</p> <p>Разработка хозяйственной стратегии и определение цели бизнес-проекта.</p> <p>Новые методы планирования и проектирования бизнеса.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Предприятие – объект предпринимательской деятельности»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p>

	<p>Какие основные черты имеет предприятие?</p> <p>Раскройте понятие эффективности деятельности предприятия.</p> <p>Перечислите и охарактеризуйте основные типы стратегий предприятия.</p> <p>Что такое планирование?</p> <p>От каких факторов зависят состав бизнес-плана и степень его детализации?</p> <p>Какие факторы влияют на выбор месторасположения предприятия?</p> <p>Каковы должны быть содержание и последовательность этапов реализации идей?</p> <p>Что должна содержать формулировка цели?</p> <p>Какие основные задачи бизнес-план помогает решить предпринимателю?</p> <p>Какие типы хозяйственных стратегий вы знаете?</p> <p>Стратегия, направленная на расширение доли рынка сбыта, способствует повышению эффективности производства (за счет чего)?</p> <p>Какие факторы определяют доминирование того или иного типа стратегии?</p> <p>Какое значение для процесса формирования хозяйственных стратегий в условиях рынка имеет фактор времени?</p> <p>Какие виды стратегий (первый или второй) будут преобладать на рынке в случае длительного периода оборота основного капитала и высокой степени риска новых капиталовложений?</p> <p>Оказываются ли операции на рынке фиктивного капитала более выгодными с точки зрения максимизации текущих финансовых результатов, нежели приобретение существующих предприятий?</p> <p>Как влияет увеличение инфляции на выбор стратегии?</p> <p>Какое влияние на соотношение двух типов хозяйственных стратегий может оказать структура активов компаний?</p> <p>Может ли высокая доля акционерного капитала в активах предприятия объективно вынуждать управляющих ориентироваться на стратегии второго типа?</p> <p>От каких факторов и условий зависит эффективность производства?</p>
--	---

#### **Рекомендуемая самостоятельная работа**

Схема	<p>Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Предприятие – объект предпринимательской деятельности»</p> <p>Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.</p>
Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Предприятие – объект предпринимательской деятельности»</p> <p>Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.</p>

#### **Тема: Товары и товарная политика предприятия. План мероприятий по продвижению продукции СМИ**

#### **Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Товары и товарная политика предприятия. План мероприятий по продвижению продукции СМИ»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Товарная политика предприятия.</p> <p>Качество и конкурентоспособность продукции.</p> <p>Измерение качества и конкурентоспособности продукции.</p> <p>Система управления качеством.</p> <p>Сертификация продукции. План мероприятий по продвижению продукции СМИ</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Товары и товарная политика предприятия. План мероприятий по продвижению продукции СМИ»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Каковы основные цели товарной политики?</p> <p>Каковы задачи товарной политики?</p> <p>Что такое товарная линия?</p> <p>Что такое инновация товара?</p> <p>Что такое вариация товара?</p>

	<p>Что такое элиминация товара?          Что такое диверсификация?          Какие шесть этапов включает процесс инновации товара?          Какие методы планирования нового товара вы знаете?          Опишите и охарактеризуйте методы – простого рейтинга, парного сравнения и шкалы оценок.          Охарактеризуйте качества и конкурентоспособности продукции.          Охарактеризуйте этапы «петли качества».          Приведите определение стандарта и технических условий.          Чем занимается наука квалиметрия?          В чем состоит суть измерения качества?          В чем заключается комплексный метод определения конкурентоспособности?          Охарактеризуйте системы управления качеством.          Что означает управлять качеством?          Что означает Total Quality Management и чем она отличается от принятой идеологии управления качеством?          Для чего необходима сертификация продукции?          Для каких целей проводится обязательная и добровольная сертификация?          Что может являться объектами сертификации?</p>
--	--

### **Рекомендуемая самостоятельная работа**

Графологическая структура	<p>Составьте графологическую структуру по теме «Товары и товарная политика предприятия. План мероприятий по продвижению продукции СМИ»          В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).</p>
Информационный блок	<p>Составьте информационный блок по теме «Товары и товарная политика предприятия. План мероприятий по продвижению продукции СМИ»          Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.</p>

### **Тема: Рынок и маркетинг**

#### **Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Рынок и маркетинг»          Вопросы для подготовки к устному опросу:          Сущность современного маркетинга и задачи предприятия.          Анализ рынков сбыта.          Прогноз объема сбыта и планирование продаж.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Рынок и маркетинг»          Вопросы для подготовки к письменному опросу:          Что включает понятие «маркетинг»?          В чем выражается стратегический курс предприятия?          Охарактеризуйте понятие «емкость рынка».          Какие вопросы и характеристики рынка рассматриваются при проведении анализа рынков сбыта?          Для каких целей необходима сегментация рынка?          Какие характеристики рынка рассматриваются при делении сегментов на макро и микро сегменты?          Какие два типа характеристик используются при анализе сегментов?          Что включает в себя финансовый анализ сегментов рынка?          Какое влияние оказывает выбор стратегии целевого рынка на результаты финансово-экономической деятельности предприятия?          От каких факторов зависит объем будущего сбыта?          Какие подходы существуют при формировании цены?          Назовите преимущества и недостатки существующих методов ценообразования.          Какая информация используется для определения профиля товарно-рыночной сферы?          Какие факторы влияют на прогноз объема сбыта товаров? Большое ли влияние оказывает выбранная стратегия цен?          Какова схема ценообразования при ориентации на издержки?</p>

### Рекомендуемая самостоятельная работа

Информационный блок	Составьте информационный блок по теме «Рынок и маркетинг» Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.
Сводная (обобщающая) таблица	Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Рынок и маркетинг» Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).

### Тема: План производства

#### Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «План производства» Вопросы для подготовки к устному опросу: Альтернатива выбора производственной программы. Планирование и обоснование производственной мощности предприятия. Планирование оборотных средств.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «План производства» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Какова главная задача производственного плана? Что понимается под оптимальным объемом выпуска продукции? Как рассчитать среднегодовую мощность? Чем отличается пропускная способность от производственной мощности предприятия? Как определяется коэффициент использования фактической производственной мощности? Как рассчитывается норматив отдельных элементов оборотных средств? Как определить совокупный норматив оборотных средств? Назовите источники формирования и покрытия потребности в оборотных средствах. Чем отличается себестоимость валовой, товарной и реализованной продукции? Отличается ли учет амортизируемого имущества для целей налогообложения и для целей бухгалтерского учета? Какие методы начисления амортизации вы знаете? Что включают в себя общепроизводственные, внепроизводственные, общехозяйственные расходы? Как определить и спланировать дополнительную потребность в капитале в связи с увеличением выпуска продукции? Каковы показатели эффективности использования основных фондов и оборотных средств?

### Рекомендуемая самостоятельная работа

Составление конспекта	Составьте конспект по теме «План производства» Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.
Графологическая структура	Составьте графологическую структуру по теме «План производства» В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).

### Тема: Организационный план и менеджмент

#### Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Организационный план и менеджмент»
-----------------------------	---

	<p>Вопросы для подготовки к устному опросу:          Организационная структура предприятия.          Совершенствование организационной структуры предприятия на современном этапе.          Персонал предприятия.          Производительность труда.          Оценка и нормирование труда.          Оплата и стимулирование труда.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Организационный план и менеджмент»          Вопросы для подготовки к письменному опросу:          Какие системы управления вы знаете?          Какие основные организационные структуры управления предприятием вы знаете?          Чем характеризуется каждая из них?          Какие виды оплаты труда на промышленных предприятиях вы знаете?          В каких случаях необходимо использовать повременную оплату труда работающих?          Каким образом рассчитывается заработок работающего при повременной оплате?          Какие показатели нужно иметь для расчета среднего заработка?          Какие формы оплаты труда могут применяться на предприятии?          В каких случаях применяется сдельная оплата труда?          Какие современные формы оплаты труда вы знаете?</p>

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

Сводная (обобщающая) таблица	<p>Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Организационный план и менеджмент»          Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).</p>
Схема	<p>Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Организационный план и менеджмент»          Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношения, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.</p>

**Тема: Оценка рисков. Планирование мероприятий по продвижению продукции.**

**Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Оценка рисков. Планирование мероприятий по продвижению продукции.»          Вопросы для подготовки к устному опросу:          Понятие и виды рисков в предпринимательстве.          Оценка риска.          Анализ рисков и вероятности банкротства.          Методы снижения рисков. Планирование мероприятий по продвижению продукции.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Оценка рисков. Планирование мероприятий по продвижению продукции.»          Вопросы для подготовки к письменному опросу:          Что включают в себя количественный и качественный методы анализа риска?          Для каких целей необходимо ранжировать риски?          Какие формы управления риском вы знаете?          Чем отличаются финансовый и инвестиционный риски?          Какие показатели используются для измерения степени риска?          Какой метод используется для определения вероятности банкротства?          Какие методы анализа инвестиционных проектов вы знаете?          В чем заключается анализ чувствительности проекта?          Какие методы снижения рисков вы знаете?          Как определить величину риска?          Как и для каких целей определяют коэффициент риска?</p>

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

Глоссарий	Составьте глоссарий по теме «Оценка рисков. Планирование мероприятий по продвижению продукции.» Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.
-----------	---

**Тема: Финансовое планирование**

**Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Финансовое планирование»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Сушность, классификация и структура инвестиций.</p> <p>Методы финансирования инвестиций.</p> <p>Бизнес-план и фазы инвестиционного проекта. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. . Осуществление разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ. Разработка проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ.</p> <p>Осуществление управления информацией из различных источников.</p> <p>Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации.</p> <p>Планирование работ по созданию контента.</p> <p>Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний, редактирование контента.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Финансовое планирование»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Что включает оперативное финансовое планирование?</p> <p>Для каких целей необходимы документы оперативного финансового планирования?</p> <p>Что включает долгосрочное финансовое планирование?</p> <p>Для каких целей необходимы документы долгосрочного финансового планирования?</p> <p>Что содержит и отражает «Баланс» предприятия?</p> <p>Что содержит и отражает «Отчет о прибылях и убытках»?</p> <p>Какие вы знаете основные показатели эффективности использования оборотных средств?</p> <p>Что содержит и отражает «Отчет о движении денежных средств»?</p> <p>Каким образом эти документы могут применяться в бизнес-планировании?</p> <p>Какие вы знаете основные показатели эффективности результатов деятельности предприятия?</p> <p>Как образуется нераспределенная прибыль?</p> <p>Какие вы знаете основные этапы расчета безубыточности?</p> <p>Какие вы знаете три основных вида деятельности предприятия и соответствующие доходы по ним?</p> <p>Какие показатели применяются при нетрадиционном способе планирования прибыли?</p> <p>Для чего нужны такие показатели, как вклад на покрытие, коэффициент покрытия, коэффициент операционного рычага. Обоснуйте ответ.</p> <p>Что включает в себя анализ финансового состояния предприятия?</p> <p>Какие вы знаете абсолютные и относительные коэффициенты финансового состояния предприятия?</p> <p>Что включает и для каких целей проводится оценка состава и структуры баланса?</p> <p>Что включает и для каких целей проводится оценка ликвидности и платежеспособности предприятия?</p> <p>Что включает и для каких целей проводится оценка деловой активности?</p> <p>Что включает и для каких целей проводится оценка финансовой устойчивости предприятия?</p> <p>Что включает и для каких целей проводится оценка рентабельности?</p>

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

Составление конспекта	Составьте конспект по теме «Финансовое планирование» Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.
Сводная (обобщающая) таблица	Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Финансовое планирование» Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).

