

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д. Крячкова»
(НГУАДИ)

РПД одобрена
Ученым советом НГУАДИ

протокол № 53 от 26.08.2024

УТВЕРЖДАЮ
Ректор НГУАДИ
_____ Н.В. Багрова

" ____ " _____ 202_ г.

**ОПЕРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В КРЕАТИВНЫХ
ИНДУСТРИЯХ (МОДУЛЬ)**
**Рынки, фирмы и предприятия (российские и
международные рынки)**
рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Промышленного дизайна**
Учебный план 38.04.02_2023_MagМенедж.plx
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
Профиль стратегические проекты в креативных индустриях
Квалификация **Магистр**
Форма обучения **очная**
Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72
в том числе:
аудиторные занятия 32
самостоятельная работа 40

Виды контроля в семестрах:

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семес тр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
Неделя	16 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практически е	16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	40	40	40	40
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

Доцент кафедры ПД, Лучина Н.А.

Рецензент(ы):

Зав.кафедрой ПД, Бекк Н.В.

Рабочая программа дисциплины

Рынки, фирмы и предприятия (российские и международные рынки)

разработана в соответствии с:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952)

составлена на основании учебного плана:

38.04.02 Менеджмент

утвержденного учёным советом вуза от 26.08.2024 протокол № 53.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Промышленного дизайна

Протокол от 26.08.2024 г. № 1

Срок действия программы: 2023-2025 уч.г.

Зав. кафедрой Н.В. Бекк

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	формирование у студентов комплексного понимания механизмов функционирования различных типов рынков, особенностей поведения фирм и предприятий в условиях российской и международной экономической среды. Данная дисциплина направлена на развитие навыков анализа рыночных процессов, оценки конкурентных стратегий компаний, а также освоения инструментов принятия управленческих решений в контексте глобальных экономических тенденций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.07
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Знания, умения, навыки, творческие способности, полученные на предшествующем уровне образования
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Бухгалтерский учет и основы формирования финансового планирования
2.2.2	Зачет с оценкой по модулю "Оперативное управление в креативных индустриях"
2.2.3	Зачет с оценкой по модулю "Стратегическое управление в организациях креативных индустрий (модуль)"
2.2.4	Учебная практика. Ознакомительная практика
2.2.5	Управление персоналом и коммуникации в креативных индустриях (модуль)
2.2.6	Управление проектами в креативных индустриях
2.2.7	Экзамен по модулю "Управление персоналом и коммуникации в креативных индустриях (модуль)"
2.2.8	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-4: Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций;	
Уметь:	
Уровень 1	Ставить стратегические цели, направленные на повышения конкурентоспособности в сфере креативных индустрий

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.2	Уметь:
3.2.1	ОПК-4.2.1 Ставить стратегические цели и формулировать задачи, связанные с реализацией стратегии повышения конкурентоспособности
3.3	Владеть:

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Рынки, фирмы и предприятия (российские и международные рынки)					
1.1	Рынки и цепочки создания ценности /Лек/	1	2	ОПК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	
1.2	Рынки и цепочки создания ценности /Пр/	1	4	ОПК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	
1.3	Создание ценностного предложения /Лек/	1	6	ОПК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	
1.4	Создание ценностного предложения /Пр/	1	6	ОПК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	
1.5	Типы креативных организаций /Лек/	1	4	ОПК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	
1.6	Типы креативных организаций /Пр/	1	6	ОПК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	

1.7	Креативные кластеры /Лек/	1	4	ОПК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	
1.8	Самостоятельное изучение материалов по темам раздела, подготовка к контрольной работе /Ср/	1	40	ОПК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

5.1. Описание критериев и шкал оценивания сформированности компетенций в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Рынки, фирмы и предприятия (российские и международные рынки)"

5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Рынки, фирмы и предприятия (российские и международные рынки)"

5.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Рынки, фирмы и предприятия (российские и международные рынки)"

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Гришина, С. А., Шишкин, А. Н.	Стратегический менеджмент: проектный подход: учебное пособие	Тула: Тульский государственный педагогический университет имени Л.Н. Толстого, 2020
Л1.2	Никифорова, Л. Е., Цуриков, С. В.	Современный стратегический анализ: учебное пособие	Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2021

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Базиян Н. Р.	Стратегический менеджмент	Москва: Юриспруденция, 2018
Л2.2	Левушкина, С. В., Свистунова, И. Г.	Стратегический менеджмент: учебное пособие	Ставрополь: Секвойя, 2020

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	ЭОР НГУАДИ по дисциплине «Рынки, фирмы и предприятия (российские и международные рынки)» - Режим доступа: https://portal.nsuada.ru/course
----	---

6.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Windows 7 – операционная система, LibreOffice, Adobe Acrobat Reader DC, PowerPoint Viewer, Kaspersky Endpoint Security 10, 7-Zip x64
---------	--

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7.3.2.1	Электронная библиотечная система «IPRbooks» – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/
7.3.2.2	Elibrary.ru: научная электронная библиотека – Режим доступа: https://elibrary.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория, оснащенная комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ
-----	---

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы:

Контрольная работа – работа для оценки знаний и/или умений (по отдельной теме, разделу, дисциплине в целом).

Контрольные работы могут быть представлены в различных вариантах: тест, конспект по отдельному вопросу,

терминологический диктант и тп.

Контрольная работа выполняется в соответствии с требованиями формулируемыми преподавателем перед ее выполнением. Как правило, контрольная работа выполняется письменно на практическом занятии и прикрепляется в личном кабинете обучающегося (ЭИОС).

Методические рекомендации обучающимся по организации самостоятельной работы:

Самостоятельная работа является видом учебной деятельности обучающегося, который осуществляется во внеаудиторное время. Целью самостоятельной работы является углубленное усвоение учебного материала, развитие способностей, творческой активности, проявление индивидуального интереса к изучению отдельных тем и вопросов дисциплины. В процессе самостоятельной работы у обучающегося могут возникнуть вопросы, уяснить которые необходимо, используя индивидуальные консультации с преподавателем, указанные в РПД источники литературы и другие материалы.

Образовательные технологии самостоятельной работы включают в себя:

- проработку рекомендуемой литературы по темам программы; доработку конспектов лекций, работу с учебно-методическими материалами по дисциплине;
- подготовку к занятиям семинарского типа – к семинарам, практическим занятиям, практикумам, лабораторным работам, и иным аналогичным занятиям, и (или) групповым консультациям, и (или) индивидуальную работу (в том числе индивидуальные консультации), к каждому занятию обучающийся готовится в соответствии с учебно-тематическим планом;
- предварительное ознакомление с темой занятий лекционного типа (лекцией и иными учебными занятиями, предусматривающими преимущественную передачу учебной информации), в соответствии с учебно-тематическим планом, позволяет лучше усвоить материал будущего занятия, разобраться в проблемных вопросах, активно работать на занятиях;
- проведение обучающимся самоконтроля усвоения тем дисциплины путем решения тестов, задач, заданий и упражнений, ответов на контрольные вопросы, содержащихся в оценочных и методических материалах по дисциплине;
- в рамках научно-исследовательской работы обучающийся осуществляет подбор и систематизацию материалов теме НИР, аннотацию научных работ по конкретным темам; изучение дополнительной литературы, электронных материалов; написание тезисов, статей (индивидуально и совместно с преподавателями), подготовку докладов, сообщений; аналитический разбор научных публикаций по определенной проблеме; подготовку аналитической записки по конкретной ситуации; участие в разработке и оформлении научного проекта; участие в подготовке и проведении студенческих научных конференций; участие в конференциях; выполнение научно-исследовательских проектов и грантов; участие в конкурсах молодых ученых и т.д.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д.Крячкова»
(НГУАДИ)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

Приложение 1 к рабочей программе дисциплины (практики)

**ОПЕРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В КРЕАТИВНЫХ
ИНДУСТРИЯХ (МОДУЛЬ)**

**Рынки, фирмы и предприятия (российские и
международные рынки)**

Учебный план: 38.04.02_2023_MagMen.plx

Направление подготовки (специальность): 38.04.02 Менеджмент

Профиль: Стратегические проекты в креативных индустриях

Составитель: канд. техн. наук, доцент,
доцент кафедры ПД,
Лучина Н.А.

Рассмотрен и рекомендован
для использования в учебном процессе
на заседании кафедры Промышленного
дизайна

Протокол от 26.08.2024 № 1
Зав. кафедрой ПД Бекк Н.В.

Новосибирск 2024

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Фонд оценочных средств (ФОС) включает материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Целью текущего контроля (ТК) и промежуточной аттестации (ПА) является контроль освоения запланированных по дисциплине знаний и умений, направленных на формирование у обучающихся компетенций в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Код компетенции	Код и наименование индикаторов компетенций
ОПК-4	ОПК-4.2.1 Ставить стратегические цели и формулировать задачи, связанные с реализацией стратегии повышения конкурентоспособности

2. КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Оценочное средство 1. Творческое задание (ОПК-4)

Творческое задание – частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой студентов.

Задание на тему **Рынки и цепочки создания ценности**

Создайте классификацию предприятий, относящихся к креативным (на выбор: по НСО, СФО, России, в мире).

Цель задания:

Освоение методов анализа рынков и построения цепочек создания ценности для эффективного управления бизнесом.

Основные этапы выполнения задания:

1. Выбор отрасли и компании:

- Выберите конкретную отрасль и компанию, которую будете анализировать (например, производство электроники, ритейл, финтех и т.п.).

2. Анализ рынка:

- Оцените текущее состояние выбранного рынка:
- Размеры рынка.
- Темпы роста.
- Ключевые игроки.
- Барьеры входа.
- Изучите тенденции и факторы, влияющие на развитие рынка (экономические, технологические, социальные).

3. Построение цепочки создания ценности:

- Определите ключевые процессы, участвующие в создании ценности в выбранной компании:
- Исследование и разработка.
- Производство.
- Логистика.
- Маркетинг и продажи.
- Поддержка клиентов.
- Выявите основные ресурсы и компетенции, необходимые для каждого этапа цепочки.

4. Анализ конкуренции:
 - Составьте SWOT-анализ компании относительно её конкурентов.
 - Определите сильные и слабые стороны конкурентов, а также возможности и угрозы для вашей компании.
5. Оптимизация цепочки создания ценности:
 - Предложите способы оптимизации существующих процессов:
 - Сокращение затрат.
 - Повышение эффективности.
 - Улучшение качества продукции или услуг.
 - Рассмотрите возможность внедрения новых технологий или подходов для повышения конкурентоспособности.
6. Разработка рекомендаций:
 - Разработайте конкретные рекомендации по улучшению позиции компании на рынке:
 - Стратегии выхода на новые рынки.
 - Расширение продуктовой линейки.
 - Партнёрства и сотрудничество.

Задание на тему Создание ценностного предложения

Цель задания:

Разработать уникальное ценностное предложение (УЦП), которое будет отражать ключевые преимущества вашего проектируемого бизнеса перед конкурентами и удовлетворять потребности целевой аудитории.

Основные этапы выполнения задания:

1. Анализ рынка и конкурентов:
 - Определите основных игроков на рынке вашей отрасли.
 - Проанализируйте сильные и слабые стороны ваших конкурентов.
 - Выделите ключевые потребности клиентов, которые конкуренты уже удовлетворяют, и те, которые остаются неудовлетворенными.
2. Формулировка миссии и видения компании:
 - Опишите миссию вашего предприятия — зачем оно существует?
 - Сформулируйте видение будущего компании — куда вы стремитесь развиваться?
3. Определение целевой аудитории:
 - Кто является вашими потенциальными клиентами? Опишите демографические характеристики, интересы, поведение и проблемы, которые они хотят решить.
4. Разработка уникального ценностного предложения:
 - Ответьте на вопрос: почему клиенты выберут именно ваше предприятие, а не конкурентов?
 - Какие уникальные продукты/услуги предлагает ваша компания?
 - В чем заключается главная ценность для клиента? Это может быть качество, цена, удобство, инновационность, экологичность и др

5. Форматирование УЦП:

- Используйте методику создания УЦП (например, модель Остервальдера):
- Продукты/услуги
- Ценность для клиента
- Каналы сбыта
- Взаимоотношения с клиентом
- Ресурсы и партнеры
- Стоимость

6. Презентация ценностного предложения:

- Подготовьте презентацию УЦП для внутренней команды или потенциальных инвесторов. Включите визуальные элементы, такие как схемы и графики.

Критерии оценки творческих заданий

Оценка «отлично» ставится студенту, если в творческой работе представлена собственная точка зрения (позиция, отношение, своя идея); проблема раскрыта интересным, необычным способом, при этом студент может теоретически обосновать связи, явления, аргументировать своё мнение с опорой на факты или личный социальный опыт.

Оценка «хорошо» ставится студенту, если в творческой работе представлена собственная точка зрения (позиция, отношение, своя идея); проблема достаточно интересным, необычным способом, но при этом студент не в полной мере может теоретически обосновать связи, явления, аргументировать своё мнение с опорой на факты или личный социальный опыт.

Оценка «удовлетворительно» ставится студенту, если в творческой форме представлена точка зрения (позиция, отношение, идея) какого-либо ученого, практика; студент делает попытку теоретически обосновать связи, явления, аргументировать своё мнение с опорой на факты или личный социальный опыт

Оценка «неудовлетворительно» ставится студенту, если работа выполнена формально, большая часть выполнена не по теме, не представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы; аргументация своего мнения слабо связана с раскрытием проблемы или работа не сдана.

Оценочное средство 2. Письменные задания (контрольная работа) (ОПК-4)

Контрольная работа представляет собой письменную работу.

Структура контрольной работы включает в себя:

- титульный лист (Приложение 1);
- содержание;
- основную часть (текст контрольной работы, который может быть разделен на разделы и параграфы);
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения (при наличии).

Требования к структурным элементам работы:

Титульный лист является страницей контрольной первой в нем указываются полное наименование Университета, факультет, тип работы, дисциплина, тема, ФИО обучающегося и проверяющего, а также город и год выполнения контрольной работы.

Содержание включает наименование разделов основной части контрольной работы, заключение, список использованных источников, приложения (при наличии) с указанием номеров страниц, на которых размещается начало текста каждого структурного элемента контрольной работы, а также каждого раздела основной части.

В *основной части* раскрывается содержание контрольной работы: освещаются теоретические положения, анализируется нормативно-правовая база, а также изучается практика по теме контрольной работы. Объем основной части работы должен быть не более 15 страниц.

В *заключении* в тезисной форме излагаются наиболее важные выводы, которые обучающийся сделал самостоятельно. Объем заключения рассчитан на 1-2 страницы.

Список использованных источников формируется из перечня нормативных источников, литературы и публикаций, который использовал обучающийся в процессе написания контрольной работы.

Требования к оформлению работы:

Контрольная работа оформляется машинописным способом в виде текста, подготовленного с помощью текстового редактора на персональном компьютере. Текст контрольной работы должен быть расположен в книжной ориентации, цвет шрифта – черный. Альбомная ориентация допускается только для оформления приложений (таблицы и/или схемы) к контрольной работе.

Оптимальный объем контрольной работы составляет до 17 страниц текста формата А4. Титульный лист, содержание, список использованных источников, а также приложения не входят в этот объем.

В редакторе Microsoft Word – задаются следующие параметры страницы:

- верхнее поле – 20мм;
- нижнее поле – 20 мм;
- левое поле – 25 мм;
- правое поле – 10 мм.

Для компьютерного набора текста должны использоваться следующие параметры:

- размер шрифта – 14;
- шрифт – Times New Roman;
- межстрочный интервал – полуторный;
- абзацный отступ – 1,25 см;
- выравнивание текста – по ширине страницы.

Сноски печатаются с одинарным межстрочным интервалом, размер шрифта – 10.

Заголовки структурных элементов (содержание, разделы основной части, заключение, список использованных источников, приложения) печатаются на новой странице строчными буквами с заглавной буквы полужирным шрифтом, без подчеркиваний, в кавычки не заключаются и помещаются в центре страницы. Точка в конце любого из указанных заголовков не ставится.

Каждый раздел основной части контрольной работы (при наличии) начинается с новой страницы, а параграфы – с абзацного отступа. Наименования разделов и параграфов записываются с абзацного отступа, первая буква должна быть прописной, остальные – строчные.

Вопросы для выполнения контрольной работы

1. Суть и значимость работы предприятия в условиях рыночной экономики. Главные цели и задачи предприятий.
2. Исследование рынка. Анализ информации о конкурирующих компаниях.
3. Рыночная конкуренция. Индикаторы рыночной активности.

4. Основные разновидности рыночных структур. Идеальная и несовершенная конкуренция.
5. Портфельные стратегии предприятия.
6. Рыночные стратегии предприятия. Конкурентные преимущества.
7. Анализ рынка основного производственного оборудования и сырьевых ресурсов.
8. Анализ рынка труда. Организация трудового процесса.
9. Управление качеством предоставляемых услуг.
10. Определение понятия рынка. Типология рынков в зависимости от численности функционирующих фирм и вида продукции. Формы конкурентной борьбы.
11. Теория жизненного цикла продукта. Характеристики продукта и маркетинговая стратегия предприятия для выхода на рынок.
12. Спрос и предложение на рынке. Анализ факторов, влияющих на спрос (цена, качество, реклама, комиссионные агентам по продажам). Регулирование спроса на рынке. Демпинг цен.
13. Понятие эффективности. Максимизация прибыли. Чистая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения, нераспределённая прибыль.
14. Рентабельность активов, рентабельность собственного капитала, рыночная стоимость акции.
15. Коэффициент текущей ликвидности, коэффициент независимости. Доля рынка.
16. Взаимодействие производственной, финансовой, налоговой, маркетинговой и эмиссионной политики предприятия.

Критерии оценивания письменного задания

Критериями оценки выполнения заданий контрольной работы являются:

- качество выполненных заданий, в том числе количество изученной литературы, материалов практики;
- стиль и грамотность изложения. исключительных случаях, если у преподавателя есть сомнения в том, что обучающийся выполнил работу самостоятельно, то он может проверить работу на объем заимствований с использованием интернет-версии специализированной компьютерной программы «Антиплагиат» (режим доступа: <https://raj.antiplagiat.ru>).

Оценочное средство 2. Тестовые задания по дисциплине (ОПК-4)

Тема 1. Рынки и цепочки создания ценности

Задание 1.

Дайте определение понятию «цепочка создания ценности».

- 1) Последовательность действий, направленных на создание нового продукта.
- 2) Процесс производства товаров или оказания услуг, начиная с сырья и заканчивая конечным потребителем.
- 3) Система взаимосвязанных видов деятельности, создающих ценность для потребителя и обеспечивающих устойчивые конкурентные преимущества компании.
- 4) Модель управления качеством продукции.

Задание 2.

Что такое рыночное позиционирование?

- 1) Размещение товаров на полке магазина.
- 2) Процесс определения места продукта или услуги на рынке относительно конкурентов.
- 3) Процесс ценообразования.

4) Рекламная кампания.

Задание 3.

Какой из факторов влияет на создание уникальной ценности для потребителей?

- 1) Масштаб производства.
- 2) Цена продукта.
- 3) Качество обслуживания и дополнительные сервисы.
- 4) Наличие рекламы.

Задание 4.

Каковы преимущества кооперации с партнерами в рамках цепочки создания ценности?

- 1) Возможность получения налоговых льгот.
- 2) Расширение ассортимента предлагаемых товаров и услуг, улучшение качества продукции, снижение издержек.
- 3) Получение кредитов на выгодных условиях.
- 4) Увеличение количества сотрудников.

Задание 5.

Какова основная цель сегментации рынка?

- 1) Увеличение объема продаж.
- 2) Поиск новых рынков.
- 3) Эффективное распределение ресурсов компании для удовлетворения потребностей конкретных групп покупателей.
- 4) Изучение конкурентов.

Тема 2. Создание ценностного предложения

Задание 6.

Что включает в себя ценностное предложение?

- 1) Только цену продукта.
- 2) Преимущества продукта, отличия от конкурентов, решение проблем клиентов.
- 3) Планирование рекламных кампаний.
- 4) Финансовый отчет компании.

Задание 7.

Какие шаги необходимы для создания успешного ценностного предложения?

- 1) Установление минимальной цены.
- 2) Увеличение рекламных бюджетов.
- 3) Анализ потребностей клиентов, исследование конкурентов, формулировка уникальных преимуществ.
- 4) Проведение акций и скидок.

Задание 8.

Каковы основные категории ценностей, которые могут входить в ценностное предложение?

- 1) Функциональные, эмоциональные, социальные.
- 2) Экономические, финансовые, административные.
- 3) Функциональные, эмоциональные, социальные, экономические.
- 4) Информационные, образовательные, развлекательные.

Задание 9.

Какую роль играет сегментирование рынка в создании ценностного предложения?

- 1) Определение ценового диапазона.
- 2) Позволяет сосредоточиться на нуждах конкретного сегмента и создать предложение, максимально соответствующее его требованиям.
- 3) Разработка рекламных кампаний.
- 4) Увеличение объема производства.

Задание 10.

Как сегментация помогает в формировании ценностного предложения?

- 1) Позволяет установить низкие цены.
- 2) Помогает адаптировать предложение под нужды конкретной группы клиентов, увеличивая вероятность успеха.
- 3) Повышает стоимость продукта.
- 4) Снижает затраты на маркетинг.

Тема 3. Типы креативных организаций.

Задание 11.

Какую роль играют креативные организации в экономике?

- 1) Поддерживают стабильность традиционного сектора экономики.
- 2) Стимулируют рост и развитие инновационных отраслей, создают новые рабочие места и способствуют экономическому росту.
- 3) Занимают незначительную долю рынка.
- 4) Игнорируют современные технологии.

Задание 12.

Какие существуют типы креативных организаций?

- 1) Производственные компании.
- 2) Исследовательские центры, дома молодежи.
- 3) Банки и страховые компании.
- 4) Государственные учреждения.

Задание 13.

Какие преимущества имеют дизайнерские студии перед крупными корпорациями?

- 1) Большие производственные мощности.
- 2) Гибкость, тесное взаимодействие с клиентами.
- 3) Высокие затраты на рекламу.
- 4) Широкая сеть филиалов.

Задание 14.

Какие сферы относятся к креативным индустриям?

- 1) Металлургия и машиностроение.
- 2) Архитектура, мода, IT-разработки.
- 3) Образование и здравоохранение.
- 4) Транспорт и логистика.

Тема 4. Креативные кластеры.

Задание 15.

Какие основные характеристики креативных кластеров?

- 1) Высокие затраты на производство.
- 2) Синергия, сетевые эффекты.
- 3) Узкая специализация.
- 4) Однородность участников.

Задание 16.

Какую роль играют креативные кластеры в экономике?

- 1) Замедляют экономический рост.
- 2) Стимулируют инновации.
- 3) Увеличивают налоги.
- 4) Ведут к монополизации рынка.

Задание 17.

Какие факторы способствуют формированию креативных кластеров?

- 1) Географическое расположение.
- 2) Благоприятная деловая среда
- 3) Низкие налоги.
- 4) Отсутствие конкуренции.

Задание 18.

Какие вызовы стоят перед креативными кластерами?

- 1) Недостаточная конкуренция.
- 2) Недостаток квалифицированных кадров.
- 3) Переизбыток талантов.
- 4) Избыточная поддержка со стороны государства.

Задание 19.

Как государство может содействовать развитию креативных кластеров?

- 1) Ужесточением налогового регулирования.
- 2) Развитие образовательной инфраструктуры.
- 3) Запрещение экспорта креативных продуктов.
- 4) Ужесточение визового режима для иностранных специалистов.

Задание 20.

Какие механизмы взаимодействия существуют внутри креативных кластеров?

- 1) Прямая конкуренция.
- 2) Совместные проекты.
- 3) Антимонопольные соглашения.
- 4) Совместные забастовки.

Критерии оценивания теста:

Максимальное количество баллов - 36

Не сформирован менее 51 % баллов (неудовлетворитель но)	Пороговый уровень 51-70% баллов (удовлетворительн о)	Базовый уровень 71-90% баллов (хорошо)	Продвинутый уровень 91-100% баллов (отлично)
0-18 баллов Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.	19-25 баллов Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач	26-32 балла Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам	33-36 баллов Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении

3. КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Данная дисциплина входит в модуль, который включает несколько связанных предметов, направленных на углубленное изучение выбранной области.

Стратегическое управление в организациях креативных индустрий (модуль)	
Дисциплина модуля	Форма промежуточной аттестации
Рынки, фирмы и предприятия (российские и международные)	Зачет с оценкой по модулю

рынки)	
Устройство творческой мастерской и производства	
Юридические основы организации деятельности и трудовое право в России в области креативных индустрий	
Бухгалтерский учет и основы формирования финансового планирования	

Зачет с оценкой – вид промежуточной аттестации, в результате которого обучающийся получает оценку по четырехбалльной шкале («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

Зачета с оценкой по модулю «Оперативное управление в креативных индустриях» включает в себя задания по каждой дисциплине модуля. Итоговая оценка по зачету является средним значением всех полученных результатов.

Список вопросов по дисциплине «Рынки, фирмы и предприятия (российские и международные рынки)» к зачету с оценкой по модулю «Оперативное управление в креативных индустриях»:

1. Сущность и роль функционирования предприятия в рыночной экономике. Основные цели и задачи предприятий.
2. Анализ рынка. Анализ сведений о конкурентах.
3. Рыночная конкуренция. Показатели рыночной активности.
4. Основные типы рыночных структур. Совершенная и несовершенная конкуренция.
5. Портфельные стратегии предприятия.
6. Рыночные стратегии предприятия. Конкурентное преимущество.
7. Анализ рынка основных средств производства, рынка сырья.
8. Анализ рынка труда. Организация рабочего процесса.
9. Управление качеством оказываемых услуг.
10. Понятие рынка. Типы рынка в зависимости от количества действующих фирм и выпускаемого продукта. Виды конкурентной борьбы.
11. Теория жизненного цикла продукта. Характеристики продукта и маркетинговая стратегия предприятия по вхождению на рынок.
12. Спрос и предложение на рынке. Анализ факторов спроса (цена, качество, реклама, комиссия агентам по продажам). Регулирование рыночным спросом. Демпинг цен.
13. Понятие эффективности. Максимизация прибыли. Чистая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения, нераспределенная прибыль.
14. Рентабельность активов, рентабельность собственного капитала, рыночная цена акции.
15. Коэффициент текущей ликвидности, коэффициент автономии. Доля рынка.
16. Взаимосвязь производственной, финансовой, налоговой, маркетинговой, эмиссионной политик предприятия.

Критерии выставления оценки

Критерии оценки устного ответа

1. Правильность ответа (отсутствие фактических ошибок).
2. Полнота ответа (представление максимальных знаний по дисциплине).
3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).
4. Логика изложения ответа (правильная последовательность изложения аргументов).
5. Корреляция с материалами дисциплины.

Не сформирован (неудовлетворитель но)	Пороговый уровень (удовлетворительн о)	Базовый уровень (хорошо)	Продвинутый уровень (отлично)
<p>Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.</p>	<p>Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач</p>	<p>Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам</p>	<p>Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении</p>

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д.Крячкова»
(НГУАДИ)**

Факультет подготовки кадров высшей квалификации

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

по дисциплине: **Нормативно-правовая база образовательной
деятельности**

**Рынки, фирмы и предприятия (российские и
международные рынки)**

выполнил: **магистрант гр. 23-270**

ФИО

проверил: **канд.техн.наук,**

доцент кафедры ГиСЭД

ФИО

Новосибирск 2024