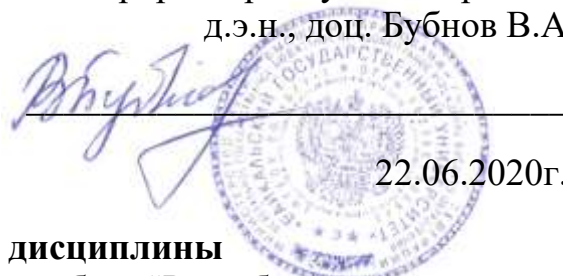


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

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  
Квалификация выпускника: бакалавр  
Форма обучения: очная, заочная

	Очная ФО	Заочная ФО
Курс	4	4
Семестр	42	42
Лекции (час)	0	0
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	0	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	0	0
Курсовая работа (час)	36	36
Всего часов	36	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 (очная ФО)	Количество часов (заочная ФО)
Контактная(аудиторная) работа		
Лекции	0	0
Практические (сем, лаб.) занятия	0	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	36	36
Всего часов	36	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)
				<b>Итого</b>	<b>100</b>

## 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