

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Б1.О.23
(индекс дисциплины)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Бизнес и маркетинг в ювелирной сфере

(наименование дисциплины)

по направлению подготовки
54.03.01 Дизайн

направленность (профиль)
Ювелирный дизайн

Форма обучения: очная

Год набора: 2021

Общая трудоемкость: 3 ЗЕ

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр	5	Итого
Форма контроля	Экзамен	
Вид занятий		
Лекции	16	16
Лабораторные		
Практические	18	18
Руководство: курсовые работы (проекты)		
Промежуточная аттестация	0,35	0,35
Контактная работа	34,35	34,35
Самостоятельная работа	38	38
Контроль	35,65	35,65
Итого	108	108

Рабочую программу составил (и):

Доцент, Осипова С.Ю.

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рецензирование рабочей программы дисциплины:



Отсутствует



Рецензент

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рабочая программа составлена на основании ФГОС ВО и учебного плана направления подготовки 54.03.01 Дизайн

Срок действия рабочей программы дисциплины до «31» августа 2025 г.

УТВЕРЖДЕНО

На заседании кафедры «Декоративно-прикладное искусство»

(протокол заседания № 2 от «24» сентября 2020 г.)

1. Цель освоения дисциплины

Цель – сформировать базовые представления о принципах и методах создании, управления, развития бизнеса в ювелирной сфере. А также сформировать у студентов понимание роли бизнес-планирования в деятельности предпринимательских структур. Развитие методических знаний по разработке бизнес-плана, навыка принятия стратегических и тактических решений в сфере маркетинга и коммуникаций.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплины и практики, на освоении которых базируется данная дисциплина: «Правоведение», «Экономика».

Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: «Сертификация и стандартизация в ювелирной деятельности».

3. Планируемые результаты обучения

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.	УК - 6.2. Аргументировано формирует цели и приоритеты собственного профессионально-карьерного развития с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществляет самоанализ и рефлексию собственного жизненного и профессионального пути.	Знать: – цели, объекты, субъекты, принципы, средства, сферу применения личного опыта; – правовое регулирование рекламной деятельности, мероприятий по стимулированию сбыта; – рекламный процесс, виды и формы рекламы, организацию рекламных акций и кампаний, оценку их эффективности.
		Уметь: – творчески использовать полученные теоретические знания по бизнес-планированию в процессе последующего обучения и самостоятельно применять их в практической разработке бизнес-планов
		Владеть: – методологией экономического исследования.
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	ОПК-6.2. Предлагает возможные варианты решения задач профессиональной деятельности на основе современных информационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности.	Знать: – правовые аспекты использования информационных технологий и программного обеспечения; – основные понятия автоматизированной обработки информации;
		Уметь: – применять антивирусные средства защиты информации; – читать (интерпретировать) интерфейс специализированного программного

		обеспечения, находить контекстную помощь, работать с документацией.
		Владеть: – методами и средствами защиты информации.

4. Структура и содержание дисциплины

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
Модуль I. Бизнес – планирование	Лек.1	Тема 1. Бизнес-планирование: цели, задачи, принципы и виды. Особенности отраслевого бизнес-планирования (ювелирное производство продукции, работы, услуги).	5	2	2	–	Учебное портфолио
	Лек.2	Тема 2. Общие требования к разработке бизнес - плана. Разделы и методика разработки разделов бизнес-плана.	5	2	2	–	Учебное портфолио
	Лек.3	Тема 3. Разделы бизнес-плана: «Описание отрасли», «Характеристика компании».	5	2	2	–	Учебное портфолио
	Лек.4	Тема 4. Разделы: «Выбор вида деятельности (товара, услуги, работы)»; раздел «Производственный план».	5	2	2	–	Учебное портфолио
	Лек.5	Тема 5. Разделы бизнес-плана: «Организационная структура управления».	5	2	2	–	Учебное портфолио
	Лек.6	Тема 6. Оценка бизнес-плана. Методика оценки бизнес-планов. Финансовый план как инструмент реализации бизнес-плана. Экономическая эффективность бизнес-планов. Оценка эффективности финансовой деятельности предприятия на соответствие стратегическим целям бизнеса	5	2	2	–	Учебное портфолио
	Лек.7	Тема 7. Компьютерные программные продукты, используемые при подготовке и инвестиционных проектов анализе бизнес-планов.	5	2	2	–	Учебное портфолио

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
Модуль II.	Лек.8	Тема 8. Сущность, принципы, методы маркетинга. Цели, функции, комплекс маркетинга.	5	2	2	–	Учебное портфолио
	Пр.1	Тема 1. Товарная политика и формирование ассортимента. Товарный знак, упаковка, маркировка. Ценообразование продукта. Методы расчета цены продукта.	5	2	6	–	Учебное портфолио
	Пр.2	Тема 2. Стратегическое планирование сбыта ювелирной продукции. Формирование плана по стимулированию сбыта. PR как инструмент маркетинговых коммуникаций. Сущность PR, цели, задачи, функции и принципы. Основные PR - документы фирмы. Организация PR кампании. Эффективность PR компании.	5	2	6	–	Учебное портфолио
	Пр.3	Тема 3. Личные продажи как инструмент маркетинговых коммуникаций. Сущность и коммуникативные особенности личных продаж. Формы и виды личных продаж.	5	2	8	–	Учебное портфолио
	Пр.4	Тема 4. Бренд в системе маркетинга. Личный бренд. Принципы самопрезентации в бизнесе. Создание CV. Создание короткой видеопрезентации о себе).	5	2	12	–	Учебное портфолио
	Пр.5	Тема 5. Оформление портфолио.	5	4	14	–	Учебное портфолио

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
	Пр.6	Тема 6. Виды рекламы. Форма и структура и рекламного сообщения. Этапы разработки. Формирование бюджета и плана (календаря). Оценка эффективности.	5	2	8	–	Учебное портфолио
	Пр.7	Тема 7. Event как инструмент маркетинговых коммуникаций. Сущность и классификация event-мероприятий. Организация и проведение event-мероприятий.	5	2	8	–	Учебное портфолио
	Пр.8	Тема 8. Публикации: цель и формат.	5	2	12	–	Учебное портфолио
		ПА	5	0,35			
		СР	5	38			
		Посещаемость	5		10		
		Контроль	5	35,65			
Итого:				108	100		

Схема расчета итогового балла

Текущий рейтинг (все занятия и промежуточные тесты) + Результат итогового теста и все делится на 2 + ББ (если ББ предусмотрены)

5. Образовательные технологии

При обучении студентов используются следующие образовательные технологии:

Технология развития критического мышления – организация учебного процесса, при котором студенты проверяют, анализируют, развивают, применяют полученную информацию с целью развития когнитивных умений и навыков

Информационные технологии – специальные способы, программные и технические средства для работы с информацией

Технология модульного обучения – организация учебного процесса, обеспечивающая овладение обучающимися содержанием образовательной программы на основе независимых учебных модулей с учетом индивидуальных интересов и возможностей субъектов образовательного процесса.

Технология «Портфолио» – это способ накопления и аутентичного оценивания индивидуальных образовательных результатов обучающегося в определенный период времени. Портфолио позволяет учитывать результаты в разнообразных видах деятельности: учебной, социальной, коммуникативной. Портфолио это – заранее спланированная и специально организованная индивидуальная подборка материалов и документов, которая демонстрирует усилия, динамику и достижения обучающегося в различных областях.

Освоение содержания учебной дисциплины осуществляется на лекции. Используется несколько типов лекции: информационная, мотивационная, организационно-ориентационная, методологическая, оценочная и воспитывающая.

Внимательное слушание и запись *лекции* – это только начало работы над материалом учебной дисциплины, необходимое для освоения практических навыков, получаемых в процессе практических занятий. Студент должен обращаться к своим записям не один раз. Особое внимание следует уделить содержанию понятий. Все новые понятия должны выделяться в тексте, чтобы их легко можно было отыскать и запомнить. Лекционный материал является важным, но не единственным для изучения учебной дисциплины. Его обязательно необходимо дополнить материалом учебника и дополнительной литературы по теме.

Самостоятельная работа – это вид учебной деятельности, выполняемый обучающимися без непосредственного контакта с преподавателем или управляемый преподавателем опосредовано через специальные учебные материалы; неотъемлемое обязательное звено процесса обучения, предусматривает, прежде всего, индивидуальную работу обучающихся в соответствии с программой обучения. Самостоятельная работа может осуществляться как во внеаудиторное время (дома), так и на аудиторных занятиях в письменной или устной форме. Преподаватель направляет познавательную активность студента, который сам осуществляет познавательную деятельность. Самостоятельная работа завершает задачи всех видов учебной работы. Основой самостоятельной работы служит научно-теоретический курс, комплекс полученных студентами знаний. При распределении заданий студенты получают инструкции по их выполнению, методические указания, пособия, список необходимой литературы.

Образовательные технологии, используемые при реализации дисциплины «Бизнес и маркетинг в ювелирной сфере», дают возможность расширения и углубления знаний, умений, навыков для формирования профессиональных компетенций.

Методы обучения: практический (опыты, упражнения); наглядный (иллюстрация, демонстрация, наблюдения обучающихся); словесный (объяснение, разъяснение, рассказ, беседа, инструктаж, лекция, дискуссия, диспут).

6. Методические указания по освоению дисциплины

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и практические занятия. В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные

понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации для самостоятельной работы.

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в изучении проблем логики. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых можно делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Практическое занятие – это занятие, проводимое под руководством преподавателя в учебной аудитории, направленное на углубление научно-теоретических знаний и на отработку практических умений. Перед практическим занятием следует изучить конспект лекции и рекомендованную преподавателем литературу, обращая внимание на практическое применение теории и на методику решения типовых задач. На практическом занятии главное – уяснить связь решаемых задач с теоретическим положением.

Практические занятия служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

Логическая связь лекций и практических занятий заключается в том, что информация, полученная на лекции, в процессе самостоятельной работы на практическом занятии осмысливается и перерабатывается. При выполнении заданий студенты имеют возможность пользоваться лекционным материалом, с разрешения преподавателя осуществлять деловое общение с товарищами.

Оценка компетентности осуществляется посредством просмотра, на котором студент предоставляет всю выполненную работу в течение учебного курса, затем преподавателем дается комплексная оценка деятельности студента.

Методические рекомендации студентам для самостоятельной работы:

Самостоятельная работа – это планируемая работа студентов, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа выполняет ряд функций, среди которых особенно выделяются:

- развивающая (повышение культуры умственного труда, приобщение к творческим видам деятельности, обогащение интеллектуальных способностей студентов);
- ориентирующая и стимулирующая (процессу обучения придается ускорение и мотивация);
- воспитательная (формируются и развиваются профессиональные качества специалиста);
- исследовательская (новый уровень профессионально-творческого мышления);
- информационно-обучающая (учебная деятельность студентов на аудиторных занятиях).

Целью самостоятельных занятий является самостоятельное более глубокое изучение студентами отдельных вопросов курса с использованием рекомендуемой дополнительной литературы и других информационных источников.

Задачами самостоятельной работы студентов являются:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умения использовать справочную литературу;

– развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности.

Наиболее часто при изучении дисциплины «Экспертиза и оценка ювелирных изделий» используются следующие виды самостоятельной работы студентов:

- поиск (подбор) литературы (в том числе электронных источников информации) по заданной теме;
- индивидуальное домашнее задание;
- изучение программного материала дисциплины (работа с учебником и конспектом лекции);
- изучение рекомендуемых литературных источников;
- работа с компьютерными программами;
- подготовка к зачету.

7. Оценочные средства

7.1. Паспорт оценочных средств

Семестр	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
6	УК-6	Учебное портфолио №№ 5-8
		Вопросы к экзамену №№ 1-37
	ОПК-6	Учебное портфолио №№ 1-4
		Вопросы к экзамену №№ 38-60

7.2. Типовые задания или иные материалы, необходимые для текущего контроля

7.2.1. Учебное портфолио

(наименование оценочного средства)

Задание (я):

Задание №1. Создание бизнес-плана. Раздел: «Выбор вида деятельности (товара, услуги, работы)».

Задание №2. Создание бизнес-плана. Раздел: «Производственный план».

Задание №3. Создание бизнес-плана. Раздел: «Организационная структура управления».

Задание №4. Раздел расчета цены продукта.

Задание №5. Формирование плана по стимулированию сбыта.

Задание №6. Создание CV. Создание короткой видеопрезентации о себе.

Задание №7. Оформление портфолио.

Задание №8. Создание пакета документов для рекламы мероприятия.

Учебное портфолио – сборник разнообразных материалов по определенной тематике, сгруппированных по выделенным рубрикам. Составление портфолио позволяет: упорядочить имеющуюся информацию, выразить собственное отношение к ней, использовать ее в дальнейшем для работы с коллегами, написать исследование, планировать свою деятельность.

Вид портфолио – тематический:

Цель – анализ и глубокая разработка отдельных аспектов темы, включает в себя результаты работы обучающегося по конкретному блоку учебного материала.

Структура портфолио:

- титульный лист;
- содержание;
- сопроводительное письмо автора с кратким описанием портфолио, определением его цели и предназначения;
- аннотированное содержание (оглавление) с перечислением основных элементов портфолио;
- основные элементы портфолио.

Методические рекомендации и требования к оформлению и написанию текстовых заданий:

- определить форму сообщения;
- изучить требования, предъявляемые к данной форме;

- осуществить сбор информации: отбор источников, анализ литературы, конспектирование наиболее важных положений;
- составить план сообщения;
- выполнить письменное оформление текста;
- подготовить устное выступление на 3-5 минут;
- презентовать работу на занятии, ответить на вопросы слушателей с использованием или без использования электронной презентации.

Работа студента над портфолио включает следующие операции:

- уяснение сути темы (по её названию);
- выявление литературных источников по данной теме;
- ознакомление с содержанием источников, направленным на осмысление его внешней и внутренней структуры;
- работа над выделением главных смысловых компонентов текста (ключевых слов и предложений);
- отбор наиболее важных сведений из выделенных фрагментов;
- составление «связок» из отобранного материала в соответствии с логикой изложения фактов;
- написание текста.

Текст должен содержать структурные элементы:

- заглавие;
- оглавление (содержание);
- заголовочную часть (введение);
- собственно информативную часть, изложение основных положений по плану с соответствующими названиями и нумерацией страниц портфолио.

Оформление текста должно соответствовать требованиям ГОСТ.

- страница: А4 книжная;
- поля: левое 3см, правое 1см, верхнее и нижнее по 2см.;
- абзац: отступ 1,25 см. с выравниванием по ширине и одинарным междустрочным интервалом;
- шрифт текста: Times New Roman, гарнитура 14;
- шрифт таблиц: Times New Roman, гарнитура 12;
- заголовки выделяются полужирным начертанием;
- рисунок: у подрисуночной подписи шрифт Times New Roman, гарнитура 12, на рисунке допускаются числовые обозначения с расшифровкой в подрисуночной подписи.

Требования к текстовому содержанию:

- соответствие содержания теме. Заглавие портфолио должно полностью отражать основную идею и содержание научной статьи. Оно не должно быть перегружено уточняющими словами, но и не должно быть излишне общим. Не рекомендуется в название статьи включать слова, отражающие общие понятия или не вносящие ясность в смысл заглавия, а также включать в него сокращённые слова, аббревиатуры и математические формулы. Заголовки из пяти-семи слов являются оптимальными как с точки зрения информативности, так и для целей запоминаемости. Желательно, чтобы в заголовке присутствовали ключевые для этого текста слова – при этом повышается шанс попадания статьи в нужную категорию при автоматическом поиске и увеличивается вероятность её обнаружения и цитирования другими авторами;
- наличие во вводной части тезисного описания и обращенность к читателю. В разделе «Введение» следует кратко обозначить проблему, к которой относятся результаты портфолио. При введении читателя в проблему следует привести, соблюдая хронологию, высказывания общепризнанных учёных, дать краткий анализ работ предшественников. Из краткого анализа этих сведений вытекает ясная и краткая формулировка конкретной задачи, решаемой излагаемой в портфолио;

– развитие тезиса в основной части (раскрытие основных положений через систему аргументов, подкреплённых фактами, примерами и т.п.). Переход от одной части к другой должен быть логичным и понятным. Структурные части должны быть взаимосвязаны по содержанию. Внутри частей должны прослеживаться логические связи с общей темой документа. Недопустимо простое переписывание положения литературных источников. Однако допускается сохранение отдельных структурных элементов оригинала. Рекомендуется использовать научный стиль написания текста;

– заключительную часть (выводов, соответствующих тезису и содержанию основной части). Раздел «Выводы» должен содержать чёткие и краткие формулировки результатов, полученных в ходе работы. Выводы должны иметь характер тезисов и не должны быть многочисленными. Желательно, чтобы каждый вывод включал следующие позиции: «зачем и как делали», «что получили», и «что это значит». Обычно достаточно трёх-пяти ценных для науки выводов, полученных в результате работы над данной научной темой;

– список использованной литературы составляет: справочные издания государственной статистики; издания отраслевых, региональных и профессиональных учреждений; опубликованные отчеты о маркетинговых исследованиях других компаний; публикации в центральных специализированных изданиях; публикации в местных периодических и зарубежных изданиях; специализированные справочники; словари; каталоги; энциклопедии; алфавитные указатели; журналы; компьютерные базы данных; рекламные материалы других фирм. При работе с предметно-тематическим каталогом необходимо просмотреть не только разделы, совпадающие с темой портфолио, доклада, но и разделы по темам, близким к избранной. Следует проработать литературу, освещающую как теоретический, так и практический аспект. При подборе литературы желательно использовать издания последних лет;

– приложение.

Критерии оценки:

– оценка «отлично» выставляется студенту, если учебное портфолио характеризуются всесторонностью в отражении основных категорий и критериев оценки. Содержание портфолио свидетельствует о приложенных усилиях, об очевидном прогрессе обучающегося в плане развития его мышления, умения решать задачи. В содержании и оформлении учебного портфолио данного уровня ярко проявляются оригинальность и изобретательность; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному, способен выдвинуть идею и представить своё решение; не возникает трудности в использовании терминов в процессе профессионального общения; умеет работать с отобранной информацией;

– оценка «хорошо» выставляется студенту, если учебное портфолио характеризуются охваченностью основных категорий и критериев оценки. Содержание портфолио свидетельствует о приложенных усилиях, о прогрессе обучающегося в плане развития его мышления, умения решать задачи. Содержание и оформление учебного портфолио данного уровня выполнено стандартно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов выше среднего; возникают определённые трудности в использовании терминов в процессе профессионального общения; умеет обобщать, анализировать и критически осмысливать информацию; владеет поиском информации в интернете, умеет работать с отобранной информацией;

– оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если учебное портфолио характеризуются частичной охваченностью основных категорий и критериев оценки. Содержание портфолио свидетельствует о недостаточно приложенных усилиях и прогрессе обучающегося в плане развития его мышления существуют пробелы. Содержание и оформление учебного портфолио данного уровня выполнено с ошибками; теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы не полностью, предусмотренные программой

обучения учебные задания выполнены не качественно и оценено средним числом баллов; возникают трудности в использовании терминов в процессе профессионального общения; владеет поиском информации в интернете, плохо умеет работать с отобранной информацией;

оценка «не удовлетворительно» выставляется студенту, если представлено портфолио, по которому трудно сформировать общее представление о способностях учащегося. Как правило, в учебном портфолио данного уровня представлены отрывочные задания из разных категорий, отдельные листы с не полностью выполненными задачами и упражнениями, образцы попыток выполнения графических работ и т.д. Учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не привела к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий; не владеет терминологией по предмету; не умеет обобщать, критически осмысливать информацию; не умеет работать со справочной, специальной литературой, электронной базой данных

7.2.2.

Дискуссия

(наименование оценочного средства)

Перечень дискуссионных тем для дискуссии:

1. Бизнес-планирование: цели, задачи, принципы и виды. Особенности отраслевого бизнес-планирования (ювелирное производство продукции, работы, услуги).
2. Общие требования к разработке бизнес - плана. Разделы и методика разработки разделов бизнес-плана.
3. Разделы бизнес-плана: «Описание отрасли», «Характеристика компании».
4. Разделы: «Выбор вида деятельности (товара, услуги, работы)»; раздел «Производственный план».
5. Разделы бизнес-плана: «Организационная структура управления».
6. Оценка бизнес-плана. Методика оценки бизнес-планов. Финансовый план как инструмент реализации бизнес-плана. Экономическая эффективность бизнес-планов. Оценка эффективности финансовой деятельности предприятия на соответствие стратегическим целям бизнеса.
7. Компьютерные программные продукты, используемые при подготовке и инвестиционных проектов анализе бизнес-планов.
8. Сущность, принципы, методы маркетинга. Цели, функции, комплекс маркетинга.
9. Товарная политика и формирование ассортимента. Товарный знак, упаковка, маркировка. Ценообразование продукта. Методы расчета цены продукта.
10. Стратегическое планирование сбыта ювелирной продукции. Формирование плана по стимулированию сбыта. PR как инструмент маркетинговых коммуникаций. Сущность PR, цели, задачи, функции и принципы. Основные PR - документы фирмы. Организация PR кампаний. Эффективность PR компании.
11. Личные продажи как инструмент маркетинговых коммуникаций. Сущность и коммуникативные особенности личных продаж. Формы и виды личных продаж.
12. Процесс личных продаж. Управление личными продажами. Оценка эффективности личных продаж.
13. Бренд в системе маркетинга. Этапы формирования бренда.
14. Законы создания бренда.
15. Личный бренд. Принципы самопрезентации в бизнесе. Создание CV. Создание короткой видеопрезентации о себе).
16. Оформление портфолио.
17. Брендинг, как инструмент маркетинговых коммуникаций. Сущность, цели и характеристики, виды. Основные элементы системы брендинга.
18. Коммуникативные особенности брендинга. Инбрендинг. Кобрендинг. Ребрендинг.

19. Реклама как инструмент маркетинговых коммуникаций: сущность, функции, задачи и роль в бизнесе.

20. Виды рекламы. Форма и структура рекламного сообщения. Этапы разработки. Формирование бюджета и плана (календаря). Оценка эффективности.

21. Создание пакета документов для рекламы мероприятия

22. Создание пакета документов для рекламы мероприятия

23. Event как инструмент маркетинговых коммуникаций. Сущность и классификация event-мероприятий.

24. Организация и проведение event-мероприятий.

25. Публикации: цель и формат.

Критерии оценки:

–оценка «отлично» выставляется студенту, если во время работы проявлена уверенность, активность, внимательность; высокий уровень теоретических знаний; высокое качество ответов на вопросы, подкреплённые фактическими данными; обладает способностью делать выводы, отстаивать собственную точку зрения, высокая степень участия в общей дискуссии;

–оценка «хорошо» выставляется студенту, если во время работы проявлена уверенность, активность, внимательность; умеренный уровень теоретических знаний; затрудняется делать выводы и отстаивать собственную точку зрения, высокая степень участия в общей дискуссии;

–оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если во время работы не проявлена активность и внимательность; низкий уровень теоретических знаний; пытается делать выводы и формировать собственную точку зрения, низкая степень участия в общей дискуссии;

–оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если во время работы не проявлена активность и внимательность; низкий уровень или отсутствие теоретических знаний; не способен делать выводы и отстаивать собственную точку зрения, низкая степень участия в общей дискуссии.

7.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.3.1. Вопросы к промежуточной аттестации

Семестр 6

№ п/п	Вопросы к экзамену
1.	Внутренние и внешние цели бизнес-плана.
2.	Основные этапы разработки бизнес-плана.
3.	Сущность бизнес-плана, его цели и задачи.
4.	Каковы виды бизнес-планирования?
5.	Кто является потребителем бизнес-плана?
6.	Основные требования к разработке разделов «План продаж» и «Коммерческие расходы»? Как эти разделы связаны между собой?
7.	Приложения к бизнес-плану.
8.	Типичные ошибки при разработке бизнес-плана.
9.	Производственный план (содержание раздела)
10.	Примерная (типовая) структура бизнес-плана.
11.	Основные разделы бизнес-плана.
12.	Опишите предпринимательские риски в бизнес-плане.
13.	Оценка бизнес-плана.
14.	Компьютерные программные продукты, используемые при подготовке и инвестиционных проектов анализе бизнес-планов.
15.	Какова стратегия маркетинговых коммуникаций.
16.	Охарактеризуйте модель интегрированных маркетинговых коммуникаций.
17.	Что такое синергизм, и каково его проявление в маркетинговых коммуникациях.
18.	В чем состоит государственное регулирование маркетинга?
19.	Какие стороны маркетинга регулирует Закон РФ «О защите прав потребителей»?
20.	С чем связана критика негативного воздействия маркетинга на общество в целом?
21.	Какие цели достигает предприятие с помощью сегментации рынка?
22.	Товарная политика, товарный знак.
23.	Роль стандартизации в увеличении производства, повышении качества ювелирной продукции.
24.	Преимущества сбыта и недостатки линейного расширения бренда
25.	Техническое законодательство, как правовая основа деятельности по стандартизации и оценке соответствия качества ювелирной продукции заявленным требованиям.
26.	Нормативные документы по стандартизации и сертификации ювелирных изделий.
27.	Категории стандартов: национальные стандарты (межгосударственные стандарты – ГОСТы и государственные стандарты Российской Федерации - ГОСТ Р) и стандарты организаций.
28.	В чем состоит отличие обязательной сертификации от декларирования соответствия?
29.	Каковы основные признаки и критерии сегментации рынка?
30.	Чем нужда отличается от потребности?
31.	Чем высшие потребности отличаются от низших?
32.	Какие запреты в отношении несовершеннолетних устанавливает Закон РФ «О рекламе»?
33.	Что является предметом и объектом конкуренции?
34.	Какие различия существуют между конкурентоспособностью товара и конкурентоспособностью предприятия.
35.	Какие процессы происходят на каждом этапе жизненного цикла товара?
36.	Каковы обязанности изготовителя (продавца) продукции, выпускаемой в обращение на территории РФ.

37.	Что собой представляет классификация товаров? В каких целях она осуществляется?
38.	Какие права имеет потребитель в случае реализации ему товаров ненадлежащего качества?
39.	Что понимается под качеством и потребительскими свойствами товаров?
40.	Что собой представляет укрупненный, развернутый, простой и сложный ассортимент?
41	Факторы, влияющие на качество ювелирной продукции. Сущность и функциональная схема.
42	Какие средства используются для доведения товарной информации до потребителя? Охарактеризуйте их.
43	Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение изделий из драгоценных металлов. Особенности упаковки и маркировки.
44	В чем заключается разница между контролем качества по количественному признаку и контролем качества по альтернативному признаку?
45	Типология брендов включает три типа брендов: приведите примеры различных брендов и проанализируйте особенности применения всех типов брендинга.
46	Что стоит за ребрендингом: смена логотипа и фирменного стиля и смена стратегии?
47	Зачем организации могут сознательно делать так, чтобы их товары быстро устаревали?
48	Как потребитель принимает решение о покупке? Что такое стиль потребления?
49	Организация PR кампании.
50	Бренд в системе маркетинга
51	Создание видеопрезентации о себе.
52	Коммуникативные особенности брендинга. Инбрендинг. Кобрендинг. Ребрендинг.
53	Реклама как инструмент маркетинговых коммуникаций: сущность, функции, задачи и роль в бизнесе
54	Event как инструмент маркетинговых коммуникаций. Сущность и классификация event-мероприятий.
55	Брендинг.
56	В чем состоит сущность коммуникативной политики, каковы ее цели и задачи?
57	Охарактеризуйте уровни коммуникативной политики в рамках коммерческого предприятия.
58	Охарактеризуйте структуру коммуникативной политики предприятия.
59	В чем состоит сущность коммуникативной стратегии, каковы ее цели и задачи.
60	Охарактеризуйте этапы разработки коммуникативной стратегии предприятия.

7.3.2. Критерии и нормы оценки

Семестр	Форма проведения промежуточной аттестации	Критерии и нормы оценки	
6	Экзамен (по накопительному рейтингу)	«отлично»	от 85 до 100 баллов задания выполнены в полном объеме, самостоятельно - качество предоставленных материалов высокое - студент верно отвечает на поставленные вопросы, четко формулирует и аргументирует свой ответ, показывает знание дополнительных источников литературы.
		«хорошо»	от 70 до 84 баллов задания выполнены не до конца; - студент верно отвечает на поставленные вопросы, но не аргументирует свой ответ, не приводит примеров.
		«удовлетвори	от 55 до 69 баллов

		тельно»	<p>задания выполнены не до конца;</p> <ul style="list-style-type: none"> - присутствует большое количество ошибок; - студент ошибается в ответе на поставленные вопросы, не четко формулирует ответ, путается в передаваемой информации.
		«неудовлетворительно»	<p>от 0 до 54 баллов</p> <p>задания не выполнены;</p> <ul style="list-style-type: none"> - студент не верно отвечает на поставленные вопросы, не дает комментариев, не показывает знания по предмету.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Обязательная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
1	Завьялов П.С.	Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах	учебное пособие	2019	ЭБС «ZNANIUM.COM»
2	Кузьмина О. Г.	Бренд-менеджмент	учебное пособие	2019	ЭБС «ZNANIUM.COM»
3	Музыкант В. Л.	Брендинг. Управление брендом	учебное пособие	2020	ЭБС «ZNANIUM.COM»
4	Переверзев М.П.	Менеджмент в сфере культуры и искусства	учебное пособие	2021	ЭБС «ZNANIUM.COM»
5	Попадюк Т.Г.	Бизнес-планирование	учебник	2021	ЭБС «ZNANIUM.COM»
6	Шевченко	Основы современного маркетинга	учебник	2021	ЭБС «ZNANIUM.COM»
7	Шугерман Дж.	Как создать крутой рекламный текст: Принципы выдающегося американского копирайтера	учебное пособие	2020	ЭБС «ZNANIUM.COM»

8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
1	Алексина С.Б., Иванов Г.Г., Крышталев В.К., Панкина Т.В.	Методы стимулирования продаж в торговле	учебник	2020	ЭБС «ZNANIUM.COM»
2	Гриорян Е.С.	Маркетинговые коммуникации	учебник	2021	ЭБС «ZNANIUM.COM»
3	Егоров, Ю. Н.	Основы маркетинга	учебник	2019	ЭБС «ZNANIUM.COM»

8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

- WebofScience [Электронный ресурс]: мультидисциплинарная реферативная база данных. – Philadelphia: Clarivate Analytics, 2016–. – Режим доступа: apps.webofknowledge.com. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- Scopus [Электронный ресурс]: реферативная база данных. – Netherlands: Elsevier, 2004–. – Режим доступа: scopus.com. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- Elibrary [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Москва: НЭБ, 2000 –. – Режим доступа: elibrary.ru. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- Springer Link [Электронный ресурс]: [база данных]. – Switzerland: Springer Nature, 1842 –. – Режим доступа: link.springer.com. – Загл. с экрана. – Яз. англ.
- Science Direct [Электронный ресурс]: коллекция электронных книг издательства Elsevier. – Netherlands: Elsevier, 2018 –. – Режим доступа: sciencedirect.com. – Загл. с экрана. – Яз. англ.
- Cambridge university press [Электронный ресурс]: журналы издательства. – Cambridge: Cambridge university press, 2018–. Режим доступа: cambridge.org. – Загл. с экрана. – Яз. англ.
- NEICON [Электронный ресурс]: электронная информация: архив научных журналов. – Москва: НЭИКОН, 2002–. – Режим доступа: neicon.ru/resources/archive. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.

8.4. Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование ПО	Реквизиты договора (дата, номер, срок действия)
1	Windows: WinPro 10 RUS Upgrd OLP NL Academic	договор № 757 от 04.07.2018, срок действия – бессрочно; контракт № 1653 от 14.12.2018, срок действия – бессрочно
2	Office Standard: Office Standard 2013 Russian OLP NL Academic Edition	договор № 690 от 19.05.2015, срок действия – бессрочно

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий, помещений для самостоятельной работы обучающихся (номер аудитории)	Перечень основного оборудования
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для практических занятий.	Стол ученические двухместные, стулья ученические, стол преподавательский, стул преподавательский, доска аудиторная (меловая). Экран, проектор переносной

	<p>Учебная аудитория для выполнения учебных, курсовых и дипломных работ.</p> <p>Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ).</p> <p>Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций.</p> <p>Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации. (У-104)</p>	
2	<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся. (У-213)</p>	<p>Столы ученические двухместные, стол преподавательский, стулья, доска аудиторная (меловая), компьютеры с выходом в сеть интернет</p>
3	<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся. (У-202а)</p>	<p>Шкаф купе, шкаф корпусной, шкафы для документов, столы, компьютер, стул, стол овальный, МФУ, шкаф со стеклом.</p>