

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт «Высшая школа государственного управления»

УТВЕРЖДЕНА
Ученым советом РАНХиГС
Протокол от «26» декабря 2023 г. № 23

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
повышения квалификации**

**«Сила разума. Развитие мышления и навыков принятия
управленческих решений»**

(наименование программы)

Москва, 2023

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте
Российской Федерации**

Институт «Высшая школа государственного управления»

ВЫПИСКА ИЗ ПРОТОКОЛА
заседания Учёного совета

от 28 ноября 2023 г.

№ 07

Москва

По пункту 1 повестки дня

Председателя – Колесников Алексей Маркович

Ученый секретарь – Готовщикова Наталья Эдуардовна

Присутствовали: 10 чел.

Повестка дня. Об утверждении программы повышения квалификации на год.

СЛУШАЛИ: Кондратенко О.И., заместителя директора Института ВШГУ РАНХиГС. На обсуждение представлена программа повышения квалификации:

№ п/п	Наименование программы	Форма обучения	Общая трудоемкость программы, час.
1.	Сила разума. Развитие мышления и навыков принятия управленческих решений	очная с применением ДОТ	36

Постановили:

Рекомендовать к утверждению Ученым Советом Академии представленную дополнительную профессиональную программу повышения квалификации.

Председатель
Ученого совета Института ВШГУ РАНХиГС

А.М. Колесников

Секретарь
Ученого совета Института ВШГУ РАНХиГС

Н.Э. Готовщикова

Разработчики:

Заместитель директора
Института ВШГУ РАНХиГС



О.И. Кондратенко

Эксперт центра
«Школа андрагогики
и образовательного дизайна»
Института ВШГУ РАНХиГС



Т.Г. Богатырева

Руководитель программы:

Заместитель директора
Института ВШГУ РАНХиГС



О.И. Кондратенко

**Руководитель
структурного подразделения:**

Директор
Института ВШГУ РАНХиГС



А.М. Колесников

Дополнительная профессиональная программа рассмотрена на заседании Ученого совета
Института ВШГУ «28» ноября 2023 г., протокол № 07.

ВНЕШНЯЯ РЕЦЕНЗИЯ

на дополнительную профессиональную программу повышения квалификации «Сила разума. Развитие мышления и навыков принятия управленческих решений»

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Сила разума. Развитие мышления и навыков принятия управленческих решений» разработана для федеральных государственных гражданских и муниципальных служащих и иных лиц с целью повышения их профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации и формирования системных знаний, умений и навыков по принятию обоснованных и эффективных управленческих решений.

Содержание дополнительной профессиональной программы и отдельных ее компонентов направлено на достижение целей программы, планируемых результатов ее освоения и учитывает профессиональные стандарты, квалификационные требования, указанные в квалификационных справочниках по соответствующим должностям, профессиям и специальностям, а также квалификационные требования к профессиональным знаниям и навыкам, необходимым для исполнения должностных обязанностей, которые устанавливаются в соответствии с федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации.

Основными нормативно-правовыми документами для разработки образовательной программы стали:

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
2. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
3. Приказ РАНХиГС от 22 сентября 2017 г. № 01-6230 «Об утверждении Положения о применении в Академии электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;
4. Приказ РАНХиГС от 19 апреля 2019 г. № 02-461 «Об утверждении локальных нормативных актов РАНХиГС по дополнительному профессиональному образованию»;
5. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению 38.04.04 Государственное и муниципальное управление (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 13 августа 2020 г. № 1000);

6. Профессиональный стандарт «Специалист по управлению рисками», утвержденный приказом Минтруда России от 30.08.2018 № 564н.

Содержание программы четко структурировано по видам учебных занятий с указанием их объемов. При этом расчет времени в программе соответствует объему часов, отведенному на изучение дисциплины по учебному плану. Подробно определено учебно-методическое и информационное обеспечение программы, перечень основной литературы, справочные системы (информационные технологии, программное обеспечение).

Реализация программы обеспечивается специалистами-практиками и научно-педагогическими кадрами, имеющими образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, специальную подготовку по использованию ДОТ в учебном процессе, систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью, имеющими ученую степень или опыт деятельности в соответствующей профессиональной области, а также владеющие навыками интерактивной работы.

Общая трудоемкость программы составляет 36 академических часов и предполагает очную форму обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

По результатам обучения выдается удостоверение о повышении квалификации федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

Представленная программа полностью соответствует современным требованиям и рекомендуется к реализации.

Рецензент



Каган Михаил Моисеевич,
Генеральный директор
АО «ИнтерМедиаКом»

ВНУТРЕННЯЯ РЕЦЕНЗИЯ

на дополнительную профессиональную программу повышения квалификации
«Сила разума. Развитие мышления и навыков принятия управленческих решений»

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Сила разума. Развитие мышления и навыков принятия управленческих решений» разработана в соответствии с требованиями Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» и приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».

Программа построена с учетом квалификационных требований к профессиональным знаниям и навыкам, необходимыми для исполнения обучающимися должностных обязанностей, и ориентирована на современные образовательные технологии и средства обучения.

Обучение по программе направлено на повышение профессионального уровня федеральных государственных гражданских и муниципальных служащих в рамках имеющейся квалификации в целях совершенствования их знаний, умений, практических навыков и компетенций по принятию управленческих решений в профессиональной деятельности.

Структура дополнительной профессиональной программы включает цель, планируемые результаты обучения, учебный план, календарный учебный график, организационно-педагогические условия, оценочные материалы, форму проведения итоговой аттестации и иные компоненты. Учебный план дополнительной профессиональной программы определяет перечень, трудоемкость, последовательность и распределение учебных дисциплин, формы аттестации и иных видов учебной деятельности обучающихся.

Форма обучения по программе – очная с применением дистанционных образовательных технологий. Общая трудоемкость программы составляет 36 академических часов.

Планируемыми результатами обучения по дополнительной профессиональной программе повышения квалификации являются совершенствование:

— общепрофессиональных компетенций, касающихся организационно-управленческой деятельности, а именно - способность организовывать внутренние и межведомственные коммуникации, взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации;

— профессионально-специализированных компетенций по внедрению интегрированной системы управления рисками и эксплуатации интегрированной системы управления рисками;

— профессионально-личных компетенций по умению управлять изменениями.

Слушателям, успешно прошедшим обучение, выдается удостоверение о повышении квалификации Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Сила разума. Развитие мышления и навыков принятия управленческих решений» соответствует требованиям, предъявляемым к программам повышения квалификации и рекомендуется к реализации.

Рецензент



Кувшинов А.И.,
директор центра
управления проектами
института ВШГУ РАНХиГС

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика программы	4
1.1. Цель реализации	4
1.2. Нормативно-правовая база	4
1.3. Планируемые результаты обучения	5
1.4. Категория слушателей	6
1.5. Формы обучения и сроки освоения	6
1.6. Период обучения и режим занятий	6
1.7. Документ о квалификации	6
2. Содержание программы	7
2.1. Календарный учебный график	7
2.2. Учебный план	8
2.3. Содержание программы по темам	9
3. Организационно-педагогические условия реализации программы	10
3.1. Кадровое обеспечение	10
3.2. Материально-техническое и программное обеспечение реализации программы	14
3.3. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы	14
4. Оценка качества освоения программы	23
4.1. Формы и объем итоговой аттестации	23

Приложение № 1. Рецензии (внутренняя и внешняя)

1. Общая характеристика программы

1.1. Цель реализации

Целью программы является формирование у слушателей системы знаний, умений и навыков, обеспечивающих принятие ими обоснованных, эффективных управленческих решений.

1.2. Нормативно-правовая база

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации разработана на основании следующих нормативных документов:

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 04.08.2023) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2023)»;
2. Приказ Минобрнауки России от 01.07.2013 № 499 (ред. от 15.11.2013) «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам» (зарегистрировано в Минюсте России 20.08.2013 № 29444);
3. Приказ РАНХиГС от 22 сентября 2017 г. № 01-6230 «Об утверждении Положения о применении в Академии электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;
4. Профессиональный стандарт «Специалист по управлению рисками», утвержденный приказом Минтруда России от 30.08.2018 № 564н (трудовая функция С/02.7);
5. Приказ РАНХиГС от 19 апреля 2019 г. № 02-461 «Об утверждении локальных нормативных актов РАНХиГС по дополнительному профессиональному образованию»;
6. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление, утвержденный приказом Минобрнауки России от 13.08.2020 № 1000 (зарегистрировано в Минюсте России 28.08.2020 № 59530);
7. Приказ РАНХиГС от 13 августа 2021 г. № 02-835 «Об утверждении Положения о порядке разработки и утверждения в РАНХиГС дополнительных профессиональных программ - программ профессиональной переподготовки, программ повышения квалификации)»;
8. Постановление Правительства РФ от 11.10.2023 № 1678 «Об утверждении Правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ» (начало действия документа - 01.09.2024, за исключением отдельных положений);
9. Методический инструментарий по установлению квалификационных требований для замещения должностей государственной гражданской службы (версия 4.0). <http://rosmintrud.ru/ministry/programms/gossluzhba/16/1>
При формировании образовательной программы учтены:
10. Методические рекомендации по разработке основных профессиональных образовательных программ и дополнительных профессиональных программ с учетом соответствующих профессиональных стандартов (утв. Минобрнауки России 22.01.2015 № ДЛ-1/05вн);
11. Методические рекомендации-разъяснения по разработке дополнительных профессиональных программ на основе профессиональных стандартов (утв. Минобрнауки России 22.04.2015 № ВК-1032/06);

12. Методические рекомендации по использованию электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации дополнительных профессиональных образовательных программ Министерства образования и науки Российской Федерации от 10.04.2014 № 06-381

1. Нормативные документы, определяющие требования к выпускнику программы:

✓ «Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 04.08.2023, с изм. от 24.10.2023) (с изм. и доп., вступ. В силу с 01.09.2023);

✓ ОКВЭД 2 - Общероссийский классификатор видов экономической деятельности; ОК 029-2014 (КДЕС Ред.2), утвержденный приказом Росстандарта от 31.01.2014 № 14ст (ред. от 22.09.2023);

✓ Единый справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих, установленный постановлением Правительства РФ 31.10.2002 № 787 (с изм. и доп. от 20.12.2003г.);

1.3. Планируемые результаты обучения

Таблица 1.3.1

Планируемые результаты обучения

Виды деятельности	Общепрофессиональные, профессионально-специализированные компетенции или трудовые функции (ОПК, ПСК, ПЛК) (формируются и (или) совершенствуются)	Знания	Умения	Практический опыт
ВД 1. Организационно-управленческая деятельность	ОПК-8 ¹ . Способен организовывать внутренние и межведомственные коммуникации, взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.	<i>Знать:</i> основы профессиональных деловых коммуникаций; групповые коммуникации; технологии коммуникативного воздействия во время публичных выступлений; условия, принципы, механизмы взаимодействия органов власти и гражданского общества.	<i>Уметь:</i> анализировать коммуникационные процессы в подразделении и разрабатывать предложения по повышению их эффективности, последовательно и логично излагать свою позицию в необходимых для собеседника форме и объеме, добиваться результатов в процессе коммуникации	<i>Владеть:</i> навыками публичных выступлений, владение стратегией взаимодействия в общении, владение навыками принятия управленческих решений

ВД 4. Построение интегрированной системы управления рисками	ПСК-1 ² - внедрение интегрированной системы управления рисками	<i>Знать:</i> принципы внедрения процесса управления рисками	<i>Уметь:</i> интегрировать процесс управления рисками в существующую систему управления	<i>Владеть:</i> навыками организации процесса внедрения стандартов, политик, процедур и методов управления рисками
ВД 5. Гибкость и готовность к изменениям	ПЛК-1 ³ – умение управлять изменениями	<i>Поведенческие индикаторы:</i> • Предлагает новые способы действия, повышающие эффективность исполнения должностных обязанностей. • Рассматривает идеи и предложения других по повышению эффективности исполнения должностных обязанностей и реализует их. • Разъясняет другим необходимость изменений. • В короткие сроки переключается с выполнения одной задачи на другую. • Не снижает качества работы при необходимости выполнять несколько задач. • Быстро изменяет подход к решению проблем, переходя от выполнения одной задачи к другой, и наоборот.		

1.4. Категория слушателей

Категория слушателей: федеральные государственные гражданские служащие, муниципальные служащие и иные лица.

Требования к поступающим: высшее образование (бакалавриат, магистратура, специалитет).

1.5. Формы обучения и сроки освоения

Форма обучения - очная с применением ДОТ. Общая трудоемкость программы: 36 академических часов, из них 22 академических часа контактной работы со слушателями.

1.6. Период обучения и режим занятий

Период обучения - 6 дней, включая субботу и воскресенье.

Режим занятий – по 2-10 академических часов в день.

1.7. Документ о квалификации

Удостоверение о повышении квалификации федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

2. Содержание программы

2.1. Календарный учебный график

Таблица 2.1.1

Календарный учебный график

Период обучения – 6 дней					
1 день	2 день	3 день	4 день	5 день	6 день
УЗ	УЗ	УЗ	СР ДОТ	СР ДОТ	ИА ДОТ

Календарный учебный график выполнен с помощью условных обозначений:

УЗ - учебные занятия.

СР ДОТ- самостоятельная работа с применением ДОТ.

ИА ДОТ- итоговая аттестация с применением ДОТ.

2.2. Учебный план

Таблица 2.2.1

Учебный план

№ п/п	Наименование темы	Общая трудоемкость, час	Контактная работа, час.				Самостоятельная работа, час	Контактная работа с применением дистанционных образовательных технологий, электронного обучения, час.				Самостоятельная работа, час	Самостоятельная работа	Текущий контроль успеваемости	Промежуточная аттестация	Итоговая аттестация	Код компетенции		
			Всего	В том числе				Всего	В том числе										
				Лекции / в интерактивной форме	Лабораторные занятия (практикум) / в интерактивной форме	Практические (семинарские) занятия / в интерактивной форме			Контактная самостоятельная работа	Лекции / в интерактивной форме	Лабораторные занятия (практикум) / в интерактивной форме							Практические (семинарские) занятия / в интерактивной форме	Контактная самостоятельная работа
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1.	О формировании управленческого мышления и компетенций в управлении человеческими ресурсами	4	2	2										2					ОПК-8 ПСК-1 ПЛК-1
2.	Мозг человека: груз прошлого и грани будущего	4	2	2										2					ОПК-8 ПСК-1 ПЛК-1
3.	Чего хочет мозг: нейрофизиология потребностей	6	4			4								2					ОПК-8 ПСК-1 ПЛК-1
4.	Освобождение природного голоса и влияние словом	4	2			2								2					ОПК-8 ПСК-1 ПЛК-1
5.	Управление изменениями	6	4	4										2					ОПК-8 ПСК-1 ПЛК-1
6.	Построение личного бренда	8	4			4								4					ОПК-8 ПСК-1 ПЛК-1
7.	Спортивный трек	2	2			2													ОПК-8 ПСК-1 ПЛК-1
	ВСЕГО:	34	20	8		12								14					
	Итоговая аттестация:	2																2/3	
	Всего:	36	20	8		12								14				2	

2.3. Содержание программы по темам

Таблица 2.3.1

Содержание программы

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	О формировании управленческого мышления и компетенций в управлении человеческими ресурсами	Типы мышления руководителя. Системное мышление. Модель системного подхода. Особенности системного подхода при принятии решений. Характеристика сложных систем. Компетенции системного мышления. Умение достраивать картину мира в условиях дефицита информации. Вариативность мышления. