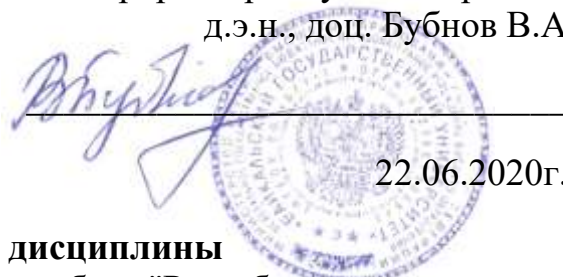


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
д.э.н., доц. Бубнов В.А



22.06.2020г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.В.16. Междисциплинарная курсовая работа "Разработка проектов профессиональной деятельности"

Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль): Маркетинг, продажи и логистика (Русско-китайская программа двойного дипломирования)
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная

Курс	4
Семестр	42
Лекции (час)	0
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	0
Курсовая работа (час)	36
Всего часов	36
Зачет (семестр)	
Экзамен (семестр)	

Иркутск 2020

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.03.06
Торговое дело.

Авторы Е.А. Шагина, Полякова Н.В.

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры
менеджмента и сервиса

Заведующий кафедрой Е.А. Шагина

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2021

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2022

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2023

1. Цели изучения дисциплины

Основной целью междисциплинарной курсовой работы является подготовка студентов к принятию решений по разработке проектов профессиональной деятельности. В соответствии с вышеуказанным, конкретные задачи состоят в:

- проведении исследования, которое сформулирует обоснование проекта;
- разработке проекта и программы его продвижения;
- экономическом обосновании предлагаемых решений.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ПК-12	способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий
ПК-13	готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
ПК-14	способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ПК-12 способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	У. Уметь разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий Н. Владеть навыками разработки проектов профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий
ПК-13 готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	У. уметь принимать решения по реализации проектов в маркетинговой и рекламной деятельности Н. владеть навыками реализации проектов в маркетинговой и рекламной деятельности
ПК-14 способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	У. Уметь прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность Н. Владеть навыками прогнозирования бизнес-процессов и оценки их эффективности

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Вариативная часть.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зач. ед., 36 часов.

Вид учебной работы	Количество часов
Контактная(аудиторная) работа	
Лекции	0
Практические (сем, лаб.) занятия	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	36
Всего часов	36

5. Содержание междисциплинарной курсовой работы

5.1. Разделы и виды работ

№ п/п	Раздел и виды работ	Самост. раб.	Формы текущего контроля успеваемости
1	Введение	6	Введение
2	Характеристика рынка и маркетинговое обоснование проекта	6	1 раздел
3	Разработка проекта	6	2 раздел
4	Оценка эффективности проекта	6	3 раздел
5	Заключение	6	Заключение
6	Защита	6	Оформление. Защита
	ИТОГО	36	

5.2. Темы междисциплинарной курсовой работы

Разработка проекта в сфере обслуживания..

Разработка проекта в сфере розничной торговли.

Разработка проекта некоммерческого предприятия..

Разработка проекта в сфере оптовой торговли.

Разработка проекта производственного предприятия.

Разработка проекта промышленного предприятия..