**Тема: Планирование инвестиций. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.**

**Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Планирование инвестиций. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Сущность, классификация и структура инвестиций.</p> <p>Методы финансирования инвестиций.</p> <p>Бизнес-план и фазы инвестиционного проекта. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Планирование инвестиций. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Что понимается под инвестициями?</p> <p>На основе каких признаков производится классификация инвестиций?</p> <p>Что подразумевается под понятием «реальные инвестиции» и что к ним относится?</p> <p>Что понимается под структурой инвестиций?</p> <p>Какие фазы содержит жизненный цикл проекта?</p> <p>Какие стадии содержит предынвестиционная фаза жизненного цикла проекта?</p> <p>Что формируется в течение инвестиционной фазы?</p> <p>Что включает в себя эксплуатационная фаза?</p> <p>В чем вы видите разницу между ПТЭО и бизнес-планом?</p> <p>Как определяется ценность проекта?</p> <p>Что составляет основу финансово-экономического обоснования коммерческой привлекательности инвестиционных проектов?</p> <p>Что включает в себя расчет финансовой состоятельности проекта?</p> <p>Что включает в себя расчет экономической эффективности проекта?</p> <p>Какой показатель может служить интегральным показателем сравнения коммерческой привлекательности проектов?</p> <p>Из каких частей состоит отчет о движении денежных средств?</p> <p>Что показывает коэффициент дисконтирования?</p> <p>Что показывает коэффициент эффективности инвестиций и каковы его преимущества и недостатки перед другими показателями?</p> <p>Для каких целей рассчитывается индекс прибыльности и каковы его преимущества и недостатки перед другими показателями?</p> <p>Что понимается под внутренней нормой рентабельности?</p> <p>Что понимается под управлением проектом?</p> <p>Какова главная цель обновления и перепроектирования бизнес-процессов?</p>

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

Глоссарий	<p>Составьте глоссарий по теме «Планирование инвестиций. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.»</p> <p>Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.</p>
Информационный блок	<p>Составьте информационный блок по теме «Планирование инвестиций. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.»</p> <p>Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.</p>

**Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы)**

Какие основные черты имеет предприятие?  
 Раскройте понятие эффективности деятельности предприятия.



Перечислите и охарактеризуйте основные типы стратегий предприятия.

Что такое планирование?

От каких факторов зависят состав бизнес-плана и степень его детализации?

Какие факторы влияют на выбор месторасположения предприятия?

Каковы должны быть содержание и последовательность этапов реализации идей?

Что должна содержать формулировка цели?

Какие основные задачи бизнес-план помогает решить предпринимателю?

Какие типы хозяйственных стратегий вы знаете?

Стратегия, направленная на расширение доли рынка сбыта, способствует повышению эффективности производства (за счет чего)?

Какие факторы определяют доминирование того или иного типа стратегии?

Какое значение для процесса формирования хозяйственных стратегий в условиях рынка имеет фактор времени?

Какие виды стратегий (первый или второй) будут преобладать на рынке в случае длительного периода оборота основного капитала и высокой степени риска новых капиталовложений?

Оказываются ли операции на рынке фиктивного капитала более выгодными с точки зрения максимизации текущих финансовых результатов, нежели приобретение существующих предприятий?

Как влияет увеличение инфляции на выбор стратегии?

Какое влияние на соотношение двух типов хозяйственных стратегий может оказать структура активов компаний?

Может ли высокая доля акционерного капитала в активах предприятия объективно вынуждать управляющих ориентироваться на стратегии второго типа?

От каких факторов и условий зависит эффективность производства?

Каковы основные цели товарной политики?

Каковы задачи товарной политики?

Что такое товарная линия?

Что такое инновация товара?

Что такое вариация товара?

Что такое элиминация товара?

Что такое диверсификация?

Какие шесть этапов включает процесс инновации товара?

Какие методы планирования нового товара вы знаете?

Опишите и охарактеризуйте методы — простого рейтинга, парного сравнения и шкалы оценок.

Охарактеризуйте качества и конкурентоспособности продукции.

Охарактеризуйте этапы «петли качества».

Приведите определение стандарта и технических условий.

Чем занимается наука квалиметрия?

В чем состоит суть измерения качества?

В чем заключается комплексный метод определения конкурентоспособности?

Охарактеризуйте системы управления качеством.

Что означает управлять качеством?

Что означает Total Quality Management и чем она отличается от принятой идеологии управления качеством?

Для чего необходима сертификация продукции?

Для каких целей проводится обязательная и добровольная сертификация?

Что может являться объектами сертификации?

Что включает понятие «маркетинг»?

В чем выражается стратегический курс предприятия?

Охарактеризуйте понятие «емкость рынка».

Какие вопросы и характеристики рынка рассматриваются при проведении анализа рынков сбыта?

Для каких целей необходима сегментация рынка?

Какие характеристики рынка рассматриваются при делении сегментов на макро и микро сегменты?

Какие два типа характеристик используются при анализе сегментов?

Что включает в себя финансовый анализ сегментов рынка?

Какое влияние оказывает выбор стратегии целевого рынка на результаты финансово-экономической деятельности предприятия?

От каких факторов зависит объем будущего сбыта?

Какие подходы существуют при формировании цены?

Назовите преимущества и недостатки существующих методов ценообразования.

Какая информация используется для определения профиля товарно-рыночной сферы?

Какие факторы влияют на прогноз объема сбыта товаров? Большое ли влияние оказывает выбранная стратегия цен?

Какова схема ценообразования при ориентации на издержки?

Какова главная задача производственного плана?

Что понимается под оптимальным объемом выпуска продукции?

Как рассчитать среднегодовую мощность?

Чем отличается пропускная способность от производственной мощности предприятия?

Как определяется коэффициент использования фактической производственной мощности?  
Как рассчитывается норматив отдельных элементов оборотных средств?  
Как определить совокупный норматив оборотных средств?  
Назовите источники формирования и покрытия потребности в оборотных средствах.  
Чем отличается себестоимость валовой, товарной и реализованной продукции?  
Отличается ли учет амортизируемого имущества для целей налогообложения и для целей бухгалтерского учета?  
Какие методы начисления амортизации вы знаете?  
Что включают в себя общепроизводственные, внепроизводственные, общехозяйственные расходы?  
Как определить и спланировать дополнительную потребность в капитале в связи с увеличением выпуска продукции?  
Каковы показатели эффективности использования основных фондов и оборотных средств?  
Какие системы управления вы знаете?  
Какие основные организационные структуры управления предприятием вы знаете?  
Чем характеризуется каждая из них?  
Какие виды оплаты труда на промышленных предприятиях вы знаете?  
В каких случаях необходимо использовать повременную оплату труда работающих?  
Каким образом рассчитывается заработок работающего при повременной оплате?  
Какие показатели нужно иметь для расчета среднего заработка?  
Какие формы оплаты труда могут применяться на предприятии?  
В каких случаях применяется сдельная оплата труда?  
Какие современные формы оплаты труда вы знаете?  
Что включают в себя количественный и качественный методы анализа риска?  
Для каких целей необходимо ранжировать риски?  
Какие формы управления риском вы знаете?  
Чем отличаются финансовый и инвестиционный риски?  
Какие показатели используются для измерения степени риска?  
Какой метод используется для определения вероятности банкротства?  
Какие методы анализа инвестиционных проектов вы знаете?  
В чем заключается анализ чувствительности проекта?  
Какие методы снижения рисков вы знаете?  
Как определить величину риска?  
Как и для каких целей определяют коэффициент риска?  
Что включает оперативное финансовое планирование?  
Для каких целей необходимы документы оперативного финансового планирования?  
Что включает долгосрочное финансовое планирование?  
Для каких целей необходимы документы долгосрочного финансового планирования?  
Что содержит и отражает «Баланс» предприятия?  
Что содержит и отражает «Отчет о прибылях и убытках»?  
Какие вы знаете основные показатели эффективности использования оборотных средств?  
Что содержит и отражает «Отчет о движении денежных средств»?  
Каким образом эти документы могут применяться в бизнес-планировании?  
Какие вы знаете основные показатели эффективности результатов деятельности предприятия?  
Как образуется нераспределенная прибыль?  
Какие вы знаете основные этапы расчета безубыточности?  
Какие вы знаете три основных вида деятельности предприятия и соответствующие доходы по ним?  
Какие показатели применяются при нетрадиционном способе планирования прибыли?  
Для чего нужны такие показатели, как вклад на покрытие, коэффициент покрытия, коэффициент операционного рычага. Обоснуйте ответ.  
Что включает в себя анализ финансового состояния предприятия?  
Какие вы знаете абсолютные и относительные коэффициенты финансового состояния предприятия?  
Что включает и для каких целей проводится оценка состава и структуры баланса?  
Что включает и для каких целей проводится оценка ликвидности и платежеспособности предприятия?  
Что включает и для каких целей проводится оценка деловой активности?  
Что включает и для каких целей проводится оценка финансовой устойчивости предприятия?  
Что включает и для каких целей проводится оценка рентабельности?  
Что понимается под инвестициями?  
На основе каких признаков производится классификация инвестиций?  
Что подразумевается под понятием «реальные инвестиции» и что к ним относится?  
Что понимается под структурой инвестиций?  
Какие фазы содержит жизненный цикл проекта?  
Какие стадии содержит предынвестиционная фаза жизненного цикла проекта?  
Что формируется в течение инвестиционной фазы?  
Что включает в себя эксплуатационная фаза?  
В чем вы видите разницу между ПТЭО и бизнес-планом?  
Как определяется ценность проекта?

Что составляет основу финансово-экономического обоснования коммерческой привлекательности инвестиционных проектов?

Что включает в себя расчет финансовой состоятельности проекта?

Что включает в себя расчет экономической эффективности проекта?

Какой показатель может служить интегральным показателем сравнения коммерческой привлекательности проектов?

Из каких частей состоит отчет о движении денежных средств?

Что показывает коэффициент дисконтирования?

Что показывает коэффициент эффективности инвестиций и каковы его преимущества и недостатки перед другими показателями?

Для каких целей рассчитывается индекс прибыльности и каковы его преимущества и недостатки перед другими показателями?

Что понимается под внутренней нормой рентабельности?

Что понимается под управлением проектом?

Какова главная цель обновления и перепроектирования бизнес-процессов?

### **Вопросы для устных опросов**

Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Сущность предприятия и организационно-правовые формы хозяйствования.

Процесс разработки бизнес-плана.

Обоснование выбора месторасположения предприятия.

Существующий потенциал и возможности предприятия (фирмы).

Разработка хозяйственной стратегии и определение цели бизнес-проекта.

Новые методы планирования и проектирования бизнеса.

