Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра экономической теории и прикладной экономики

“УТВЕРЖДАЮ”
ДЕКАН ФЛА
д.т.н. Саленко С. Д.
“___”_____ _____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Маркетинг и менеджмент авиационной техники

Образовательная программа: 24.04.04 Авиастроение , магистерская программа: Самолето- и вертолетостроение

Курс: 1, семестр : 1

Факультет летательных аппаратов,

		Семестр
№	**Вид деятельности**	**1**
1	Всего зачетных единиц (кредитов)	3
2	Всего часов	108
3	Всего занятий в контактной форме, час.	45
4	Лекции, час.	18
5	Практические занятия, час.	18
6	Лабораторные занятия, час.	0
7	из них в активной и интерактивной форме, час.	18
8	Аттестация, час.	2
9	Консультации, час.	7
10	Самостоятельная работа, час.	63
11	Виды самостоятельной работы (курсовой проект, курсовая работа, РГЗ, подготовка к контрольной работе)	
12	Вид аттестации	ДЗ

Новосибирск 2017

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности): 24.04.04 Авиастроение

ФГОС введен в действие приказом №171 от 06.03.2015 г. , дата утверждения: 07.04.2015 г.

Место дисциплины в структуре учебного плана: Блок 1, вариативная

Рабочая программа разработана на основе компетентностной модели выпускника по направлению (специальности): 24.04.04 Авиастроение

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

ЭТПЭ, протокол заседания кафедры №7 от 20.06.2017

Утверждена на совете факультета летательных аппаратов, протокол № 5 от 21.06.2017

Программу разработал:

доцент, к.э.н. Маслов М. П.

Заведующий кафедрой:

профессор, д.э.н. Литвинцева Г. П.

Ответственный за образовательную программу:

заместитель заведующего кафедрой Курлаев Н. В.

1. Внешние требования

Таблица 1.1

***Компетенция ФГОС*: ОК.5 готовность проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности; *в части следующих результатов обучения*:**
з1. знать способы организации производственных процессов
з2. знать основные понятия о предприятии и предпринимательской деятельности
з3. знать теоретические основы инновационного менеджмента
у1. уметь делать оценку, анализ и прогнозирование конъюнктуры рынка и его емкости
у2. уметь проводить технико-экономический анализ инженерных решений
***Компетенция ФГОС*: ПК.6 способность подготовить заявки на изобретения и промышленные образцы; *в части следующих результатов обучения*:**
у1. принимать экономико- управленческие решения в области НИОКР

2. Требования НГТУ к результатам освоения дисциплины

Таблица 2.1

Результаты изучения дисциплины по уровням освоения (иметь представление, знать, уметь, владеть)	Формы организации занятий
Маркетинг и менеджмент авиационной техники	
ОК.5.з1 знать способы организации производственных процессов	
1.основные понятия о предприятии и предпринимательской деятельности ресурсы предприятия	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ОК.5.з2 знать основные понятия о предприятии и предпринимательской деятельности	
2.о методике и методах предпринимательской деятельности	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ОК.5.з3 знать теоретические основы инновационного менеджмента	
3.планировать НИОКР	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ОК.5.у1 уметь делать оценку, анализ и прогнозирование конъюнктуры рынка и его емкости	
4.выбирать наиболее эффективные системы сбыта и каналы товародвижения	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ОК.5.у2 уметь проводить технико-экономический анализ инженерных решений	
5.производственные процессы создания гидроаппаратов и летательных аппаратов и других технических изделий	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ПК.6.у1 принимать экономико- управленческие решения в области НИОКР	
6.технологию и методы принятия управленческих решений	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ОК.5.у2 уметь проводить технико-экономический анализ инженерных решений	
7.проводить технико-экономический анализ инженерных решений	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа

3. Содержание и структура учебной дисциплины

Таблица 3.1

Темы лекций	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения
Семестр: 1			
Дидактическая единица: Маркетинг - методология предпринимательства			
1. Маркетинг: сущность и инструменты. Функции и принципы маркетинга.	0	1	2

2. Виды концепций бизнеса. Маркетинговая информация, требования к ней и ее видам	0	2	2, 3
3. Рынок. Сегментация рынка. Товар: сущность, характеристики, классификация. Рыночный цикл товара	0	4	4, 7
Дидактическая единица: Призводственный менеджмент			
4. Методы управления. Типы организационных структур управления.	0	3	1, 2
5. Современные теории мотивации персонала. Задачи и функции службы управления персоналом	0	1	1, 5, 6
6. Лидерство и руководство. Формы воздействия руководителя на подчиненных	0	3	2, 5, 6
7. Корпоративная культура. Программа организационных изменений в компании. Технология принятия решения.	0	4	1, 2, 6

Таблица 3.2

Темы практических занятий	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
Семестр: 1				
Дидактическая единица: Маркетинг - методология предпринимательства				
1. Маркетинг: сущность и инструменты. Функции и принципы маркетинга.	2	2	2	Деловая игра
2. Виды концепций бизнеса. Маркетинговая информация, требования к ней и ее видам	2	2	2, 3	Решение задач по вариантам
3. Рынок. Сегментация рынка. Товар: сущность, характеристики, классификация. Рыночный цикл товара	2	2	4, 7	Решение задач по вариантам, проводится дискуссия
Дидактическая единица: Призводственный менеджмент				
4. Методы управления. Типы организационных структур управления.	3	3	1, 2	Деловая игра
5. Современные теории мотивации персонала. Задачи и функции службы управления персоналом	3	3	1, 5, 6	Решение задач по вариантам, проводится дискуссия
6. Лидерство и руководство. Формы воздействия руководителя на подчиненных	3	3	2, 5, 6	Многовариантные расчетные задания, проводится дискуссия
7. Корпоративная культура. Программа организационных изменений в компании. Технология принятия решения.	3	3	1, 2, 6	Тестовое задание, проводится дискуссия

Таблица 3.3

Темы для самостоятельного изучения	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
Семестр: 1				
Дидактическая единица: Призводственный менеджмент				

1. Основные школы менеджмента	0	4	1	Вопросы для рассмотрения: Разновидности управленческой деятельности. Формальная и неформальная системы управления. Менеджер как человек, ведущий других к успеху. Менеджеры –бюрократы и менеджеры-лидеры в системе управления. Как мыслит менеджер-лидер, каковы его черты. Принципы взаимоотношений руководителя и подчиненного.
2. Основные положения теории и практики менеджмента	0	4	6	Вопросы для рассмотрения: Три «М»: менеджмент, менеджер, маркетинг – определения. Природа, принципы и методы менеджмента. Научные подходы к менеджменту. Современный менеджмент, его цели и задачи. Основные функции управления. Эволюция науки управления. История развития внутришкольного управления.

4. Самостоятельная работа обучающегося

№	Виды самостоятельной работы	Ссылки на результаты обучения	Часы на выполнение	Часы на консультации
Семестр: 1				
1	Подготовка к занятиям	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7	48	5
, подробная информация приведена в приложении №3 : Маслов М. П. Менеджмент и маркетинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / М. П. Маслов ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2017]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000234929. - Загл. с экрана.				
2	Подготовка к аттестации	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7	7	2
, подробная информация приведена в приложении №2 : Маслов М. П. Менеджмент и маркетинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / М. П. Маслов ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2017]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000234929. - Загл. с экрана.				
3	Самостоятельное изучение теоретического материала	1, 6	8	0
Студент изучает темы, приведенные в таблице 3.3 : Маслов М. П. Менеджмент и маркетинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / М. П. Маслов ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2017]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000234929. - Загл. с экрана.				

5. Технология обучения

Для организации и контроля самостоятельной работы обучающихся, а также проведения консультаций применяются информационно-коммуникационные технологии (табл. 5.1).

Таблица 5.1

Деятельность	Информационно-коммуникационные технологии
Информирование	e-mail; Личный типовой сайт; Социальные сети; Среда электронного обучения НГТУ; ЭБС
Консультирование	e-mail; Личный типовой сайт; Социальные сети
Контроль	Среда электронного обучения НГТУ
Размещение учебных материалов	Портал НГТУ; Среда электронного обучения НГТУ; ЭБС

Таблица 5.2

Активные и интерактивные формы проведения занятий

№	Наименование активных форм	Коды формируемых компетенций
1	Дискуссия	ОК.5;
Формируемые умения: з1. знать способы организации производственных процессов; у2. уметь проводить технико-экономический анализ инженерных решений		
Краткое описание применения:		

6. Правила аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Для аттестации обучающихся по дисциплине используется балльно-рейтинговая система (БРС), позволяющая выставлять оценки по традиционной шкале и 15-уровневой ECTS. Краткая информация о БРС приведена в табл. 6.1.

Таблица 6.1

Оцениваемые виды деятельности обучающихся	Мин. балл	Максимальный балл
Семестр: 1		
Практические занятия:	40	80
Контролирующие материалы приводятся в "Маслов М. П. Менеджмент и маркетинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / М. П. Маслов ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2017]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000234929. - Загл. с экрана."		
Зачет:	10	20
Контролирующие материалы (тесты) приводятся в "Маслов М. П. Менеджмент и маркетинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / М. П. Маслов ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2017]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000234929. - Загл. с экрана."		

В таблице 6.2 представлено соответствие форм контроля заявляемым требованиям к результатам освоения дисциплины.

Таблица 6.2

Коды компетенций ФГОС	Результаты обучения	Формы контроля	
			Зачет
ОК.5	з1. знать способы организации производственных процессов		+
	з2. знать основные понятия о предприятии и предпринимательской деятельности		+

	з3. знать теоретические основы инновационного менеджмента	+
	у1. уметь делать оценку, анализ и прогнозирование конъюнктуры рынка и его емкости	+
	у2. уметь проводить технико-экономический анализ инженерных решений	+
ПК.6	у1. принимать экономико- управленческие решения в области НИОКР	+

Фонд оценочных средств по дисциплине представлен в приложении № 1 к рабочей программе.

7. Литература

Основная литература

1. Бронникова Т. С. Маркетинг: теория, методика, практика : [учебное пособие по специальности "Менеджмент организации"] / Т. С. Бронникова. - Москва, 2012. - 207, [1] с. : ил., табл.

2. Курчеева Г. И. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. И. Курчеева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2013]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000182904. - Загл. с экрана.

Дополнительная литература

1. Стародубцева О. А. Практикум по дисциплине "Инновационный менеджмент" : учебное пособие / О. А. Стародубцева, В. К. Стародубцева, О. А. Кислицына ; Новосиб. гос. техн. ун-т, Фак. бизнеса. - Новосибирск, 2008. - 215 с. : табл.. - Режим доступа: http://www.ciu.nstu.ru/fulltext/textbooks/2008/2008_starodub.rar

2. Балабанов И. Т. Основы финансового менеджмента : учебное пособие для сред. спец. учеб. заведений / И. Т. Балабанов. - М., 2002. - 525, [1] с. : ил.

3. Баранчеев В. П. Управление инновациями : учебник : [для вузов по специальностям 220601 (073500) "Управление инновациями", 080507 (061100) "Менеджмент организации"] / В. П. Баранчеев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. - М., 2009. - 711 с. : ил.

4. Беляев В. И. Практика менеджмента : учебное пособие для вузов / В. И. Беляев. - М., 2006. - 248, [1] с. : ил., табл.

5. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учебное пособие для вузов / И. К. Беляевский. - М., 2008. - 318, [1] с. : табл.

6. Бляхман Л. С. Основы функционального и антикризисного менеджмента : Учеб. пособ. для вузов по экон. спец.. - СПб., 2000. - 380 с.

7. Винкельманн П. Маркетинг и сбыт : основы ориентированного на рынок управления компанией / Петер Винкельманн ; [пер. с нем.: М. Крысанова, О. Безуглова, И. Борнякова]. - М., 2006. - 665 с. : ил.. - Тит. л. парал. рус., англ..

8. Гаджинский А. М. Логистика : учебник для вузов по направлению "Экономика" / А. М. Гаджинский. - М., 2006. - 430, [1] с. : ил.

9. Герчикова И. Н. Менеджмент : учебник для вузов / И. Н. Герчикова. - М., 2008. - 499 с.

10. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика : [учебник] / Питер Дойль ; [пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского]. - СПб., 1999. - 559 с. : ил.

11. Инновационный менеджмент : концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития : [учебное пособие по специальности "Менеджмент организации"] / [Валерий Михайлович Аньшин и др.] ; под ред.: В. М. Аньшина, А. А. Дагаева ; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве РФ. - М., 2007. - 583 с. : ил.. - Авт. указаны на обороте тит. л..

12. Колочева В. В. Основы конкурентоспособности : учебное пособие / В. В. Колочева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, 2010. - 70, [1] с. : ил., табл. - Режим доступа:http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000155221

13. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; [пер. с англ. С. Жильцов и др.] ; Рос. ассоц. маркетинга. - М. [и др.], 2008. - 814 с. : ил.

14. Лифиц И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебное пособие : [для вузов по специальностям "Коммерция (торговое дело)" и "Маркетинг"] / И. М. Лифиц. - М., 2009. - 460 с. : ил., табл.

15. Макиавелли, маркетинг и менеджмент : [англ.] / под ред. Фила Харриса, Эндрю Лока, Патрисии Рис. - СПб. [и др.], 2004. - 272 с.

16. Малые и средние предприятия. Управление и организация : пер. с нем. / общ. ред. И. Х. Пихлер и [др.]. - М., 2002. - 279 с. : ил.

17. Николайчук В. Е. Маркетинг и менеджмент услуг. Деловой сервис / Валерий Николайчук. - СПб., 2005. - 604 с. : ил.

18. Пятенко С. В. 9 основ менеджмента : книга руководителя / Сергей Пятенко. - СПб., 2004. - 606 с. : ил., табл.

19. Соболева И. А. Интегрированные системы менеджмента : учебное пособие / И. А. Соболева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, 2008. - 125, [1] с. : ил.. - Режим доступа: http://www.library.nstu.ru/fulltext/metodics/2008/cobol.rar

20. Сухов В. Д. Основы менеджмента : [учебное пособие для начального профессионального образования] / В. Д. Сухов, С. В. Сухов, Ю. А. Москвичев. - М., 2003. - 186, [1] с.

21. Титова В. А. Основы маркетинга : учебное пособие [для ФБ и ИДО специальностей 061500 "Маркетинг", 061100 "Менеджмент", направления 521600 "Экономика" и др. специальностей] / В. А. Титова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, 2003. - 45 с. : ил., табл., схемы

Интернет-ресурсы

1. Система межрегиональных маркетинговых центров [Электронный ресурс] : информационный портал межрегионального делового сотрудничества. - Альянс Медиа, 2003-2017. - Режим доступа: http://www.marketcenter.ru/. - Загл. с экрана.

2. ЭБС НГТУ : http://elibrary.nstu.ru/

3. ЭБС «Издательство Лань» : https://e.lanbook.com/

4. ЭБС IPRbooks : http://www.iprbookshop.ru/

5. ЭБС "Znanium.com" : http://znanium.com/

6. :

8. Методическое и программное обеспечение

8.1 Методическое обеспечение

1. Алетдинова А. А. Менеджмент [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / А. А. Алетдинова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2015]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000221961. - Загл. с экрана.

2. Васильева М. В. Лабораторные работы по дисциплине «Управление проектами» [Электронный ресурс] : сборник задач и упражнений / М. В. Васильева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2015]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000214379. - Загл. с экрана.

3. Кислицына О. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / О. А. Кислицына ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://courses.edu.nstu.ru/index.php?show=155&curs=1067. - Загл. с экрана.

4. Маслов М. П. Менеджмент и маркетинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / М. П. Маслов ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2017]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000234929. - Загл. с экрана.

8.2 Специализированное программное обеспечение

1 Microsoft Windows

2 Microsoft Office

9. Материально-техническое обеспечение

Презентационное оборудование

№	Наименование	Назначение
1	Презентационное оборудование (мультимедиа-проектор, экран, компьютер для управления)	Необходимо для проведения лекций, а также при показе студентами подготовленных презентаций

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра экономической теории и прикладной экономики

“УТВЕРЖДАЮ”
ДЕКАН ФЛА
д.т.н., профессор С.Д. Саленко
“___”_____ _____ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг и менеджмент авиационной техники

Образовательная программа: 24.04.04 Авиастроение , магистерская программа: Самолето- и вертолетостроение

Новосибирск 2017

1. **Обобщенная структура фонда оценочных средств учебной дисциплины**

Обобщенная структура фонда оценочных средств по **дисциплине** Маркетинг и менеджмент авиационной техники приведена в Таблице.

Таблица

Формируемые компетенции	**Показатели сформированности компетенций (знания, умения, навыки)**	**Темы**	**Этапы оценки компетенций**	
			Мероприятия текущего контроля (курсовой проект, РГЗ(Р) и др.)	**Промежуточная аттестация (экзамен, зачет)**
ОК.5 готовность проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности	з1. знать способы организации производственных процессов	Методы управления. Типы организационных структур управления. Основные школы менеджмента		Зачет, вопросы 1,2,3,4,5
ОК.5	з2. знать основные понятия о предприятии и предпринимательской деятельности	Маркетинг: сущность и инструменты. Функции и принципы маркетинга. Методы управления. Типы организационных структур управления.		Зачет, вопросы 13,14
ОК.5	з3. знать теоретические основы инновационного менеджмента	Виды концепций бизнеса. Маркетинговая информация, требования к ней и ее видам		Зачет, вопросы 1,2,3,4,5,15,16
ОК.5	у1. уметь делать оценку, анализ и прогнозирование конъюнктуры рынка и его емкости	Рынок. Сегментация рынка. Товар: сущность, характеристики, классификация. Рыночный цикл товара		Зачет, вопросы 17,18, 19
ОК.5	у2. уметь проводить технико-экономический анализ инженерных решений	Лидерство и руководство. Формы воздействия руководителя на подчиненных		Зачет, вопросы 8,9
ПК.6/ПТ способность подготовить заявки на изобретения и промышленные образцы	у1. принимать экономико-управленческие решения в области НИОКР	Корпоративная культура. Программа организационных изменений в компании. Технология принятия решения. Основные положения теории и практики менеджмента Современные теории мотивации персонала. Задачи и функции службы управления персоналом		Зачет, вопросы 6,7,10, 11,12

2. Методика оценки этапов формирования компетенций в рамках дисциплины.

Промежуточная аттестация по **дисциплине** проводится в 1 семестре, который направлен на оценку сформированности компетенций ОК.5, ПК.6/ПТ.

Зачет проводится в форме письменного тестирования, варианты теста составляются из вопросов, приведенных в паспорте зачета, позволяющих оценить показатели сформированности соответствующих компетенций

Зачет проводится в форме теста, по 2 вариантам. Каждый вариант содержит 20 тестовых заданий. Правильный ответ на каждое задание дает 1 балл. Зачет считается сданным, если студент набрал как минимум 10 баллов из 20.

Кроме того, сформированность компетенций проверяется при проведении мероприятий текущего контроля, указанных в таблице раздела 1.

Общие правила выставления оценки по дисциплине определяются балльно-рейтинговой системой, приведенной в рабочей программе учебной дисциплины.

На основании приведенных далее критериев можно сделать общий вывод о сформированности компетенций ОК.5, ПК.6/ПТ, за которые отвечает дисциплина, на разных уровнях.

Общая характеристика уровней освоения компетенций.

Ниже порогового. Уровень выполнения работ не отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, пробелы могут носить существенный характер, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы не достаточно, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнены или выполнены с существенными ошибками.

Пороговый. Уровень выполнения работ отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

Базовый. Уровень выполнения работ отвечает всем основным требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.

Продвинутый. Уровень выполнения работ отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»
Кафедра экономической теории и прикладной экономики

Паспорт зачета

по дисциплине «Маркетинг и менеджмент авиационной техники», 1 семестр

1. Методика оценки

Зачет проводится в письменной форме, по тестам. Количество тестовых заданий – 20, за каждый правильный ответ дается 1 балл, за неправильный – 0 баллов

Пример теста для зачета

1) Менеджмент – это
   a) совокупность методов, принципов, средств и форм управления организациями;
   b) функциональный вид деятельности по руководству людьми;
   c) процесс распределения и движения ресурсов в организации с заранее заданной целью, по заранее выработанному плану с контролем промежуточных и окончательных результатов;
   d) всё вышеперечисленное верно.

2) Принцип научности в менеджменте означает
   a) единоначалие и коллегиальность в выработке решений;
   b) разумного сочетание централизованного и децентрализованного начал в управлении;
   c) видеть и понимать причины несовпадения целей и результатов;
   d) видеть наиболее значительный комплекс взаимосвязанных подсистем.

3) Увеличение степени разделения труда в организации
   a) повышает синергию и конкуренцию между участниками коллектива;
   b) понижает синергию и конкуренцию между участниками коллектива;
   c) повышает синергию и понижает конкуренцию между участниками коллектива;
   d) понижает синергию и повышает конкуренцию между участниками коллектива.

4) Особенностью поведенческой школы менеджмента является
   a) применение приемов управления межличностными отношениями для повышения степени удовлетворенности и производительности;
   b) развитие количественных методов в помощь руководителям, принимающим решения в сложных ситуациях;
   c) использование организационной структуры как «механизма управления;
   d) деление исполнителей на типы «X» и «Y».

5) Экономические методы управления
   a) оказывают прямое влияние на объект управления;
   b) основаны на чувстве ответственности персонала;
   c) воздействуют на имущественные интересы персонала;
   d) используют социальные механизмы, действующие в коллективе.

6) Согласно модели А. Маслоу, потребность в самоутверждении возникает у человека после удовлетворения
   a) только физиологических потребностей;
   b) только физиологических потребностей и потребностей в безопасности;
   c) только физиологических потребностей и потребностей в безопасности и социальных контактах;
   d) физиологических потребностей, потребностей в безопасности, социальных контактах и самовыражении.

7) Дополнительные потребности были введены Д. МакКлелландом в пирамиду А. Маслоу по причине

a) Появления этих потребностей в современном обществе;
b) Исчезновения у людей базовых потребностей;
c) Практически полного удовлетворения базовых потребностей в современном обществе;
d) ответы a), b) и c) неверные.

8) Согласно теории Ф. Герцберга, гигиенические факторы потребностей человека
a) нацеливают его на здоровый образ жизни;
b) не дает развиваться неудовлетворению работой;
c) мотивируют работников к дополнительным усилиям;
d) снижают уровень стресса при конфликтах.

9) Преимуществом линейной организационной структуры является
a) Относительно невысокая нагрузка на высшее руководство
b) Повышение самостоятельности и ответственности отделений
c) Личная подотчетность исполнителя одному лицу
d) Высокие требования к компетентности руководства

10) Возможность получения противоречивых указаний исполнителями присуща
a) Линейной организационной структуре
b) Функциональной организационной структуре
c) Штабной организационной структуре
d) Дивизиональной организационной структуре

11) Преимуществом безличности обладает
a) власть, основанная на страхе;
b) законная власть;
c) эталонная власть;
d) власть через разумную веру (власть эксперта).

12) PR в рамках Комплекса маркетинга входит в такой набор инструментов, как
a) товар;
b) цена;
c) распределение;
d) продвижение.

13) Реклама
a) нацелена на конкретного человека;
b) является безличной;
c) является личной продажей;
d) не относится к маркетингу.

14) Набор инструментов "Товар" из комплекса маркетинга включает такой инструмент как
a) цена;
b) дизайн;
c) сервис;
d) скидки.

15) Производственная концепция бизнеса строится по принципу
a) лучше меньше, да лучше;
b) чем дороже сырье, тем качественнее товар;
c) был бы дешевый товар, а покупатель найдется;
d) необходимо учитывать индивидуальные запросы каждого покупателя.

16) Какое из утверждений является верным?
a) доступный рынок больше потенциального;
b) потенциальный рынок - составная часть целевого;
c) целевой рынок не больше квалифицированного;
d) квалифицированный рынок включает в себя доступный.

17) Квалифицированный рынок - это
a) совокупность всех покупателей, которые проявляют интерес к определенному товару;
b) часть квалифицированного рынка, которая выбрана фирмой для осуществления своей маркетинговой деятельности;

c) совокупность покупателей, которые уже приобретают данный товар;
d) ответы а), б) и с) неверны.

18) Совокупность покупателей, проявляющих интерес к товару и имеющих достаточный доход - это
a) потенциальный рынок;
b) доступный рынок;
c) квалифицированный рынок;
d) целевой рынок.

19) В точке насыщения объем спроса
a) зависит от текущих объемов рекламы на рынке и от изменения этих объемов;
b) зависит от текущих объемов рекламы на рынке и не зависит от изменения этих объемов;
c) не зависит от текущих объемов рекламы на рынке и зависит от изменения этих объемов;
d) не зависит от текущих объемов рекламы на рынке и от изменения этих объемов.

20) Сегментация рынка необходима если
a) имеются существенные различия между разными группами потребителей в их предпочтениях при выборе товара;
b) в каждом сегменте имеется определенное сходство потребительских предпочтений, которое обеспечивает единый для данного сегмента подход к маркетинговой программе;
c) сегменты рынка имеют достаточные размеры для покрытия расходов фирмы и получения прибыли;
d) все варианты ответов верны.

2. Критерии оценки

- Ответ тест считается **неудовлетворительным**, если студент при ответе на вопросы не дает определений основных понятий, не способен показать причинно-следственные связи явлений, при решении задачи допускает принципиальные ошибки,
  оценка составляет *0-9 баллов.*
- Ответ на тест засчитывается на **пороговом** уровне, если студент при ответе на вопросы дает определение основных понятий, может показать причинно-следственные связи явлений, при решении задачи допускает непринципиальные ошибки, например, вычислительные,
  оценка составляет *10-13 баллов.*
- Ответ на тест засчитывается на **базовом** уровне, если студент при ответе на вопросы формулирует основные понятия, законы, дает характеристику процессов, явлений, проводит анализ причин, условий, может представить качественные характеристики процессов, не допускает ошибок при решении задачи,
  оценка составляет *14-16 баллов.*
- Ответ на тест засчитывается на **продвинутом** уровне, если студент при ответе на вопросы проводит сравнительный анализ подходов, проводит комплексный анализ, выявляет проблемы, предлагает механизмы решения, способен представить количественные характеристики определенных процессов, приводит конкретные примеры из практики, не допускает ошибок и способен обосновать выбор метода решения задачи,
  оценка составляет 17-20 *баллов.*

3. Шкала оценки

Текущая успеваемость каждого студента в течение учебного семестра оценивается по 80-балльной шкале, которая представлена оценкой за подготовку студентом сообщения на практических занятиях на заданную преподавателем тему (максимальная средняя оценка – 20 баллов) и за выполнение двух промежуточных тестов (максимальная оценка за каждый тест 20 баллов, в целом – 40 баллов).

При получении максимальных оценок по указанным видам учебной работы общая сумма баллов, набранных студентом, составит 80. Минимальная сумма баллов, необходимая для допуска студента к зачету, составляет 40. При сдаче зачета максимальное количество баллов за него составляет 20, минимальная сумма баллов, при которых зачет считается сданным, составляет 10. В дополнение к этому у студентов имеется возможность компенсации потерянных на каком-либо задании баллов за счет активной работы на занятиях (подробнее см. ниже).

Итоговая оценка выставляется как по традиционной 5-балльной шкале, так и по системе ECTS. Для 5-балльной шкалы оценке "удовлетворительно" соответствует интервал от 50 до 71 балла, набранных студентом, оценке "хорошо" – интервал от 73 до 87 баллов, оценке "отлично" – от 87 баллов и выше. Количество набранных баллов ниже 49 соответствует оценке "неудовлетворительно".

По системе ECTS оценка "F" ставится при количестве баллов, набранных студентом, от 0 до 24, оценка "FX" – от 25 до 49 баллов, оценка "E" – от 50 до 59 баллов, оценка "D-" – от 60 до 62 баллов, оценка "D" – от 63 до 66 баллов, оценка "D+" – от 67 до 69 баллов, оценка "C-" – от 70 до 72 баллов, оценка "C" – от 73 до 76 баллов, оценка "C+" – от 77 до 79 баллов, оценка "B-" – от 80 до 82 баллов, оценка "B" – от 83 до 86 баллов, оценка "B+" – от 87 до 89 баллов, оценка "A-" – от 90 до 92 баллов, оценка "A" – от 93 до 96 баллов, оценка "A+" – от 97 баллов и выше.

В общей оценке по дисциплине баллы за зачетный тест учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, приведенными в рабочей программе дисциплины.

4. **Вопросы к** зачету **по дисциплине «**Маркетинг и менеджмент авиационной техники**»**

1. Основные понятия менеджмента
2. Основные этапы формирования и развития менеджмента
3. Основные теоретические концепции и школы научного менеджмента
4. Методы управления
5. Типы организационных структур управления
6. Современные теории мотивации персонала
7. Задачи и функции службы управления персоналом
8. Лидерство и руководство
9. Формы воздействия руководителя на подчиненных
10. Корпоративная культура
11. Программа организационных изменений в компании
12. Технология принятия решения
13. Маркетинг: сущность и инструменты
14. Функции и принципы маркетинга
15. Виды концепций бизнеса
16. Маркетинговая информация, требования к ней и ее видам
17. Рынок. Сегментация рынка
18. Товар: сущность, характеристики, классификация
19. Рыночный цикл товара

Правила аттестации студентов по дисциплинам «Маркетинг и менеджмент авиационной техники» и «Маркетинг и менеджмент отраслевых проектов»

Для аттестации студентов по дисциплине используется балльно-рейтинговая система. Рейтинг студента по дисциплине определяется как сумма баллов за работу в семестре и баллов, полученных в результате итоговой аттестации (зачет).

В таблице 1 приведено максимальное количество баллов, которое может набрать студент по видам учебной деятельности в течение семестра и диапазоны баллов, соответствующие минимальному и максимальному количествам баллов. Максимальная сумма баллов за семестр составляет 100 баллов (текущий рейтинг – 80 баллов, итоговая аттестация – 20 баллов).

Правила текущей аттестации:

1. В течение семестра оценивается работа студента на практических занятиях (см. таблицу 1).

Таблица 1 - Оценка работы студента в течение семестра

№п/п	Вид учебной работы	Количество баллов		Срок представления работы (неделя семестра)
		Максимальное	Диапазон	
1	Работа на лабораторных занятиях	80	40-80	В течение семестра
Итого по текущему рейтингу:		80	40– 80	В течение семестра
2.	Зачет	20	10 –20	
Итого за семестр		100	0–49 (неудовлетворительно) 50–72 (удовлетворительно) 73–86 (хорошо) 87–100 (отлично)	

Правила итоговой аттестации:

1. К зачету допускаются студенты, выполнившие все задания, и набравшие не менее 40 баллов по результатам текущего рейтинга.

2. Если по итогам текущей аттестации студент набрал меньше 40 баллов, то он может быть допущен к зачету, если выполнит все предусмотренные программой виды работ в семестре и наберет количество баллов, не ниже минимального допустимого.

3. Зачет по дисциплине проводится в виде тестовых заданий.

Зачет проводится в письменном виде, предлагается тест из 20 заданий. За тест студент получает по 1 баллу за каждый правильный ответ.

Критерии оценки зачетного задания:

- зачетный тест считается выполненным на пороговом уровне, если указано 10-13 правильных ответов, оценка составляет 10-13 баллов;
- зачетный тест считается выполненным на базовом уровне, если указано 14-16 правильных ответов, оценка составляет 14-16 баллов;
- зачетный тест считается выполненным на продвинутом уровне, если указано 17-20 правильных ответов, оценка составляет 17 - 20 баллов.

Если в результате итоговой аттестации студент набрал менее 20 баллов, то прохождение считается неудовлетворительным (не смотря на любое количество баллов, набранных по текущей аттестации).

Соответствие набранных баллов и ECTS в БРС представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Порядок определения итоговой оценки на основе БРС для экзамена и дифференцированного зачета

<table>
<tr><td rowspan="2">Характеристика работы студента</td><td colspan="2" rowspan="2">Диапазон баллов,

всего</td><td rowspan="2">Оценка по ECTS</td><td>Традиционная шкала оценки</td></tr>
<tr><td>Экзамен, дифзачет</td></tr>
<tr><td rowspan="3">отлично</td><td>98</td><td>100</td><td>A+</td><td rowspan="4">отлично</td></tr>
<tr><td>93</td><td>97</td><td>A</td></tr>
<tr><td>90</td><td>92</td><td>A-</td></tr>
<tr><td rowspan="3">очень хорошо</td><td>87</td><td>89</td><td>B+</td></tr>
<tr><td>83</td><td>86</td><td>B</td><td rowspan="4">хорошо</td></tr>
<tr><td>80</td><td>82</td><td>B-</td></tr>
<tr><td rowspan="3">хорошо</td><td>77</td><td>79</td><td>C+</td></tr>
<tr><td>73</td><td>76</td><td>C</td></tr>
<tr><td>70</td><td>72</td><td>C-</td><td rowspan="4">удовлетворительно</td></tr>
<tr><td rowspan="3">удовлетворительно</td><td>67</td><td>69</td><td>D+</td></tr>
<tr><td>63</td><td>66</td><td>D</td></tr>
<tr><td>60</td><td>62</td><td>D-</td></tr>
<tr><td>посредственно</td><td>50</td><td>59</td><td>E</td></tr>
<tr><td>неудовлетворительно

с возможностью пересдачи</td><td>25</td><td>49</td><td>FX</td><td rowspan="2">неудовлетворительно</td></tr>
<tr><td>неудовлетворительно

без возможности пересдачи</td><td>0</td><td>24</td><td>F</td></tr>
</table>