

Кафедра государственного и муниципального управления

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
«Основы национальной безопасности»
основной профессиональной образовательной программы

Направление подготовки магистра
38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль) образовательной программы
Муниципальное управление развитием территории

Формы обучения
Очно-заочная

СОДЕРЖАНИЕ

	с.
1 Цель самостоятельной работы	4
2 Задачи самостоятельной работы	4
3 Трудоемкость самостоятельной работы	4
4 Формы самостоятельной работы	4
5 Структура самостоятельной работы	5
6 Учебно-методическое и информационное обеспечение самостоятельной работы	9
6.1 Электронные учебные издания	9
6.2 Электронные образовательные ресурсы	10

1 Цель самостоятельной работы

Целью освоения дисциплины является формирование знаний и умений по выработке и внедрению эффективных решений в области национальной безопасности.

2 Задачи самостоятельной работы

Основными задачами самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Основы национальной безопасности» являются:

- закрепление, расширение и углубление знаний, умений и навыков студентов, полученных ими на аудиторных занятиях с преподавателем;
- ознакомление студентов с дополнительными материалами по изучаемой дисциплине;
- развитие познавательных способностей студентов;
- выработка умения поиска необходимого материала в различных источниках;
- воспитание в студентах самостоятельности, организованности, самодисциплины, творческой активности и инициативности в работе, упорства в достижении поставленной цели.
-

3 Трудоемкость самостоятельной работы

Трудоемкость самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Основы национальной безопасности» составляет 71,75 часа очно-заочная форма обучения.

4 Формы самостоятельной работы

По дисциплине «Основы национальной безопасности» предусмотрены следующие формы самостоятельной работы:

1. поиск необходимой литературы и электронных источников информации по изучаемой теме;
2. изучение рекомендуемой литературы и лекционного материала;
3. выполнение задания по теме практического занятия;
4. написание и оформление докладов;
5. подготовка презентаций;
6. самостоятельная подготовка заданий;
7. выполнение задания для самостоятельной работы по выбору;
8. подготовка к практическим занятиям.

5 Структура самостоятельной работы

Очно-заочная форма обучения

Изучаемая тема	Форма самостоятельной работы	Содержание самостоятельной работы	Трудоемкость, ч
<p>Значение и роль коммуникаций в повышении и маркетинговой активности хозяйствующих субъектов</p>	<p>Самостоятельное изучение дисциплины</p>	<p>Изучение основной и дополнительной учебной литературы, работа с интернет-ресурсами. Изучаемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Каково содержание термина «коммуникация» в различных науках? 2. Что понимается под маркетинговыми коммуникациями? 3. Каковы цели маркетинговых коммуникаций? 4. Какие виды маркетинговых коммуникаций Вам известны? Приведите примеры. 5. Охарактеризуйте элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. 6. Каковы сильные и слабые стороны отдельных элементов комплекса маркетинговых коммуникаций? 7. Какие факторы определяют структуру комплекса маркетинговых коммуникаций? 8. Какова значимость отдельных составляющих комплекса маркетинговых коммуникаций в зависимости от типа товара? 9. Элементы модели маркетинговых коммуникаций? 10. Опишите процесс маркетинговых коммуникаций. 	<p style="text-align: center;">6</p>
<p>Влияние коммуникационного комплекса на формирование спроса и стимулирование сбыта</p>	<p>Самостоятельное изучение дисциплины</p>	<p>Изучение основной и дополнительной учебной литературы, работа с интернет-ресурсами. Изучаемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. В чем заключается формирование спроса (ФОС). 2. Дайте характеристику контактов с покупателями целевого рынка. 3. Каких принципов следует придерживаться в ходе апробации мероприятий ФОССТИС. 4. Какую информацию должен получать покупатель перед выбором товара. 5. Систематизация задач ФОС. 6. Какая основная задача мероприятий ФОС. 7. Перечислите частые акции в системе ФОС при выведении товара на рынок. 8. Требования к каналам реализации ФОС. 9. Понятие фирменного стиля. 10. Характеристика мероприятий ФОС в 	<p style="text-align: center;">7,75</p>

		<p>зависимости от выбора товара.</p> <p>11. Что такое стимулирование сбыта.</p> <p>12. Когда реализация мероприятий по стимулированию сбыта может быть особенно продуктивной.</p> <p>13. Виды целей стимулирования покупательского спроса.</p> <p>14. Каналы распределения и их уровни.</p> <p>15. Классификация видов стимулирования.</p> <p>16. Назовите основные средства стимулирования сбыта.</p>	
Значение и роль личных продаж (прямого маркетинга) в коммуникационном комплексе	Самостоятельное изучение дисциплины	<p>Изучение основной и дополнительной учебной литературы, работа с интернет-ресурсами.</p> <p>Изучаемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое личная продажа. 2. Почему личную продажу называют самым эффективным средством. 3. Является ли личная продажа самым дорогим средством стимулирования. 4. Перечислите этапы процесса личных продаж. 5. Назовите алгоритмы принятия решений по личным продажам. 6. Что такое коммивояжерские циклы. 7. Как совершенствуются технологии личных продаж. 	8
Связи с общественностью (PR) – эффективный коммуникационный инструмент	Самостоятельное изучение дисциплины	<p>Изучение основной и дополнительной учебной литературы, работа с интернет-ресурсами.</p> <p>Изучаемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое PR-технологии. 2. Внешние и внутренние коммуникации. 3. С какими коммуникационными дисциплинами соотносится PR 4. Какие средства воздействия относятся к числу политических. 5. Что такое паблисити. 6. Какие цели должны быть достигнуты при организации PR. 7. Какие мероприятия относятся к PR. 8. В чем заключается особая роль связей с общественностью. 	8
Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	Самостоятельное изучение дисциплины	<p>Изучение основной и дополнительной учебной литературы, работа с интернет-ресурсами.</p> <p>Изучаемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Дайте определение рекламы. 2. Назовите самый эффективный прием современной рекламы. 3. Что такое бренд. 4. Классификация рекламы по нескольким признакам. 5. Что относится к основным характеристикам рекламы. 	8

		<ol style="list-style-type: none"> 6. Функции рекламы в процессе маркетинга. 7. Алгоритмы разработки рекламной компании. 8. Как можно представить целевую направленность рекламных обращений. 9. Систематизация показателей при выборе канала сообщения. 10. Назовите основные методы при формировании бюджета рекламной компании. 11. Что необходимо учитывать при оценке эффективности рекламы. 12. Проведите сравнительный анализ основных средств рекламы. 13. Какие функции выполняет заголовок, как элемент рекламного текста. 14. Упаковка товара как важнейший инструмент в борьбе за потребителя. 15. В чем заключается основная роль рекламной упаковки. 	
<p>Планирование и контроль, оценка экономической эффективности рекламных мероприятий в системе коммуникационного комплекса</p>	<p>Самостоятельное изучение дисциплины</p>	<p>Изучение основной и дополнительной учебной литературы, работа с интернет-ресурсами. Изучаемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. В чем заключается метод следования за лидером. 2. Какова схема планирования ФОСТИС и какие действия она включает. 3. Перечислите 5 типов клиентских рынков. 4. Жизненный цикл товара и его значимость, влияние на эффективность коммуникационной политики. 5. Какие методы используются для расчета бюджета. 6. С какой целью проводится анализ эффективности системы коммуникаций 7. Какие методы проводятся для оценки эффективности рекламы. 8. Приведите формулу расчета эффективности рекламы. 9. Как рассчитать дополнительный товарооборот при эффективности рекламы. 10. По какой формуле рассчитывается экономический эффект рекламирования. 11. По какой формуле определяется рентабельность рекламы. 	<p>14</p>

<p>Роль коммуникационного комплекса в формировании конкурентного потенциала хозяйствующего субъекта</p>	<p>Самостоятельное изучение дисциплины</p>	<p>Изучение основной и дополнительной учебной литературы, работа с интернет-ресурсами. Изучаемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое стратегический маркетинг и его значение для фирмы. 2. Операционный ли тактический маркетинг. 3. В чем заключается взаимодействие конкурентоспособности хозяйствующего субъекта и его коммуникационной активности. 4. Дайте определение хозяйствующего субъекта. 5. Что такое конкурентный потенциал. 6. Назовите 2 варианта обеспечения конкурентоспособности продукта. 7. В чем заключается технологии проектирования упаковки товара. 8. Какие 2 основных направления включают PR мероприятия. 9. Основные цели правильно организованной работы со СМИ. 10. Какие объекты необходимо использовать для обеспечения эффективного продвижения товара. 11. Стимулирование сбыта в местах торговли. 	<p>12</p>
<p>Разработка программы развития маркетинговых коммуникаций хозяйствующего субъекта</p>	<p>Самостоятельное изучение дисциплины</p>	<p>Изучение основной и дополнительной учебной литературы, работа с интернет-ресурсами. Изучаемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое стратегический маркетинг и его значение для фирмы. 2. Операционный ли тактический маркетинг. 3. В чем заключается взаимодействие конкурентоспособности хозяйствующего субъекта и его коммуникационной активности. 4. Дайте определение хозяйствующего субъекта. 5. Что такое конкурентный потенциал. 6. Назовите 2 варианта обеспечения конкурентоспособности продукта. 7. В чем заключается технологии проектирования упаковки товара. 8. Какие 2 основных направления включают PR мероприятия. 9. Основные цели правильно организованной работы со СМИ. 10. Какие объекты необходимо использовать для обеспечения эффективного продвижения товара. 11. Стимулирование сбыта в местах торговли. 	<p>8</p>
<p>Реклама в системе</p>	<p>Самостоятельное изучение</p>	<p>Изучение основной и дополнительной учебной литературы, работа с интернет-ресурсами.</p>	<p>6</p>

маркетинг овых коммуника ций	дисциплины	<p>Изучаемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Каково действие механизма стимулирования товарного продвижения на базе активизации маркетинговых коммуникаций. 2. Что включает механизм взаимодействия рекламы и стимулирования сбыта. 3. Какова доля рекламы и стимулирования сбыта в структуре маркетинговых затрат. 4. Перечислите внешние и внутренние факторы, влияющие на развитие элементов коммуникационного комплекса. 5. Какие последовательные этапы включает разработка коммуникационной программы. 6. Что необходимо сделать, прежде чем приступить к формированию стимулирующего комплекса хозяйствующему субъекту. 7. Какой отдел регулирует деятельность большинства предприятий в сфере маркетинговых коммуникаций. 8. Что относится к основным задачам отдела. 9. Как выглядит структура отдела маркетинга и стратегического развития. 10. Каковы функциональные обязанности сотрудников отдела маркетинга. 11. Как выглядят структуры распределения рабочего времени специалистов отдела маркетинга. 	
---------------------------------------	------------	--	--

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение самостоятельной работы

6.1 Электронные учебные издания:

1. Невоструев, П. Ю. Маркетинговые коммуникации: учебно-практическое пособие / П. Ю. Невоструев. – Москва : Евразийский открытый институт, 2011. – 199 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93160>. – ISBN 978-5-374-00297-3. – Текст : электронный.
2. Лужнова, Н. В. Маркетинговые коммуникации: учебное пособие / Н. В. Лужнова ; Оренбургский государственный университет. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2016. – 141 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481768>. – ISBN 978-5-7410-1643-5. – Текст : электронный.
3. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синаев ; под ред. И. М. Синяевой. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 505 с. : табл., схем. – (Magister). – Режим доступа: по подписке. –

URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685454>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-02309-0. – Текст : электронный.

6.2 Электронные образовательные ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «ЛАНЬ». URL: <https://e.lanbook.com>
2. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн». URL: <http://biblioclub.ru>
3. СПС «Консультант +».