Товарная политика предприятия.

Качество и конкурентоспособность продукции.

Измерение качества и конкурентоспособности продукции.

Система управления качеством.

Сертификация продукции. План мероприятий по продвижению продукции СМИ

Сущность современного маркетинга и задачи предприятия.

Анализ рынков сбыта.

Прогноз объема сбыта и планирование продаж.

Альтернатива выбора производственной программы.

Планирование и обоснование производственной мощности предприятия.

Планирование оборотных средств.

Организационная структура предприятия.

Совершенствование организационной структуры предприятия на современном этапе.

Персонал предприятия.

Производительность труда.

Оценка и нормирование труда.

Оплата и стимулирование труда.

Понятие и виды рисков в предпринимательстве.

Оценка риска.

Анализ рисков и вероятности банкротства.

Методы снижения рисков. Планирование мероприятий по продвижению продукции.

Сущность, классификация и структура инвестиций.

Методы финансирования инвестиций.

Бизнес-план и фазы инвестиционного проекта. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. . Осуществление разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ.

Разработка проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ.

Осуществление управления информацией из различных источников.

Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации.

Планирование работ по созданию контента.

Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний, редактирование контента.

Бизнес-план и фазы инвестиционного проекта. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.

### **Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации)**

Какие основные черты имеет предприятие?
Раскройте понятие эффективности деятельности предприятия.

Перечислите и охарактеризуйте основные типы стратегий предприятия.
Что такое планирование?
От каких факторов зависят состав бизнес-плана и степень его детализации?
Какие факторы влияют на выбор месторасположения предприятия?
Каковы должны быть содержание и последовательность этапов реализации идей?
Что должна содержать формулировка цели?
Какие основные задачи бизнес-план помогает решить предпринимателю?
Какие типы хозяйственных стратегий вы знаете?
Стратегия, направленная на расширение доли рынка сбыта, способствует повышению эффективности производства (за счет чего)?
Какие факторы определяют доминирование того или иного типа стратегии?
Какое значение для процесса формирования хозяйственных стратегий в условиях рынка имеет фактор времени?
Какие виды стратегий (первый или второй) будут преобладать на рынке в случае длительного периода оборота основного капитала и высокой степени риска новых капиталовложений?
Оказываются ли операции на рынке фиктивного капитала более выгодными с точки зрения максимизации текущих финансовых результатов, нежели приобретение существующих предприятий?
Как влияет увеличение инфляции на выбор стратегии?
Какое влияние на соотношение двух типов хозяйственных стратегий может оказать структура активов компаний?
Может ли высокая доля акционерного капитала в активах предприятия объективно вынуждать управляющих ориентироваться на стратегии второго типа?
От каких факторов и условий зависит эффективность производства?
Каковы основные цели товарной политики?
Каковы задачи товарной политики?
Что такое товарная линия?
Что такое инновация товара?
Что такое вариация товара?
Что такое элиминация товара?
Что такое диверсификация?
Какие шесть этапов включает процесс инновации товара?
Какие методы планирования нового товара вы знаете?
Опишите и охарактеризуйте методы – простого рейтинга, парного сравнения и шкалы оценок.
Охарактеризуйте качества и конкурентоспособности продукции.
Охарактеризуйте этапы «петли качества».
Приведите определение стандарта и технических условий.
Чем занимается наука квалиметрия?
В чем состоит суть измерения качества?
В чем заключается комплексный метод определения конкурентоспособности?
Охарактеризуйте системы управления качеством.
Что означает управлять качеством?
Что означает Total Quality Management и чем она отличается от принятой идеологии управления качеством?
Для чего необходима сертификация продукции?
Для каких целей проводится обязательная и добровольная сертификация?
Что может являться объектами сертификации?
Что включает понятие «маркетинг»?
В чем выражается стратегический курс предприятия?

Охарактеризуйте понятие «емкость рынка».
Какие вопросы и характеристики рынка рассматриваются при проведении анализа рынков сбыта?
Для каких целей необходима сегментация рынка?
Какие характеристики рынка рассматриваются при делении сегментов на макро и микро сегменты?
Какие два типа характеристик используются при анализе сегментов?
Что включает в себя финансовый анализ сегментов рынка?
Какое влияние оказывает выбор стратегии целевого рынка на результаты финансово-экономической деятельности предприятия?
От каких факторов зависит объем будущего сбыта?
Какие подходы существуют при формировании цены?
Назовите преимущества и недостатки существующих методов ценообразования.
Какая информация используется для определения профиля товарно-рыночной сферы?
Какие факторы влияют на прогноз объема сбыта товаров? Большое ли влияние оказывает выбранная стратегия цен?
Какова схема ценообразования при ориентации на издержки?
Какова главная задача производственного плана?
Что понимается под оптимальным объемом выпуска продукции?
Как рассчитать среднегодовую мощность?
Чем отличается пропускная способность от производственной мощности предприятия?
Как определяется коэффициент использования фактической производственной мощности?
Как рассчитывается норматив отдельных элементов оборотных средств?
Как определить совокупный норматив оборотных средств?
Назовите источники формирования и покрытия потребности в оборотных средствах.
Чем отличается себестоимость валовой, товарной и реализованной продукции?
Отличается ли учет амортизируемого имущества для целей налогообложения и для целей бухгалтерского учета?
Какие методы начисления амортизации вы знаете?
Что включают в себя общепроизводственные, внепроизводственные, общехозяйственные расходы?
Как определить и спланировать дополнительную потребность в капитале в связи с увеличением выпуска продукции?
Каковы показатели эффективности использования основных фондов и оборотных средств?
Какие системы управления вы знаете?
Какие основные организационные структуры управления предприятием вы знаете?
Чем характеризуется каждая из них?
Какие виды оплаты труда на промышленных предприятиях вы знаете?
В каких случаях необходимо использовать повременную оплату труда работающих?
Каким образом рассчитывается заработок работающего при повременной оплате?
Какие показатели нужно иметь для расчета среднего заработка?
Какие формы оплаты труда могут применяться на предприятии?
В каких случаях применяется сдельная оплата труда?
Какие современные формы оплаты труда вы знаете?
Что включают в себя количественный и качественный методы анализа риска?
Для каких целей необходимо ранжировать риски?
Какие формы управления риском вы знаете?
Чем отличаются финансовый и инвестиционный риски?
Какие показатели используются для измерения степени риска?
Какой метод используется для определения вероятности банкротства?

Какие методы анализа инвестиционных проектов вы знаете?
В чем заключается анализ чувствительности проекта?
Какие методы снижения рисков вы знаете?
Как определить величину риска?
Как и для каких целей определяют коэффициент риска?
Что включает оперативное финансовое планирование?
Для каких целей необходимы документы оперативного финансового планирования?
Что включает долгосрочное финансовое планирование?
Для каких целей необходимы документы долгосрочного финансового планирования?
Что содержит и отражает «Баланс» предприятия?
Что содержит и отражает «Отчет о прибылях и убытках»?
Какие вы знаете основные показатели эффективности использования оборотных средств?
Что содержит и отражает «Отчет о движении денежных средств»?
Каким образом эти документы могут применяться в бизнес-планировании?
Какие вы знаете основные показатели эффективности результатов деятельности предприятия?
Как образуется нераспределенная прибыль?
Какие вы знаете основные этапы расчета безубыточности?
Какие вы знаете три основных вида деятельности предприятия и соответствующие доходы по ним?
Какие показатели применяются при нетрадиционном способе планирования прибыли?
Для чего нужны такие показатели, как вклад на покрытие, коэффициент покрытия, коэффициент операционного рычага. Обоснуйте ответ.
Что включает в себя анализ финансового состояния предприятия?
Какие вы знаете абсолютные и относительные коэффициенты финансового состояния предприятия?
Что включает и для каких целей проводится оценка состава и структуры баланса?
Что включает и для каких целей проводится оценка ликвидности и платежеспособности предприятия?
Что включает и для каких целей проводится оценка деловой активности?
Что включает и для каких целей проводится оценка финансовой устойчивости предприятия?
Что включает и для каких целей проводится оценка рентабельности?
Что понимается под инвестициями?
На основе каких признаков производится классификация инвестиций?
Что подразумевается под понятием «реальные инвестиции» и что к ним относится?
Что понимается под структурой инвестиций?
Какие фазы содержит жизненный цикл проекта?
Какие стадии содержит предынвестиционная фаза жизненного цикла проекта?
Что формируется в течение инвестиционной фазы?
Что включает в себя эксплуатационная фаза?
В чем вы видите разницу между ПТЭО и бизнес-планом?
Как определяется ценность проекта?
Что составляет основу финансово-экономического обоснования коммерческой привлекательности инвестиционных проектов?
Что включает в себя расчет финансовой состоятельности проекта?
Что включает в себя расчет экономической эффективности проекта?
Какой показатель может служить интегральным показателем сравнения коммерческой привлекательности проектов?
Из каких частей состоит отчет о движении денежных средств?
Что показывает коэффициент дисконтирования?

Что показывает коэффициент эффективности инвестиций и каковы его преимущества и недостатки перед другими показателями?
Для каких целей рассчитывается индекс прибыльности и каковы его преимущества и недостатки перед другими показателями?
Что понимается под внутренней нормой рентабельности?
Что понимается под управлением проектом?
Какова главная цель обновления и перепроектирования бизнес-процессов?

**Учебная литература** (перечень основной (обязательной) и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)) включает в себя следующие **электронные учебные издания**:

Основная (обязательная) учебная литература:

1. Сергеев, А. А. Бизнес-планирование : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Сергеев. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Внутрифирменное планирование : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. Н. Кукушкин [и др.] ; под редакцией С. Н. Кукушкина, В. Я. Позднякова, Е. С. Васильевой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования сми : учебное пособие для академического бакалавриата / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Куприянов, Ю. В. Модели и методы диагностики состояния бизнес-систем : учебное пособие для вузов / Ю. В. Куприянов, Е. А. Кутлуни. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Невская, Н. А. Макроэкономическое планирование и прогнозирование в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. А. Невская. — 2-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

## **Учебно-методическое и информационное обеспечение обучения по дисциплине**

### **I. Учебно-методическое обеспечение**

#### **Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы**

##### **Учебные материалы – электронные учебные издания (издания электронных библиотечных систем)**

**Учебная литература** (перечень основной (обязательной) и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)) включает в себя следующие **электронные учебные издания**:

Основная (обязательная) учебная литература:

1. Сергеев, А. А. Бизнес-планирование : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Сергеев. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Внутрифирменное планирование : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. Н. Кукушкин [и др.] ; под редакцией С. Н. Кукушкина, В. Я. Позднякова, Е. С. Васильевой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования сми : учебное пособие для академического бакалавриата / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Куприянов, Ю. В. Модели и методы диагностики состояния бизнес-систем : учебное пособие для вузов / Ю. В. Куприянов, Е. А. Кутлуни. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Невская, Н. А. Макроэкономическое планирование и прогнозирование в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. А. Невская. — 2-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

#### **Периодические издания**

##### **Иные электронные образовательные ресурсы**

Единое окно доступа к образовательным ресурсам (<http://window.edu.ru/>)

Федеральный образовательный портал "Экономика. Социология. Менеджмент" (<http://ecsocman.hse.ru/>)

Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (<https://biblio-online.ru/> или <https://urait.ru/>))

Электронно-библиотечная система «Рукопт» (Электронная библиотечная система «Рукопт») (Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт») <https://rucont.ru/> или <https://librucont.ru/>

Электронная информационно-образовательная среда организации Университета БРИКС (<https://brics.study/>)

## **II. Информационное обеспечение (перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем)**

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (ЭБС), содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы.

**Состав необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:** Яндекс.Браузер; LibreOffice; Notepad++; GNU Image Manipulation Program (GIMP); Firefox (Браузер Mozilla Firefox); 7-Zip; FAR Manager.

**Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**  
(перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»):

### **Электронные информационные ресурсы**

#### **Состав современных профессиональных баз данных (в том числе международных реферативных баз данных научных изданий)**

Федеральная служба государственной статистики (<https://www.gks.ru/>)

Открытые данные России (<https://data.gov.ru/>)

Статистический Отдел Организации Объединенных Наций (United Nations Statistics Division) (<http://data.un.org/>)

Экономическая и социальная комиссия для Азии и Тихого океана (United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific) (<https://www.unescap.org/our-work/statistics>)

Европейская экономическая комиссия Организации Объединенных Наций (United Nations Economic Commission for Europe) ([http://www.unece.org/stats/stats\\_h.html](http://www.unece.org/stats/stats_h.html))

Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций (Food and Agriculture Organization of the United Nations) (<http://www.fao.org/statistics/en/>)

Международный валютный фонд (МВФ) (International Monetary Fund (IMF)) (<https://www.imf.org/en/Data>)

Институт статистики ЮНЕСКО (UNESCO Institute of Statistics) (<http://uis.unesco.org/>)

Организация Объединенных Наций По Промышленному Развитию (United Nations Industrial Development Organization) (<https://www.unido.org/researchers/statistical-databases>)

Группа Всемирного Банка (The World Bank Group) (<https://data.worldbank.org/>)

Всемирная организация здравоохранения (World Health Organization) (<https://www.who.int/data/>)

Всемирная торговая организация (World Trade Organization) ([https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/statis\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm))

Евростат (Eurostat (European Statistical Office)) (<https://ec.europa.eu/eurostat/>)

Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств (<http://www.cisstat.com/Obase/index.htm>)

Организация экономического сотрудничества и развития (Organisation for Economic Co-operation and Development) (<https://data.oecd.org/>)

Международное энергетическое агентство (International Energy Agency) (<https://www.iea.org/data-and-statistics/>)

#### **Состав международных реферативных баз данных научных изданий**

Science Alert (<https://scialert.net/>)

AENSI Publisher (American-Eurasian Network for Scientific Information Journals) (<http://www.aensiweb.com/>)

Asian Economic and Social Society (AESS) (<http://www.aessweb.com/>)

PressAcademia (<http://www.pressacademia.org/>)

OMICs International (<https://www.omicsonline.org/>)

Scientific Research Publishing (<https://www.scirp.org/>)

Hikari Ltd (<http://www.m-hikari.com/>)

OAPEN (<https://www.oapen.org/>)

Scientific & Academic Publishing (SAP) (<http://www.sapub.org/journal/index.aspx>)

Global Advanced Research Journals (<http://garj.org/>)

Kamla-Raj Enterprises (<http://www.krepublishers.com/>)

ISER PUBLICATIONS (<http://www.iserjournals.com/>)

Medwell Journals (Scientific Research Publishing Company) (<https://medwelljournals.com/home.php>)

#### **Состав информационных справочных систем**

База знаний Открытого правительства (<http://wiki.ac-forum.ru/>)

Высшая аттестационная комиссия при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru/main>)

Российский фонд фундаментальных исследований (<https://www.rfbr.ru/>)

Федеральный портал «Российское образование» (<http://www.edu.ru/>)

Espacenet (Поиск патентной информации) (<https://ru.espacenet.com/>)

Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ (<http://gramota.ru/>)

Евразийский Монитор (<http://eurasiamonitor.org/>)



Экономические факультеты, институты и исследовательские центры в мире (<https://edirc.repec.org/>)  
Информационная система Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека «Документы» (<https://www.rosпотребнадзор.ru/documents/documents.php>)

*Состав информационных справочных правовых систем*

Официальный интернет-портал правовой информации (Государственная система правовой информации) (<http://pravo.gov.ru/>)

Система обеспечения законодательной деятельности (<https://sozd.duma.gov.ru/>)

Собрание законодательства Российской Федерации (<https://www.szrf.ru/>)

Государственная автоматизированная система Российской Федерации «Правосудие» (ГАС «Правосудие») (<https://sudrf.ru/>)

Нормативные правовые акты в Российской Федерации. Министерство юстиции Российской Федерации (<http://pravo.minjust.ru/>)

#### **Иные информационные ресурсы - информационные ресурсы органов государственной власти**

Президент России (<http://kremlin.ru/>)

Правительство России (<http://government.ru/>)

Министерство науки и высшего образования РФ (<https://www.minobrnauki.gov.ru/>)

Министерство просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>)

Министерство экономического развития Российской Федерации (<https://www.economy.gov.ru/>)

Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (<https://digital.gov.ru/>)

Банк России (<https://www.cbr.ru/>)

Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (<http://obrnadzor.gov.ru/ru/>)

#### **Иные информационные ресурсы - новостные информационные ресурсы (ресурсы средств массовой информации)**

ТАСС (<https://tass.ru/>)

РИА НОВОСТИ (<https://ria.ru/>)

Коммерсантъ (<https://www.kommersant.ru/>)

Forbes (<https://www.forbes.ru/>)

ЭКСПЕРТ (<https://expert.ru/>)

Известия (<https://iz.ru/>)

РБК (<https://www.rbc.ru/>)

RT (<https://rt.com/>)

#### **Информационные поисковые системы**

Яндекс (ссылка: <https://yandex.ru/>)

Google (ссылка: <https://www.google.com/>)

Mail (ссылка: <https://mail.ru/>)

Bing (ссылка: <https://www.bing.com/>)

Спутник (ссылка: <https://www.sputnik.ru/>)

### **МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ: ОСНОВЫ РЕПУТАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА**

Индикаторы достижения компетенций:

- 1) ПК-1.2 Разрабатывает план мероприятий по продвижению продукции СМИ
- 2) ПК-1.5 Осуществляет планирование мероприятий по продвижению продукции

Форма(ы) аттестации обучающихся: Дифференцированный зачет

Текущий контроль успеваемости: два устных опроса и контрольная работа (состоит из двух ситуационных заданий и пяти вопросов для письменного опроса)

**Тема: Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Понятие деловой репутации**

#### **Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Понятие деловой репутации» Вопросы для подготовки к устному опросу:
-----------------------------	---

	<p>Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Авторитет как предшественник репутации.</p> <p>Символы и реальность в многообразии современных авторитетов.</p> <p>Смена парадигмы бизнеса в условиях информационного общества.</p> <p>Репутация как важнейший нематериальный актив.</p> <p>Имидж и репутация: сходство и различие.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Понятие деловой репутации»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Какие таланты, умения, достоинства у вас имеются? Как их можно конвертировать в укрепление своей репутации.</p> <p>Далее представлен ряд понятий. Какие из них являются частью репутации, а какие – нет? Чем они отличаются друг от друга: внешний облик; образ; имидж; престиж; известность. Что представляет собой управление репутацией?</p> <p>Что такое репутационный менеджмент?</p> <p>Сформулируйте определение понятия "авторитет".</p> <p>Перечислите основные тенденции современного глобального мира.</p> <p>Расскажите про зоны коммуникационных разрывов.</p>

### **Рекомендуемая самостоятельная работа**

Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Понятие деловой репутации»</p> <p>Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.</p>
Сводная (обобщающая) таблица	<p>Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Понятие деловой репутации»</p> <p>Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).</p>

### **Тема: Цифровая экономика как новая реальность. План мероприятий по продвижению продукции СМИ**

#### **Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Цифровая экономика как новая реальность. План мероприятий по продвижению продукции СМИ»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Основные черты цифровой среды.</p> <p>Мировой рынок информационных ресурсов.</p> <p>Роль больших данных (Big Data) в современном мире.</p> <p>Киберпреступность.</p> <p>Репутационные риски в эпоху цифровых технологий. План мероприятий по продвижению продукции СМИ</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Цифровая экономика как новая реальность. План мероприятий по продвижению продукции СМИ»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Какими информационными сервисами вы пользуетесь чаще всего? С чем это, по-вашему, связано?</p> <p>Какие страны сегодня вы бы назвали лидерами цифровой экономики? По каким параметрам они лидируют?</p> <p>Перечислите виды деятельности информационного менеджмента.</p> <p>Расскажите про социальные базы данных.</p> <p>Перечислите основные виды киберпреступности.</p> <p>Расскажите про источники репутационных исков.</p>

### **Рекомендуемая самостоятельная работа**

Глоссарий	Составьте глоссарий по теме «Цифровая экономика как новая реальность. План мероприятий по продвижению продукции СМИ» Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.
Информационный блок	Составьте информационный блок по теме «Цифровая экономика как новая реальность. План мероприятий по продвижению продукции СМИ» Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.

### Тема: Параметры деловой репутации

#### Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Параметры деловой репутации» Вопросы для подготовки к устному опросу: Преимущества репутации как стратегического актива. Понятие и методы расчета гудвилл. Целевые аудитории репутации. Компоненты репутации. Рейтинги репутации.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Параметры деловой репутации» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Какими современными гаджетами вы пользуетесь? А теперь спросите себя: по каким психологическим причинам вы отдаете предпочтение именно этим брендам? Являетесь ли вы жертвами рекламы или выбираете данные гаджеты, потому что доверяете их качеству? Сформулируйте определение понятия "гудвилл". Какие слагаемые входят в понятие "гудвилл"? Расскажите про методы расчета величины гудвилла. Расскажите про диффузные группы. В чем различие между брендом и репутацией?

#### Рекомендуемая самостоятельная работа

Схема	Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Параметры деловой репутации» Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.
Графологическая структура	Составьте графологическую структуру по теме «Параметры деловой репутации» В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).

### Тема: Создание информационной основы репутации

#### Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Создание информационной основы репутации» Вопросы для подготовки к устному опросу: Репутационный аудит. Информационный и коммуникационный аудит. Разработка «легенды». Формирование образа. Основы информационной политики. Новые медиа.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Создание информационной основы репутации» Вопросы для подготовки к письменному опросу: С чем связана сегментация современных СМИ? По каким критериям определяются целевые СМИ?

	<p>Вы являетесь консультантом в области репутационного менеджмента. К вам обратилась известная еще с советских времен компания по производству кондитерских изделий с просьбой повысить популярность ее продукции. Какой пул целевых СМИ вы бы разработали для этой компании?</p> <p>Перечислите цели внешних коммуникаций.</p> <p>Перечислите цели внутренних коммуникаций.</p> <p>Какие задачи позволяет решать регулярный мониторинг СМИ?</p> <p>В чем различие между пропагандой и PR?</p>
--	--

### **Рекомендуемая самостоятельная работа**

Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Создание информационной основы репутации»</p> <p>Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре и источнику информации. Записи следует вести четко, ясно.</p>
Глоссарий	<p>Составьте глоссарий по теме «Создание информационной основы репутации»</p> <p>Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.</p>

### **Тема: Технологии управления деловой репутацией компании**

#### **Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Технологии управления деловой репутацией компании»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Взаимодействие со СМИ.</p> <p>Корпоративная социальная ответственность и благотворительность.</p> <p>Повышение инвестиционной привлекательности.</p> <p>Укрепление авторитета в органах власти.</p> <p>Построение системы внутрикорпоративных коммуникаций.</p> <p>Разработка коммуникационной программы.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Технологии управления деловой репутацией компании»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Какие виды благотворительной деятельности, на ваш взгляд, будут способствовать укреплению положительного образа нефтяной компании?</p> <p>Какой социальный проект для укрепления своей репутации лучше выбрать заводу по производству водочных изделий?</p> <p>Какие из аспектов своей деятельности должно транслировать предприятие инвестиционному сообществу, чтобы привлечь средства для своего развития?</p> <p>В чем различие в работе с информацией журналиста и PR-специалиста?</p> <p>Расскажите про этапы выстраивания дружественных отношений с журналистами.</p> <p>Расскажите, что называют пресс-релизом.</p> <p>Расскажите про сходство и различия между PR и IT-технологиями.</p>

#### **Рекомендуемая самостоятельная работа**

Схема	<p>Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Технологии управления деловой репутацией компании»</p> <p>Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.</p>
Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Технологии управления деловой репутацией компании»</p> <p>Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.</p>

**Тема: Технологии управления деловой репутацией руководителя. Планирование мероприятий по продвижению продукции.**

**Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Технологии управления деловой репутацией руководителя. Планирование мероприятий по продвижению продукции.»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Репутация современного российского предпринимателя.</p> <p>Позиционирование компании через первое лицо.</p> <p>Коммуникационный аудит и личностная диагностика.</p> <p>Создание образа и разработка «легенды».</p> <p>Продвижение во внешних и внутренних аудиториях. Планирование мероприятий по продвижению продукции.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Технологии управления деловой репутацией руководителя. Планирование мероприятий по продвижению продукции.»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Попробуйте «сконструировать» образ идеального современного руководителя, который бы внушал доверие и симпатию целевым аудиториям. Какими качествами он должен обладать в первую очередь? Как это должно подчеркиваться в его внешнем облике, поведении, костюме?</p> <p>Перечислите основные черты харизматичных личностей.</p> <p>Какими качествами должен обладать лидер-коммуникатор?</p> <p>Перечислите достоинства и недостатки харизматичного руководителя.</p> <p>Опишите вербальный имидж.</p> <p>Перечислите способы, как можно проявить себя в профессиональном сообществе.</p>

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

Графологическая структура	<p>Составьте графологическую структуру по теме «Технологии управления деловой репутацией руководителя. Планирование мероприятий по продвижению продукции.»</p> <p>В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).</p>
Информационный блок	<p>Составьте информационный блок по теме «Технологии управления деловой репутацией руководителя. Планирование мероприятий по продвижению продукции.»</p> <p>Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.</p>

**Тема: Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации**

**Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Выбор карьерной стратегии.</p> <p>Управление карьерными рисками.</p> <p>Создание персонального бренда.</p> <p>Технологии карьерного продвижения.</p> <p>Особенности коммуникационной программы. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. . Осуществление разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ.</p> <p>Разработка проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ.</p> <p>Осуществление управления информацией из различных источников.</p> <p>Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации.</p> <p>Планирование работ по созданию контента.</p> <p>Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний, редактирование контента.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы « Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации »</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>В чем состоит разница между репутационными рисками и репутационными угрозами. Что представляет более серьезную опасность? Почему?</p>

В одном из областных центров намереваются построить современный завод по переработке мусора. Это решение вызвало неоднозначную реакцию жителей города. Многие опасаются вредных выбросов мусоросжигательного завода, содержащих диоксида. У здания местной администрации прошли митинги, собраны тысячи подписей против строительства. Какой вид кризиса имеет место? Какую коммуникационную политику должна разработать администрация города, чтобы погасить конфликт?

Компания переживает кризисную ситуацию. Ее руководитель готов представить эксклюзивную информацию для нескольких ведущих СМИ, разъясняющую суть происходящего. Какой формат пресс-мероприятия является самым подходящим в данном случае?

На каких уровнях может осуществляться управление репутационными рисками?

Расскажите про форс-мажорные обстоятельства.

Что относится к негативным проявлениям конфликта?

Приведите алгоритм взаимодействия юридической службы и PR - службы.

### **Рекомендуемая самостоятельная работа**

Информационный блок	Составьте информационный блок по теме «Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации» Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.
Сводная (обобщающая) таблица	Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации» Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).

**Тема: Управление карьерой. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.**

### **Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Управление карьерой. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.» Вопросы для подготовки к устному опросу: Выбор карьерной стратегии. Управление карьерными рисками. Создание персонального бренда. Технологии карьерного продвижения. Особенности коммуникационной программы. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Управление карьерой. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Какие могут быть различия в карьерной стратегии? Расскажите про технико-функциональный якорь. Расскажите про карьерную стратегию Жан - Клод Ван Дамма. Как проводится SWOT-анализ выбранной карьерной стратегии. Какие проблемы возникают у спортсменов, работающих по контракту? Расскажите про процесс создания персонального бренда. Расскажите про кризис перехода к углубленным тренировкам.

### **Рекомендуемая самостоятельная работа**

Составление конспекта	Составьте конспект по теме «Управление карьерой. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.» Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться
-----------------------	---

	в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.
Графологическая структура	Составьте графологическую структуру по теме «Управление карьерой. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.» В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).

### **Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы)**

Какие таланты, умения, достоинства у вас имеются? Как их можно конвертировать в укрепление своей репутации.

Далее представлен ряд понятий. Какие из них являются частью репутации, а какие – нет? Чем они отличаются друг от друга: внешний облик; образ; имидж; престиж; известность.

Что представляет собой управление репутацией?

Что такое репутационный менеджмент?

Сформулируйте определение понятия "авторитет".

Перечислите основные тенденции современного глобального мира.

Расскажите про зоны коммуникационных разрывов.

Какими информационными сервисами вы пользуетесь чаще в сего? С чем это, по-вашему, связано?

Какие страны сегодня вы бы назвали лидерами цифровой экономики? По каким параметрам они лидируют?

Перечислите виды деятельности информационного менеджмента.

Расскажите про социальные базы данных.

Перечислите основные виды киберпреступности.

Расскажите про источники репутационных исков.

Какими современными гаджетами вы пользуетесь? А теперь спросите себя: по каким психологическим причинам вы отдаете предпочтение именно этим брендам? Являетесь ли вы жертвами рекламы или выбираете данные гаджеты, потому что доверяете их качеству?

Сформулируйте определение понятия "гудвилл".

Какие слагаемые входят в понятие "гудвилл"?

Расскажите про методы расчета величины гудвилла.

Расскажите про диффузные группы.

В чем различие между брендом и репутацией?

С чем связана сегментация современных СМИ?

По каким критериям определяются целевые СМИ?

Вы являетесь консультантом в области репутационного менеджмента. К вам обратилась известная еще с советских времен компания по производству кондитерских изделий с просьбой повысить популярность ее продукции. Какой пул целевых СМИ вы бы разработали для этой компании?

Перечислите цели внешних коммуникаций.

Перечислите цели внутренних коммуникаций.

Какие задачи позволяет решать регулярный мониторинг СМИ?

В чем различие между пропагандой и PR?

Какие виды благотворительной деятельности, на ваш взгляд, будут способствовать укреплению положительного образа нефтяной компании?

Какой социальный проект для укрепления своей репутации лучше выбрать заводу по производству водочных изделий?

Какие из аспектов своей деятельности должно транслировать предприятие инвестиционному сообществу, чтобы привлечь средства для своего развития?

В чем различие в работе с информацией журналиста и PR-специалиста?

Расскажите про этапы выстраивания дружественных отношений с журналистами.

Расскажите, что называют пресс-релизом.

Расскажите про сходство и различия между PR и IT-технологиями.

Попробуйте «сконструировать» образ идеального современного руководителя, который бы внушал доверие и симпатию целевым аудиториям. Какими качествами он должен обладать в первую очередь? Как это должно подчеркиваться в его внешнем облике, поведении, костюме?

Перечислите основные черты харизматичных личностей.

Какими качествами должен обладать лидер-коммуникатор?

Перечислите достоинства и недостатки харизматичного руководителя.

Опишите вербальный имидж.

Перечислите способы, как можно проявить себя в профессиональном сообществе.

В чем состоит разница между репутационными рисками и репутационными угрозами. Что представляет более серьезную опасность? Почему?

В одном из областных центров намереваются построить современный завод по переработке мусора. Это решение вызвало неоднозначную реакцию жителей города. Многие опасаются вредных выбросов мусоросжигательного завода, содержащих диоксиды. У здания местной администрации прошли митинги, собраны тысячи подписей против строительства. Какой вид кризиса имеет место? Какую коммуникационную политику должна разработать администрация города, чтобы погасить конфликт?

Компания переживает кризисную ситуацию. Ее руководитель готов представить эксклюзивную информацию для нескольких ведущих СМИ, разъясняющую суть происходящего. Какой формат мероприятия является самым подходящим в данном случае?

На каких уровнях может осуществляться управление репутационными рисками?

Расскажите про форс-мажорные обстоятельства.

Что относится к негативным проявлениям конфликта?

Приведите алгоритм взаимодействия юридической службы и PR - службы.

Какие могут быть различия в карьерной стратегии?

Расскажите про технико-функциональный якорь.

Расскажите про карьерную стратегию Жан - Клод Ван Дамма.

Как проводится SWOT-анализ выбранной карьерной стратегии.

Какие проблемы возникают у спортсменов, работающих по контракту?

Расскажите про процесс создания персонального бренда.

Расскажите про кризис перехода к углубленным тренировкам.

### **Вопросы для устных опросов**

Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Авторитет как предшественник репутации.

Символы и реальность в многообразии современных авторитетов.

Смена парадигмы бизнеса в условиях информационного общества.

Репутация как важнейший нематериальный актив.

Имидж и репутация: сходство и различие.

Основные черты цифровой среды.

Мировой рынок информационных ресурсов.

Роль больших данных (Big Data) в современном мире.

Киберпреступность.

Репутационные риски в эпоху цифровых технологий. План мероприятий по продвижению продукции СМИ

Преимущества репутации как стратегического актива.

Понятие и методы расчета гудвилл.

Целевые аудитории репутации.

Компоненты репутации.

Рейтинги репутации.

Репутационный аудит.

Информационный и коммуникационный аудит.

Разработка «легенды».

Формирование образа.

Основы информационной политики.

Новые медиа.

Взаимодействие со СМИ.

Корпоративная социальная ответственность и благотворительность.

Повышение инвестиционной привлекательности.

Укрепление авторитета в органах власти.

Построение системы внутрикорпоративных коммуникаций.

Разработка коммуникационной программы.

Репутация современного российского предпринимателя.

Позиционирование компании через первое лицо.

Коммуникационный аудит и личностная диагностика.

Создание образа и разработка «легенды».

Продвижение во внешних и внутренних аудиториях. Планирование мероприятий по продвижению продукции.

Выбор карьерной стратегии.

Управление карьерными рисками.

Создание персонального бренда.

Технологии карьерного продвижения.

Особенности коммуникационной программы. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. . Осуществление разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ.

Разработка проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ.

Осуществление управления информацией из различных источников.

Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации.

Планирование работ по созданию контента.



Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний, редактирование контента.

Особенности коммуникационной программы. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.

### **Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации)**

Какие таланты, умения, достоинства у вас имеются? Как их можно конвертировать в укрепление своей репутации.
Далее представлен ряд понятий. Какие из них являются частью репутации, а какие – нет? Чем они отличаются друг от друга: внешний облик; образ; имидж; престиж; известность.
Что представляет собой управление репутацией?
Что такое репутационный менеджмент?
Сформулируйте определение понятия "авторитет".
Перечислите основные тенденции современного глобального мира.
Расскажите про зоны коммуникационных разрывов.
Какими информационными сервисами вы пользуетесь чаще всего? С чем это, по-вашему, связано?
Какие страны сегодня вы бы назвали лидерами цифровой экономики? По каким параметрам они лидируют?
Перечислите виды деятельности информационного менеджмента.
Расскажите про социальные базы данных.
Перечислите основные виды киберпреступности.
Расскажите про источники репутационных исков.
Какими современными гаджетами вы пользуетесь? А теперь спросите себя: по каким психологическим причинам вы отдаете предпочтение именно этим брендам? Являетесь ли вы жертвами рекламы или выбираете данные гаджеты, потому что доверяете их качеству?
Сформулируйте определение понятия "гудвилл".
Какие слагаемые входят в понятие "гудвилл"?
Расскажите про методы расчета величины гудвилла.
Расскажите про диффузные группы.
В чем различие между брендом и репутацией?
С чем связана сегментация современных СМИ?
По каким критериям определяются целевые СМИ?
Вы являетесь консультантом в области репутационного менеджмента. К вам обратилась известная еще с советских времен компания по производству кондитерских изделий с просьбой повысить популяриность ее продукции. Какой пул целевых СМИ вы бы разработали для этой компании?
Перечислите цели внешних коммуникаций.
Перечислите цели внутренних коммуникаций.
Какие задачи позволяет решать регулярный мониторинг СМИ?
В чем различие между пропагандой и PR?
Какие виды благотворительной деятельности, на ваш взгляд, будут способствовать укреплению положительного образа нефтяной компании?
Какой социальный проект для укрепления своей репутации лучше выбрать заводу по производству водочных изделий?
Какие из аспектов своей деятельности должно транслировать предприятие инвестиционному сообществу, чтобы привлечь средства для своего развития?
В чем различие в работе с информацией журналиста и PR-специалиста?
Расскажите про этапы выстраивания дружественных отношений с журналистами.
Расскажите, что называют пресс-релизом.
Расскажите про сходство и различия между PR и IT-технологиями.
Попробуйте «сконструировать» образ идеального современного руководителя, который бы внушал доверие и

симпатию целевым аудиториям. Какими качествами он должен обладать в первую очередь? Как это должно подчеркиваться в его внешнем облике, поведении, костюме?
Перечислите основные черты харизматичных личностей.
Какими качествами должен обладать лидер-коммуникатор?
Перечислите достоинства и недостатки харизматичного руководителя.
Опишите вербальный имидж.
Перечислите способы, как можно проявить себя в профессиональном сообществе.
В чем состоит разница между репутационными рисками и репутационными угрозами. Что представляет более серьезную опасность? Почему?
В одном из областных центров намереваются построить современный завод по переработке мусора. Это решение вызвало неоднозначную реакцию жителей города. Многие опасаются вредных выбросов мусоросжигательного завода, содержащих диоксида. У здания местной администрации прошли митинги, собраны тысячи подписей против строительства. Какой вид кризиса имеет место? Какую коммуникационную политику должна разработать администрация города, чтобы погасить конфликт?
Компания переживает кризисную ситуацию. Ее руководитель готов представить эксклюзивную информацию для нескольких ведущих СМИ, разъясняющую суть происходящего. Какой формат пресс-мероприятия является самым подходящим в данном случае?
На каких уровнях может осуществляться управление репутационными рисками?
Расскажите про форс-мажорные обстоятельства.
Что относится к негативным проявлениям конфликта?
Приведите алгоритм взаимодействия юридической службы и PR - службы.
Какие могут быть различия в карьерной стратегии?
Расскажите про технико-функциональный якорь.
Расскажите про карьерную стратегию Жан - Клод Ван Дамма.
Как проводится SWOT-анализ выбранной карьерной стратегии.
Какие проблемы возникают у спортсменов, работающих по контракту?
Расскажите про процесс создания персонального бренда.
Расскажите про кризис перехода к углубленным тренировкам.

**Учебная литература** (перечень основной (обязательной) и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)) включает в себя следующие **электронные учебные издания**:  
Основная (обязательная) учебная литература:

1. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для академического бакалавриата / Л. С. Сальникова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019  
Дополнительная учебная литература:

1. Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Коргова, М. А. Менеджмент. Управление организацией : учебное пособие для среднего профессионального образования / М. А. Коргова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Одинцов, А. А. Основы менеджмента : учебное пособие для вузов / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Шарапова, Т. В. Основы теории управления : учебное пособие для вузов / Т. В. Шарапова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

## **Учебно-методическое и информационное обеспечение обучения по дисциплине**

### **I. Учебно-методическое обеспечение**

#### **Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы**

##### **Учебные материалы – электронные учебные издания (издания электронных библиотечных систем)**

**Учебная литература** (перечень основной (обязательной) и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)) включает в себя следующие **электронные учебные издания**:  
Основная (обязательная) учебная литература:

1. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для академического бакалавриата / Л. С. Сальникова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019  
Дополнительная учебная литература:

1. Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Коргова, М. А. Менеджмент. Управление организацией : учебное пособие для среднего профессионального образования / М. А. Коргова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Одинцов, А. А. Основы менеджмента : учебное пособие для вузов / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Шарапова, Т. В. Основы теории управления : учебное пособие для вузов / Т. В. Шарапова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

### **Периодические издания**

#### **Иные электронные образовательные ресурсы**

Единое окно доступа к образовательным ресурсам (<http://window.edu.ru/>)

Федеральный образовательный портал "Экономика. Социология. Менеджмент" (<http://ecsocman.hse.ru/>)

Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (<https://biblio-online.ru/> или <https://urait.ru/>))

Электронно-библиотечная система «Руконт» (Электронная библиотечная система «Руконт») (Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт») <https://rucont.ru/> или <https://librucont.ru/>

Электронная информационно-образовательная среда организации Университета БРИКС (<https://brics.study/>)

## **II. Информационное обеспечение (перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем)**

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (ЭБС), содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы.

**Состав необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:** Яндекс.Браузер; LibreOffice; Notepad++; GNU Image Manipulation Program (GIMP); Firefox (Браузер Mozilla Firefox); 7-Zip; FAR Manager.

### **Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

(перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»):

#### **Электронные информационные ресурсы**

**Состав современных профессиональных баз данных (в том числе международных реферативных баз данных научных изданий)**

Федеральная служба государственной статистики (<https://www.gks.ru/>)

Открытые данные России (<https://data.gov.ru/>)

Статистический Отдел Организации Объединенных Наций (United Nations Statistics Division) (<http://data.un.org/>)

Экономическая и социальная комиссия для Азии и Тихого океана (United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific) (<https://www.unescap.org/our-work/statistics>)

Европейская экономическая комиссия Организации Объединенных Наций (United Nations Economic Commission for Europe) ([http://www.unece.org/stats/stats\\_h.html](http://www.unece.org/stats/stats_h.html))

Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединённых Наций (Food and Agriculture Organization of the United Nations) (<http://www.fao.org/statistics/en/>)

Международный валютный фонд (МВФ) (International Monetary Fund (IMF)) (<https://www.imf.org/en/Data>)

Институт статистики ЮНЕСКО (UNESCO Institute of Statistics) (<http://uis.unesco.org/>)

Организация Объединенных Наций По Промышленному Развитию (United Nations Industrial Development Organization) (<https://www.unido.org/researchers/statistical-databases>)

Группа Всемирного Банка (The World Bank Group) (<https://data.worldbank.org/>)

Всемирная организация здравоохранения (World Health Organization) (<https://www.who.int/data/>)

Всемирная торговая организация (World Trade Organization) ([https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/statis\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm))

Евростат (Eurostat (European Statistical Office)) (<https://ec.europa.eu/eurostat/>)

Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств (<http://www.cisstat.com/Obase/index.htm>)

Организация экономического сотрудничества и развития (Organisation for Economic Co-operation and Development) (<https://data.oecd.org/>)

Международное энергетическое агентство (International Energy Agency) (<https://www.iea.org/data-and-statistics/>)

*Состав международных реферативных баз данных научных изданий*

Science Alert (<https://scialert.net/>)

AENSI Publisher (American-Eurasian Network for Scientific Information Journals) (<http://www.aensiweb.com/>)

Asian Economic and Social Society (AESS) (<http://www.aessweb.com/>)

PressAcademia (<http://www.pressacademia.org/>)

OMICS International (<https://www.omicsonline.org/>)

Scientific Research Publishing (<https://www.scirp.org/>)

Hikari Ltd (<http://www.m-hikari.com/>)

OAPEN (<https://www.oapen.org/>)

Scientific & Academic Publishing (SAP) (<http://www.sapub.org/journal/index.aspx>)

Global Advanced Research Journals (<http://garj.org/>)

Kamla-Raj Enterprises (<http://www.krepublishers.com/>)

ISER PUBLICATIONS (<http://www.iserjournals.com/>)

Medwell Journals (Scientific Research Publishing Company) (<https://medwelljournals.com/home.php>)

#### **Состав информационных справочных систем**

База знаний Открытого правительства (<http://wiki.ac-forum.ru/>)

Высшая аттестационная комиссия при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru/main>)

Российский фонд фундаментальных исследований (<https://www.rfbr.ru/>)

Федеральный портал «Российское образование» (<http://www.edu.ru/>)

Espacenet (Поиск патентной информации) (<https://ru.espacenet.com/>)

Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ (<http://gramota.ru/>)

Евразийский Монитор (<http://eurasiamonitor.org/>)

Экономические факультеты, институты и исследовательские центры в мире (<https://edirc.repec.org/>)

Информационная система Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека «Документы» (<https://www.rospotrebnadzor.ru/documents/documents.php>)

*Состав информационных справочных правовых систем*

Официальный интернет-портал правовой информации (Государственная система правовой информации) (<http://pravo.gov.ru/>)

Система обеспечения законодательной деятельности (<https://sozd.duma.gov.ru/>)

Собрание законодательства Российской Федерации (<https://www.szrf.ru/>)

Государственная автоматизированная система Российской Федерации «Правосудие» (ГАС «Правосудие») (<https://sudrf.ru/>)

Нормативные правовые акты в Российской Федерации. Министерство юстиции Российской Федерации (<http://pravo.minjust.ru/>)

#### **Иные информационные ресурсы - информационные ресурсы органов государственной власти**

Президент России (<http://kremlin.ru/>)

Правительство России (<http://government.ru/>)

Министерство науки и высшего образования РФ (<https://www.minobrnauki.gov.ru/>)

Министерство просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>)

Министерство экономического развития Российской Федерации (<https://www.economy.gov.ru/>)

Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (<https://digital.gov.ru/>)

Банк России (<https://www.cbr.ru/>)

Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (<http://obrnadzor.gov.ru/ru/>)

#### **Иные информационные ресурсы - новостные информационные ресурсы (ресурсы средств массовой информации)**

ТАСС (<https://tass.ru/>)

РИА НОВОСТИ (<https://ria.ru/>)

Коммерсантъ (<https://www.kommersant.ru/>)

Forbes (<https://www.forbes.ru/>)

ЭКСПЕРТ (<https://expert.ru/>)

Известия (<https://iz.ru/>)

РБК (<https://www.rbc.ru/>)

RT (<https://rt.com/>)

#### **Информационные поисковые системы**

Яндекс (ссылка: <https://yandex.ru/>)

Google (ссылка: <https://www.google.com/>)

Mail (ссылка: <https://mail.ru/>)

Bing (ссылка: <https://www.bing.com/>)

Спутник (ссылка: <https://www.sputnik.ru/>)

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ: СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Индикаторы достижения компетенций:

1) ОПК-7.1 Решает профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности

2) ОПК-4.1 Соотносит данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности

Форма(ы) аттестации обучающихся: Экзамен

Текущий контроль успеваемости: два устных опроса и контрольная работа (состоит из двух ситуационных заданий и пяти вопросов для письменного опроса)

**Тема: Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Социальная категоризация: как формируются представления о людях и событиях**

### Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Социальная категоризация: как формируются представления о людях и событиях» Вопросы для подготовки к устному опросу: Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Социальная категоризация. Стадии социального познания. Представление о конкретном человеке: основные измерения и общая оценка.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Социальная категоризация: как формируются представления о людях и событиях» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Что такое категории, какова их структура и функции? Что такое схемы, каковы их виды? Какие объекты люди замечают на стадии восприятия? По какому принципу люди выбирают социальные категории при первичной категоризации? Какие факторы оказывают влияние на выбор восходящей или нисходящей стратегии анализа информации? Какую роль в социальном познании играют эвристики? Как организовано представление о человеке? По какому принципу формируется общая оценка человека?

### Рекомендуемая самостоятельная работа

Глоссарий	Составьте глоссарий по теме «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Социальная категоризация: как формируются представления о людях и событиях» Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.
-----------	--

**Тема: Атрибутивные суждения: как мы приписываем причины и оцениваем ответственность. Соотнесение имеющихся данных с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности**

### Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Атрибутивные суждения: как мы приписываем причины и оцениваем ответственность. Соотнесение имеющихся данных с запросами и
----------------------	--

опросу	<p>потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:          Типологические модели каузальной атрибуции.          Процессуальные модели атрибуции.          Атрибуция ответственности и вины.          Атрибутивные суждения в языке. Соотнесение имеющихся данных с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Атрибутивные суждения: как мы приписываем причины и оцениваем ответственность. Соотнесение имеющихся данных с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:          Чем отличаются типологические и процессуальные модели атрибуции?          Чем отличаются модели каузальных схем, анализа вариаций и двух принципов атрибуции?          В чем различие между моделью корреспондентного выведения и трехстадийной моделью атрибуции?          Чем различаются каузальная атрибуция, атрибуция ответственности и атрибуция вины?          Какие факторы оказывают влияние на атрибуцию ответственности?          В чем основная идея модели лингвистических категорий?          Назовите определение термина "Приобретенная беспомощность".</p>

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Атрибутивные суждения: как мы приписываем причины и оцениваем ответственность. Соотнесение имеющихся данных с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности»</p> <p>Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.</p>
Сводная (обобщающая) таблица	<p>Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Атрибутивные суждения: как мы приписываем причины и оцениваем ответственность. Соотнесение имеющихся данных с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности»</p> <p>Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).</p>

**Тема: Ценности, социальные верования и аттитюды: как мы оцениваем людей и события**

**Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Ценности, социальные верования и аттитюды: как мы оцениваем людей и события»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:          Ценности и социальные верования: общие принципы и представления о мире.          Аттитюды: определение, структура, функции, параметры.          Влияние аттитюдов на поведение: от факторов к моделям.          Влияние поведения на аттитюды: теории когнитивного диссонанса и самовосприятия.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Ценности, социальные верования и аттитюды: как мы оцениваем людей и события»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:          Что такое ценности?          Что такое социальные верования?          Какими свойствами и функциями обладают аттитюды?          При каких условиях аттитюды влияют на поведение?          Каким образом модели намеренного поведения объясняют влияние аттитюдов на поступки человека?          Как теория когнитивного диссонанса объясняет влияние поведения на аттитюды?          Как теория самовосприятия объясняет влияние поведения на аттитюды?</p>

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

Глоссарий	Составьте глоссарий по теме «Ценности, социальные верования и аттитюды: как мы оцениваем людей и события»
-----------	---

	Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.
Информационный блок	Составьте информационный блок по теме «Ценности, социальные верования и attitudes: как мы оцениваем людей и события» Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.

**Тема: Я-концепция: как мы воспринимаем себя**

**Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Я-концепция: как мы воспринимаем себя» Вопросы для подготовки к устному опросу: Определение, структура и функции Я-концепции. Дифференцированность Я-концепции. Социальное сравнение как источник Я-концепции. Я-концепция и личные достижения. Самопрезентация как средство управления впечатлением о себе.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Я-концепция: как мы воспринимаем себя» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Какова структура представления о себе? Чем различаются люди с высокой и низкой самооценкой? Что такое самоосознание и фокусирование на себе? Какие эффекты социального сравнения вы знаете? Что такое самоэффективность? Что такое саморегуляция? Какие стратегии размышления вопреки фактам вы знаете? Какие стратегии самопрезентации вы знаете? Что такое уровень самомониторинга?

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

Схема	Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Я-концепция: как мы воспринимаем себя» Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.
Графологическая структура	Составьте графологическую структуру по теме «Я-концепция: как мы воспринимаем себя» В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).

**Тема: Эмоции и социальная реальность: чувственная составляющая социального познания**

**Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Эмоции и социальная реальность: чувственная составляющая социального познания» Вопросы для подготовки к устному опросу: Определение и функции эмоций. Роль атрибуции в возникновении эмоций. Влияние эмоций на социальное познание. Эмоции в социальном взаимодействии: роль эмпатии. Близкие отношения: аттракция и любовь.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Эмоции и социальная реальность: чувственная составляющая социального познания» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Какова структура и функции эмоций?

	<p>Какое влияние каузальная атрибуция оказывает на эмоциональное отношение к другим людям?</p> <p>Каким образом каузальная атрибуция влияет на эмоции, связанные с самооцениванием?</p> <p>Какое влияние эмоциональное состояние человека оказывает на социальное познание?</p> <p>Какова структура, процесс возникновения и формирования эмпатии?</p> <p>Какие факторы оказывают влияние на аттракцию по отношению к партнеру?</p> <p>Какие подходы к изучению любви существуют?</p> <p>Как происходит разрыв близких отношений?</p>
--	---

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Эмоции и социальная реальность: чувственная составляющая социального познания»</p> <p>Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре и источника информации. Записи следует вести четко, ясно.</p>
Глоссарий	<p>Составьте глоссарий по теме «Эмоции и социальная реальность: чувственная составляющая социального познания»</p> <p>Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.</p>

**Тема: Возможности и ограничения социальной коммуникации: как мы передаем информацию**

**Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Возможности и ограничения социальной коммуникации: как мы передаем информацию»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Структура коммуникативной ситуации.</p> <p>Невербальная коммуникация.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Возможности и ограничения социальной коммуникации: как мы передаем информацию»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Какие элементы включает в себя коммуникативная ситуация?</p> <p>Какие существуют стили речи? 3. Какие существуют виды обратной связи?</p> <p>Какие существуют коммуникативные барьеры?</p> <p>Чем различаются вербальная и невербальная коммуникация?</p> <p>За счет каких показателей происходит передача невербальных сообщений?</p> <p>Что позволяет выразить невербальная коммуникация?</p> <p>Насколько точно декодирование невербальных сообщений и почему?</p>

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

Схема	<p>Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Возможности и ограничения социальной коммуникации: как мы передаем информацию»</p> <p>Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.</p>
Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Возможности и ограничения социальной коммуникации: как мы передаем информацию»</p> <p>Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре и источника информации. Записи следует вести четко, ясно.</p>

**Тема: Убеждающая коммуникация: поверь мне, я прав**



### Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Убеждающая коммуникация: поверь мне, я прав» Вопросы для подготовки к устному опросу: Стадии и механизмы убеждающей коммуникации. Эффективность убеждения: особенности коммуникатора. Эффективность убеждения: особенности сообщения. Эффективность сообщения: особенности аудитории. Сопротивление убеждению.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Убеждающая коммуникация: поверь мне, я прав» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Каковы основные стадии убеждения? Что такое механизм контраргументации? Чем отличаются эвристическая и систематическая стратегии анализа убеждающего сообщения? Чем отличаются способы изменения имплицитных и эксплицитных оценок и представлений? Какие особенности коммуникатора оказывают влияние на эффективность убеждения? Какие характеристики сообщения оказывают влияние на его эффективность? Какие особенности аудитории оказывают влияние на эффективность убеждения? Как происходит сопротивление убеждению?

### Рекомендуемая самостоятельная работа

Графологическая структура	Составьте графологическую структуру по теме «Убеждающая коммуникация: поверь мне, я прав» В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).
Информационный блок	Составьте информационный блок по теме «Убеждающая коммуникация: поверь мне, я прав» Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.

### Тема: Социальный конфликт: когда наши интересы вступают в противоречие

### Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Социальный конфликт: когда наши интересы вступают в противоречие» Вопросы для подготовки к устному опросу: Конфликт: виды, структура, динамика. Социальные дилеммы: кооперация или конкуренция. Нормы справедливости: роль в социальных дилеммах
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Социальный конфликт: когда наши интересы вступают в противоречие» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Каковы основные характеристики конфликта? Каковы структурные характеристики конфликта? Каковы стадии развития конфликтной ситуации? Какие процедуры урегулирования конфликтов существуют? Что такое социальные дилеммы? Что такое ориентация во взаимодействии? Какое влияние ситуация оказывает на поведение человека в социальных дилеммах? Из чего складывается оценка справедливости взаимодействия?

### Рекомендуемая самостоятельная работа

--	--

Информационный блок	Составьте информационный блок по теме «Социальный конфликт: когда наши интересы вступают в противоречие» Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.
Сводная (обобщающая) таблица	Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Социальный конфликт: когда наши интересы вступают в противоречие» Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).

**Тема: Агрессивное поведение: почему мы причиняем вред**

**Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Агрессивное поведение: почему мы причиняем вред» Вопросы для подготовки к устному опросу: Виды агрессии. Истоки агрессии: врожденное и приобретенное в агрессивном поведении. Механизмы агрессии: эмоции или когниции в агрессивном поведении. Факторы агрессии: психологические особенности и характеристики ситуации. Методы уменьшения агрессии.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Агрессивное поведение: почему мы причиняем вред» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Какие виды агрессии можно выделить? Как объясняют возникновение агрессии сторонники эволюционного подхода? Как объясняют возникновение агрессии сторонники необихевиорального подхода? В чем заключаются теории, связывающие агрессию с возбуждением? В чем заключаются когнитивные теории агрессии? Каким образом индивидуальные особенности человека связаны с агрессивным поведением? Какие ситуативные факторы провоцируют агрессию? Какие процедуры воздействия позволяют уменьшить уровень агрессии?

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

Составление конспекта	Составьте конспект по теме «Агрессивное поведение: почему мы причиняем вред» Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.
Графологическая структура	Составьте графологическую структуру по теме «Агрессивное поведение: почему мы причиняем вред» В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).

**Тема: Помогающее поведение: почему мы помогаем друг другу**

**Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Помогающее поведение: почему мы помогаем друг другу» Вопросы для подготовки к устному опросу: Виды помощи. Мотивация помощи. Истоки помощи: врожденное и приобретенное в помогающем поведении. Механизмы помощи: когниции или эмоции. Факторы помогающего поведения: личность или ситуация.
-----------------------------	--

Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Помогающее поведение: почему мы помогаем друг другу»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Какие виды помощи вы знаете?</p> <p>Как объясняют помощь сторонники эволюционного подхода?</p> <p>Как объясняют помощь сторонники необихевиоризма?</p> <p>В чем заключаются когнитивные модели помощи?</p> <p>В чем заключаются эмоциональные модели помощи?</p> <p>Каким образом индивидуальные особенности человека связаны с помогающим поведением?</p> <p>Какие ситуативные факторы усиливают помогающее поведение?</p>
---------------------------------	---

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

Сводная (обобщающая) таблица	<p>Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Помогающее поведение: почему мы помогаем друг другу»</p> <p>Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).</p>
Схема	<p>Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Помогающее поведение: почему мы помогаем друг другу»</p> <p>Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношения, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.</p>

**Тема: Социальное влияние: подчинение, конформизм, инновации**

**Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Социальное влияние: подчинение, конформизм, инновации»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Влияние авторитета: подчинение.</p> <p>Влияние большинства: конформизм.</p> <p>Влияние меньшинства: инновации.</p> <p>Большинство и меньшинство: сходство и различие.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Социальное влияние: подчинение, конформизм, инновации»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>По каким критериям можно разделить социальные группы?</p> <p>Какие виды социального влияния существуют?</p> <p>Каковы источники власти над окружающими?</p> <p>При каких условиях возникает подчинение?</p> <p>При каких условиях возрастает влияние большинства?</p> <p>При каких условиях возрастает влияние меньшинства?</p> <p>В чем различие между влиянием большинства и меньшинства?</p>

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

Глоссарий	<p>Составьте глоссарий по теме «Социальное влияние: подчинение, конформизм, инновации»</p> <p>Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.</p>
-----------	--

**Тема: Малые группы: когда «Я» превращается в «Мы»**

**Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Малые группы: когда «Я» превращается в «Мы»»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Социальная идентичность и групповая сплоченность.</p> <p>Влияние малой группы на качество индивидуальной работы.</p>
-----------------------------	--

	<p>Структура малой группы. Лидерство и руководство. Групповое развитие и групповая социализация.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Малые группы: когда «Я» превращается в «Мы»»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Что такое групповая сплоченность? Какие виды групповых задач можно выделить? Почему возникает социальная фасилитация и ингибция? Почему возникает социальная лень и продуктивность? Какие измерения групповой структуры можно выделить? Какие стили лидерства существуют? Как эффективность стилей лидерства зависит от ситуации? В чем заключается двухсторонняя связь между лидером и последователями? Каков цикл развития малой группы? Какие стадии включает в себя групповая социализация?</p>

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Малые группы: когда «Я» превращается в «Мы»»</p> <p>Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.</p>
Сводная (обобщающая) таблица	<p>Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Малые группы: когда «Я» превращается в «Мы»»</p> <p>Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).</p>

**Тема: Групповые решения: когда три головы лучше, чем одна**

**Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Групповые решения: когда три головы лучше, чем одна»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Мотивация, механизмы и факторы групповых решений. Эффекты групповой дискуссии. Как повысить эффективность групповых дискуссий.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Групповые решения: когда три головы лучше, чем одна»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>В чем заключаются достоинства и недостатки групповых решений? Какие психологические механизмы активизируются при принятии группового решения? Какие факторы оказывают влияние на эффективность групповых решений? В чем заключается эффект предпочтения разделенной информации? В чем заключается эффект огруппления мышления? В чем заключается эффект экстремизации групповых решений? Каким образом можно повысить эффективность групповых решений? Что такое «мозговой шторм» и какова эффективность этой процедуры?</p>

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

Глоссарий	<p>Составьте глоссарий по теме «Групповые решения: когда три головы лучше, чем одна»</p> <p>Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.</p>
Информационный блок	<p>Составьте информационный блок по теме «Групповые решения: когда три головы лучше, чем одна»</p>

Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.

**Тема: Стихийные социальные группы: от толп до социальных движений**

**Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Стихийные социальные группы: от толп до социальных движений»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Коллективное поведение: теоретические модели.</p> <p>Массовое поведение: от бессознательного к социальной идентичности.</p> <p>Организованное коллективное поведение: социальные движения.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Стихийные социальные группы: от толп до социальных движений»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Какие виды коллективного поведения вы знаете?</p> <p>Какие факторы повышают вероятность коллективной активности?</p> <p>Какие пути возникновения коллективной активности вы знаете?</p> <p>Каким образом социальные психологи объясняют поведение человека в толпе?</p> <p>Почему люди принимают участие в деятельности социальных движений?</p> <p>Как осуществляется мобилизация в социальные движения?</p> <p>Как изменяется социальная идентичность человека по мере участия в социальных движениях?</p> <p>Каков жизненный цикл социальных движений?</p>

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

Схема	<p>Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Стихийные социальные группы: от толп до социальных движений»</p> <p>Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.</p>
Графологическая структура	<p>Составьте графологическую структуру по теме «Стихийные социальные группы: от толп до социальных движений»</p> <p>В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).</p>

**Тема: Культура и социальное поведение: насколько универсальна социальная психология. Профессиональные принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.**

**Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Культура и социальное поведение: насколько универсальна социальная психология. Профессиональные принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Психологические измерения культур.</p> <p>Кросс-культурные различия: от Я-концепции до группового поведения.</p> <p>Смена культуры. Профессиональные принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Культура и социальное поведение: насколько универсальна социальная психология. Профессиональные принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Что такое культурный синдром?</p> <p>Что такое ценностные измерения культуры?</p> <p>В чем заключаются кросс-культурные различия в Я-концепции и социальном познании?</p> <p>В чем заключаются кросс-культурные различия в сфере эмоций?</p> <p>В чем заключаются кросс-культурные различия в коммуникации и взаимодействии?</p> <p>Что такое культурный шок?</p>

	Что такое аккультурация? Что такое кросс-культурная сенситивность?
--	---

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

Составление конспекта	Составьте конспект по теме «Культура и социальное поведение: насколько универсальна социальная психология. Профессиональные принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.» Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.
Глоссарий	Составьте глоссарий по теме «Культура и социальное поведение: насколько универсальна социальная психология. Профессиональные принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.» Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.

**Тема: Межгрупповые отношения: от конфликта к кооперации**

**Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Межгрупповые отношения: от конфликта к кооперации» Вопросы для подготовки к устному опросу: Общее представление о социализации. Роль семьи в социализации. Средства массовой коммуникации: механизмы воздействия. Новостные сообщения как способ интерпретации событий. Сообщения с элементами агрессии и помощи. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. . Осуществление разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ. Разработка проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ. Осуществление управления информацией из различных источников. Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации. Планирование работ по созданию контента. Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний, редактирование контента.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Межгрупповые отношения: от конфликта к кооперации» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Что такое стереотипы, предрассудки и межгрупповые эмоции? Как стереотипы и предрассудки влияют на анализ информации и поведение человека? Что такое межгрупповая дифференциация? В чем заключаются теории авторитарной личности и ориентации на социальное доминирование? В чем заключаются теории реального конфликта и социальной идентичности? В чем заключается гипотеза контакта? Что вы знаете о теории социальной идентичности?

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

Схема	Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Межгрупповые отношения: от конфликта к кооперации» Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.
Составление конспекта	Составьте конспект по теме «Межгрупповые отношения: от конфликта к кооперации» Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в

определенной последовательности, отвечающей логической структуре и источнику информации. Записи следует вести четко, ясно.

**Тема: Социализация: как мы становимся членами общества. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.**

**Обязательная самостоятельная работа**

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Социализация: как мы становимся членами общества. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.» Вопросы для подготовки к устному опросу: Общее представление о социализации. Роль семьи в социализации. Средства массовой коммуникации: механизмы воздействия. Новостные сообщения как способ интерпретации событий. Сообщения с элементами агрессии и помощи. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Социализация: как мы становимся членами общества. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Чем отличается понимание социализации как последовательности стадий и индивидуального пути развития? Чем отличается социализация в детском и взрослом возрасте? Каким образом происходит социализация в семье? Какова роль в процессе социализации средств массовой коммуникации? За счет чего в новостях достигается интерпретация событий? Какое влияние сообщения массовой коммуникации оказывают на агрессивное и помогающее поведение? Что вы знаете о "культурном синдроме"?

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

Графологическая структура	Составьте графологическую структуру по теме «Социализация: как мы становимся членами общества. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.» В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).
Информационный блок	Составьте информационный блок по теме «Социализация: как мы становимся членами общества. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.» Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.

**Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы)**

- Что такое категории, какова их структура и функции?
- Что такое схемы, каковы их виды?
- Какие объекты люди замечают на стадии восприятия?
- По какому принципу люди выбирают социальные категории при первичной категоризации?
- Какие факторы оказывают влияние на выбор восходящей или нисходящей стратегии анализа информации?
- Какую роль в социальном познании играют эвристики?
- Как организовано представление о человеке?
- По какому принципу формируется общая оценка человека?
- Чем отличаются типологические и процессуальные модели атрибуции?
- Чем отличаются модели каузальных схем, анализа вариаций и двух принципов атрибуции?
- В чем различие между моделью корреспондентного выведения и трехстадийной моделью атрибуции?
- Чем различаются каузальная атрибуция, атрибуция ответственности и атрибуция вины?