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	1. Введение	ПК-13	У.уметь принимать решения по реализации проектов в маркетинговой и рекламной деятельности Н.владеть навыками реализации проектов в маркетинговой и рекламной деятельности	Введение	Обоснование актуальности проекта (до 10 баллов) (10)
2	2. Характеристика рынка и маркетинговое обоснование проекта	ПК-13	У.уметь принимать решения по реализации проектов в маркетинговой и рекламной деятельности Н.владеть навыками реализации проектов в маркетинговой и рекламной деятельности	1 раздел	Качество анализа (до 20 баллов) (20)
3	3. Разработка проекта	ПК-13	У.уметь принимать решения по реализации проектов в маркетинговой и рекламной деятельности Н.владеть навыками реализации проектов в маркетинговой и рекламной деятельности	2 раздел	Качество разработки проекта (до 20 баллов) (20)
4	4. Оценка эффективности проекта	ПК-14	У.Уметь прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность Н.Владеть навыками прогнозирования бизнес-процессов и оценки их эффективности	3 раздел	Качество расчетов эффективности проекта (до 20 баллов) (20)
5	5. Заключение	ПК-13	У.уметь принимать решения по реализации проектов в маркетинговой и рекламной деятельности Н.владеть навыками реализации проектов в маркетинговой и	Заключение	Качество выводов (до 10 баллов) (10)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			рекламной деятельности		
6	6. Защита	ПК-12	Н. Владеть навыками разработки проектов профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	Защита	Уровень владения материалом (качество защиты) до 10 баллов (10)
7		ПК-12	У. Уметь разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий Н. Владеть навыками разработки проектов профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	Оформление	Качество оформления отчета (до 10 баллов) (10)
				Итого	100

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Березин И. Маркетинговые исследования. Инструкция по применению. 3-е изд., перераб. и доп./ Игорь Березин.- М.: Юрайт, 2012.-381 с.

2. [Афонасова М.А. Маркетинг \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / М.А. Афонасова. — Электрон. текстовые данные. — Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2015. — 106 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72119.html>](http://www.iprbookshop.ru/72119.html)
3. [Васильева Е.А. Система маркетинговых исследований и информации в сервисе \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Е.А. Васильева, Я.О. Гришанова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 70 с. — 978-5-4486-0198-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71588.html>](http://www.iprbookshop.ru/71588.html)
4. [Красина Ф.А. Маркетинговые исследования \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Ф.А. Красина. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, Эль Контент, 2015. — 126 с. — 978-5-4332-0250-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72120.html>](http://www.iprbookshop.ru/72120.html)
5. [Ричард Брэнсон Теряя невинность \[Электронный ресурс\] : как я построил бизнес, делая все по-своему и получая удовольствие от жизни / Брэнсон Ричард. — 6-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2017. — 552 с. — 978-5-9614-6349-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74929.html>](http://www.iprbookshop.ru/74929.html)
6. [Романцов А.Н. Event-маркетинг. Сущность и особенности организации \(2-е издание\) \[Электронный ресурс\] : практическое пособие / А.Н. Романцов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 89 с. — 978-5-394-01544-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57071.html>](http://www.iprbookshop.ru/57071.html)

б) дополнительная литература:

1. Молчанов Н. Н. Маркетинг инноваций. рек. УМО высш. образования. учебник и практикум для академического бакалавриата.- М.: Юрайт, 2014.-528 с.
2. Кеворков В. В., Кеворков Д. В. Практикум по маркетингу. учеб. пособие для вузов. 4-е изд., перераб. и доп./ В. В. Кеворков, Д. В. Кеворков.- М.: КноРус, 2015.-566 с.
3. Дафт Р. Л. Теория организации/ Р.Л. Дафт.- Москва: Юнити-Дана, 2012.-736 с.
4. [Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности \(2-е издание\) \[Электронный ресурс\] : учебник / Е.И. Мазилкина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 300 с. — 978-5-394-01285-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57160.html>](http://www.iprbookshop.ru/57160.html)
5. [Маренко В.А. Информационно-аналитические методы в маркетинговых исследованиях \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / В.А. Маренко, О.Н. Лучко. — Электрон. текстовые данные. — Омск: Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2013. — 130 с. — 978-5-93252-287-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/18253.html>](http://www.iprbookshop.ru/18253.html)

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет
- Интернет-сообщество менеджеров России, адрес доступа: <http://www.e-executive.ru>. доступ неограниченный
- Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников", адрес доступа: <http://www.grebennikov.ru/>. доступ с компьютеров сети БГУ (по IP-адресам)
- Электронно-библиотечная система IPRbooks, адрес доступа: <https://www.iprbookshop.ru>. доступ неограниченный

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Методические указания содержатся в приложении.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

– MS Office,

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения