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

Паспорт
расчетно-графического задания (работы)

по дисциплине «Маркетинг и менеджмент», 2 семестр

1. Методика оценки

Выполнение расчетно-графического задания (работы) (далее - РГЗ(Р)) является формой текущей аттестации (контроля) по дисциплине, предусмотренной учебным планом.
Цель РГЗ(Р): студенты должны освоить и научиться решению задач по анализу выбранной компании и формирование на этой основе стратегии ее дальнейшего развития

В рамках расчетно-графического задания (работы) по дисциплине студенты должны в группах по 3-5 человека подготовить анализ предприятия и презентацию, которая будет обсуждаться на итоговом семинаре в группе. Целью выполнения задания является проведение с использованием изученных подходов и методов анализа выбранной компании и формирование на этой основе стратегии ее дальнейшего развития. В качестве объекта анализа может быть выбрана компания любого размера, профиля, формы собственности.
При выполнении расчетно-графического задания (работы) студенты должны использовать схему:
Этап 1. Описание бизнеса компании
Цель этапа: охарактеризовать деятельность компании, историю создания.
Этап 2. Формулировка миссии и общих стратегических целей компании
Цель этапа: определить философию и направления развития компании на основе формирования ее миссии и стратегических целей.
Этап 3. Анализ внешней среды и конкуренции
Цель этапа: для отдельной бизнес-единицы проанализировать отрасль и интенсивность межфирменной конкуренции с целью определения внешних стратегических факторов (возможностей и угроз для развития фирмы).
В какую отрасль работает компания, ее особенности и основные характеристики. Постройте PEST-анализ. На каком рынке представлена компания, дайте его/их характеристику. Какова емкость этого рынка? Какова доля рынка компании?
Конкуренция: Кто является крупнейшим производителем аналогичной продукции/услуги? Как обстоят их дела с объемами продаж, доходами; много ли внимания и средств они уделяют рекламе? Что собой представляет их продукция (основные характеристики, уровень качества, дизайн, мнение покупателей)? Каков уровень цен на продукцию конкурентов; какова хотя бы в общих чертах их политика цен?
Потребители: Кто покупает и использует товар/услугу компании? Кто самый крупный покупатель? Кто является потенциальным потребителем среди тех, кто в настоящее время не покупает товар? Как сегментировать рынок? Каковы мотивы покупок и потребления товара? Каковы потребительские предпочтения, обычаи, мода? Каковы вероятные изменения мотивации потребителей? Удовлетворены ли потребности покупателей?
Этап 4. Анализ внутренней среды организации

Цель этапа: проанализировать внутреннюю среду компании с целью выявления сильных и слабых сторон ее продукции и ресурсного потенциала и определить на этой основе конкурентные преимущества.
Система ценообразования. Какой подход используется? Предлагаемая система скидок. Сравнение с существующим уровнем цен. Организация сбыта продукции. Каналы сбыта. Система продвижения товара на рынок. Организация рекламы. Стимулирующие мероприятия. PR.
Вид юридического лица (ООО, ИП, ЗАО, ОАО, др). Структура и функции подразделений (тип оргструктуры; количество уровней управления; какая модель управления доминирует, какая парадигма управления, как и кто осуществляет функции управления). Культура, система мотивации, способы коммуникации и их психологические особенности. В чем конкурентное преимущество компании.
Этап 5. SWOT - анализ

Цель этапа: построить SWOT матрицу и предложить на ее основе стратегии действия.

Преподаватель осуществляет руководство по выполнению задания, оказывает консультационную помощь и принимает отчет по РГЗ(Р).

По результатам выполнения РГЗ(Р) выполняется отчет.

Требования к оформлению:

Объем РГЗ(З) до 30 страниц машинописного текста формата А4. Шрифт Times New Roman, 12. Нумерация страниц сквозная, в нижней части листа по центру арабскими цифрами. Работа должна быть отредактирована, не содержать орфографических, синтаксических и стилевых ошибок.

РГЗ(Р) в установленные сроки сдается на кафедру для проверки. Преподаватель оценивает качество работы, отмечает положительные стороны и недостатки работы и определяет, допускается ли она к защите. При необходимости преподаватель возвращает РГЗ(Р) студентам для доработки и устанавливает сроки повторного предоставления для проверки. До защиты работы студентами должны быть сделаны необходимые исправления и дополнения по всем замечаниям преподавателя.

При положительном результате оценивания РГЗ(Р) студенты её распечатывают, передают на кафедру и защищает до сессии в назначенное преподавателем время.

Защита РГЗ(Р) состоит в представлении группой презентации проекта перед преподавателем и студентами. В процессе защиты выявляется уровень знаний студентов, степень его самостоятельности при выполнении работы. Вклад каждого из участников группы оценивается по результатам его вклада в представление презентации и ответам на вопросы. По результатам защиты студенту выставляется оценка в соответствии с критериями, приведенными в п. 2 настоящего Паспорта.

2. Критерии оценки результатов обучения, соотнесенных с уровнями освоения индикаторов достижения компетенций

Общие правила выставления оценок текущей аттестации определяются балльно-рейтинговой системой, установленной локальным актом НГТУ.

РГЗ(Р) считается выполненной **на продвинутом** уровне, если анализ идеи выполнен в полном объеме, признаки и параметры диагностирования обоснованы, сделаны качественные выводы. Совокупность запланированных результатов и соотнесенных с ними индикаторов достижения компетенций не содержит пробелов. Закрепленные за РГЗ(Р)

компетенции сформированы на продвинутом уровне. Оценка составляет *от 51 до 60 баллов.*

РГЗ(Р) считается выполненной **на базовом** уровне, если анализ идеи выполнен в полном объеме, признаки и параметры диагностирования обоснованы. Совокупность запланированных результатов и соотнесенных с ними индикаторов достижения компетенций содержит несущественные пробелы. Закрепленные за РГЗ(Р) компетенции сформированы на базовом уровне. Оценка составляет *от 41 до 60 баллов.*

РГЗ(Р) считается выполненной **на пороговом** уровне, если части РГЗ(Р) выполнены формально: анализ макросреды выполнен без подтверждения фактов, не посчитана емкость рынка. Совокупность запланированных результатов и соотнесенных с ними индикаторов достижения компетенций содержит существенные пробелы. Закрепленные за РГЗ(Р) компетенции сформированы на пороговом уровне. Оценка составляет *от 30 до 40 баллов.*

РГЗ(Р) считается **не выполненной** (ниже порогового уровня), если выполнены не все части РГЗ(Р), отсутствует анализ идея, не проведен PEST-анализ и анализ рынка. Совокупность запланированных результатов и соотнесенных с ними индикаторов достижения компетенций содержит множественные существенные пробелы. Закрепленные за РГЗ(Р) компетенции не сформированы. Оценка составляет менее *30* баллов.

3. Шкала оценки

В общей оценке по дисциплине баллы за РГЗ(Р) учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, приведенными в рабочей программе дисциплины.

РГЗ(Р) как форма текущей аттестации (контроля) по дисциплине считается успешно выполненной, если сумма полученных баллов по всем его заданиям составляет от 30 до 60 баллов включительно.

4. Примерный перечень тем РГЗ(Р)

Студенты сами выбирают компанию, анализ которой они будут проводить, и согласуют ее с преподавателем.