ИНСТИТУТ ФИНАНСОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

КАФЕДРА ФИНАНСОВОГО МОНИТОРИНГА

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ**

**ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ**

***Средства обеспечения освоения учебного курса***

При изучении дисциплины рекомендуется использовать следующие средства обучения:

* программу учебного курса:
* рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
* методические указания, пособия и учебники (в бумажном виде);
* задания для самостоятельной работы для закрепления теоретического материала;
* методическое обеспечение текущего и итогового контроля знаний.

Со стороны преподавателя должен быть установлен контакт со студентами, и они должны быть информированы о порядке прохождения курса, его особенностях, учебно-методическом обеспечение по данной дисциплине. Преподаватель дает методические рекомендации обучаемым по самостоятельному изучению проблем, характеризуя пути и средства достижения поставленных перед ними задач, высказывает советы и рекомендации по изучению учебной литературы и самостоятельной работе.

***Принципы отбора содержания и организации учебного материала дисциплины***

Учебный курс строится на интегративной основе и включает в себя как теоретические знания, так и практические навыки, получаемые студентами во время практических занятий и самостоятельной работы.

В данной дисциплине заложен деятельностный компонент, наиболее ярко проявляющийся при выполнении небольших заданий на каждом из занятий (во время чтения лекций), а также в рамках самостоятельной работы.

Содержание учебного курса, его объем и характер обусловливают необходимость оптимизации учебного процесса в плане отбора материала обучения и методики его организации, а также контроля текущей учебной работы. В связи с этим возрастает значимость и изменяется статус внеаудиторной (самостоятельной) работы, которая становится полноценным и обязательным видом учебно-познавательной деятельности студентов. При изучении курса самостоятельная работа включает:

* самостоятельное ознакомление студентов с теоретическим материалом, представленным в основной литературе;
* самостоятельное изучение тем учебной программы, достаточно хорошо обеспеченных литературой и сравнительно несложных для понимания;
* подготовку к практическим занятиям по тем разделам, которые не дублируют темы лекционной части, а потому предполагают самостоятельную проработку материала учебных пособий.

***Подготовка преподавателя к лекциям***

При подготовке к конкретным занятиям преподавателю следует помнить, что вузовская лекция – главное звено дидактического цикла обучения. Ее цель – формирование у студентов ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы. Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям:

* изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному;
* логичность, четкость и ясность в изложении материала;
* возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности студентов;
* опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные;
* тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью студентов.

При изложении материала преподавателю важно помнить, что почти половина информации на лекции передается через интонацию. Учитывать тот факт, что первый кризис внимания студентов наступает на 15-20-й минутах, второй – на 30-35-й минутах. В профессиональном общении исходить из того, что восприятие лекций студентами младших и старших курсов существенно отличается по готовности и умению.

Преподаватель, читающий лекционные курсы, должен знать существующие в педагогической науке и используемые на практике варианты лекций, их дидактические и воспитывающие аспекты.

***Список учебной литературы по теоретической части курса***

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. 005 И98 Информационно-аналитические модели проектов: сетевое планирование и управление (СПУ) (Начальный курс) : [учебно-методическое пособие], Москва: НИЯУ МИФИ, 2014

2. 005 П90 Коммерциализация технологий и промышленные инновации : [учебное пособие], Москва: НИЯУ МИФИ, 2014

3. ЭИ М16 Маркетинг и маркетинговые исследования : , Москва: МИФИ, 2008

4. 33 Г62 Основы маркетинга : учебник, Москва: Финпресс, 2008

5. 621.039 П90 Инновационная деятельность в атомной отрасли (на примере стратегии развития ядерных топливных циклов, включая инновационные) Кн.1 Основные принципы инновационной политики, , Москва: Руда и металлы, 2010

6. 005 М46 Основы менеджмента : , М. Х. Мескон, М. Альберт , Ф. Хедоури, Москва [и др.]: Вильямс, 2007

7. 33 Х95 Современный маркетинг. Настольная книга по исследованию рынка : Учеб. пособие для вузов, Хруцкий В.Е., Корнеева И.В., М.: Финансы и статистика, 2005

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. 005 Д75 Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие, Москва: Дашков и К, 2014

2. 33 С60 Маркетинг : учебник для слушателей образ. учреждений, Б. А. Соловьев, Москва: ИНФРА-М, 2005

3. 33 Т51 Методы сбора и использования маркетинговой информации : , Б. Е. Токарев, М.: Юристъ, 2001

4. 33 Г62 Маркетинг : Выбор лучшего решения, Голубков Е.П., Голубкова Е.Н., Секерин В.Д., М.: Экономика, 1993

Изучение основной литературы необходимо непосредственно для овладения основными теоретическими знаниями по курсу.

В дополнительной литературе представлены полезные знания, которые должны были быть усвоены при изучении дисциплин, логически взаимосвязанных с данным курсом.

***Порядок оценивания промежуточных и итоговых результатов усвоения учебного материала по курсу***

*Текущий контроль качества усвоения учебного материала по дисциплине.*

Для контроля усвоения материала дисциплины предусматривается проведение текущего и итогового контроля. Для получения положительной оценки необходимо освоить основные теоретические положения дисциплины.

*Итоговая аттестация по дисциплине.*

Изучение курса завершается зачетом (максимальный балл - 50).

В целях более глубокого усвоения изучаемого курса, формирования навыков исследовательской работы и ориентации на умение применять теоретические знания на практике рекомендуется систематически выполнять задания для самостоятельной работы, сформулированные в виде вопросов, на которые надо дать исчерпывающие ответы.

**ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ**

1. Понятие менеджмента. Школы менежмента Тейлора (научный), Файоля (ад-

министративный), Фоллета (социальный).

1. Ресурсная осуществимость проекта.
2. Ресурсная осуществимость проекта в случае возобновляемых ресурсов.
3. Ресурсная осуществимость проекта в случае невозобновляемых ресурсов.
4. Фронт работ, ресурсная допустимость фронта.
5. Правила присвоения приоритетов в последовательном методе. Правила пересчета резервов работ проекта.
6. Схема применения и алгоритм параллельного метода составления ресурсно-допустимых календарных планов комплексов работ проекта.
7. Правила присвоения приоритетов в параллельном методе. Правила пересчета резервов работ проекта.
8. Сравнительный анализ параллельного и последовательного методов календарного планирования комплексов работ с учетом ограничений на доступное количество ресурсов.
9. Общая схема и алгоритм точного метода составления календарных планов комплексов работ, допустимых по ресурсам.
10. Задача минимизации числа прерываний работ как задача коммивояжера в точном методе решения задачи составления ресурсно-допустимых календарных планов комплекса работ проекта.
11. Составление всех различных логически и ресурсно-допустимых фронтов комплекса работ проекта. Общий алгоритм нахождения главных фронтов КР.
12. Задача синтеза матрицы индикаторов фронтов комплекса работ проекта. Построение матрицы расстояний между фронтами.
13. Экономическая осуществимость проекта. Критерии экономической осуществимости проекта. Анализ «время-стоимость».
14. Определение и классификация математических моделей работ проекта.
15. Постановка и решение задачи минимизации стоимости комплекса работ, как задачи линейного программирования.
16. Оптимизационные задачи обеспечения экономической осуществимости. Классификация задач и методов их решения.
17. Производственная функция комплекса работ как результат решения задачи экономической осуществимости.
18. Примеры решения оптимизационных задач экономической реализуемости комплекса работ. Характеристики оптимального по критерию экономической реализуемости календарного плана комплекса работ.
19. Финансовая осуществимость проекта. Денежные потоки от инвестиционной, операционной и финансовой деятельности. Оценка экономического эффекта от проектной деятельности.
20. Экономико-математические модели инвестиционного проекта.
21. Финансовое планирование и управление инвестиционными проектами с помощью программного средства "Ргоject Expert".
22. Инвестиционный проект как частный случай проекта. Понятие жизненного цикла инвестиционного проекта.
23. Источники инвестиций. Реструктуризация и инвестиции. Рентные платежи.
24. Основные критерии финансовой осуществимости: чистый дисконтированный доход – NPV, внутренняя норма доходности – IRR, индекс доходности – PI, срок окупаемости – PBP.
25. Анализ и управление рисками в инвестиционных проектах.
26. Анализ инвестиционных проектов с неординарными денежными потоками. Теорема Декарта.
27. Использование теории полезности в анализе инвестиционных проектов.
28. Методы сравнения нескольких проектов по критериям финансовой осуществимости.
29. Инвестиционное планирование этапов. Активы, план сбыта, план производства, общие издержки, финансирование проекта, расчет проекта, оценка потребности в финансировании.
30. Анализ чувствительности по отношению к исходным данным.
31. Многопроектный (мультипроектный) анализ.
32. Прогнозирование параметров проекта по результатам анализа источников отклонений.
33. Комплексное оперативное обеспечение осуществимости проекта.
34. Контроль результатов, качества, сроков, затрат. Выбор степени детализации и формы контроля. Сбор и анализ фактических данных.
35. Измерение степени завершенности комплекса работ в любой момент времени периода выполнения.
36. Прогнозирование будущих состояний комплекса работ и их соответствие плановым.
37. Анализ причин отклонений достигнутых значений показателей от установленных на этапах исходного планирования или на предшествующих этапах реализации.
38. Формирование проектов решений по оперативному управлению комплексом работ на основе результатов контроля и анализа, касающихся целей, сроков, ресурсов, а также стимулов для исполнителей.
39. Методы расчета ожидаемого времени окончания работы с учетом отклонений от планового сценария реализации. Принципы прогнозирования дальнейшего хода выполнения работы.
40. Правила построения сетевых недетерминированный моделей.
41. Структурные преобразования сетевых моделей типа C/N/C.
42. Методы анализа время-стоимость для обобщенных сетевых моделей комплексов работ. Анализ параметров сетевых моделей C/N/C.
43. Типы событий в обобщенной сетевой модели. Число степеней свободы на входе и выходе. Типы событий по входу и выходу.
44. Управление проектами в условиях (с учетом) риска.
45. Влияние фактора налогообложения на финансовую осуществимость проекта.
46. Функции распределения длительности и стоимости выполнения проекта с альтернативной структурой.
47. Особенность мультипроектного анализа и управления.
48. Автоматизация решения задач составления расписаний с использованием КСУП.
49. Понятие маркетинга
50. Функции маркетинга
51. Плюсы и минусы маркетинга продукции высокотехнологичных проектов
52. Сравнительный анализ теорий мотивации
53. Эластичность спроса по цене. Аксиомы эластичности по цене
54. Эластичность спроса на рынке высоких технологий
55. Понятие товара. Классификация товаров . Модель товара
56. Рынок труда. Основные характеристики объекта рынка труда
57. Жизненный цикл товара
58. Сегментирование. Критерии сегментирования
59. Позиционирование товара
60. Себестоимость. Состав затрат
61. Классификация затрат
62. Прямые и косвенные расходы. Распределению косвенных расходов
63. Расчет затрат по функциям
64. Определение точки безубыточности
65. Запас финансовой прочности предприятия
66. Затратный и ценностный подходы к ценообразованию
67. Процедура определения экономической ценности товара
68. Состав отпускной цены производителя
69. Пороговое значение объема производства
70. Реклама и рекламные коммуникации
71. Стимулирование сбыта
72. Фирменный стиль
73. Методы маркетинговых исследований
74. Информация в маркетинговых исследованиях
75. Рыночная конкуренция
76. Конкурентоспособность товара
77. Конкурентные стратегии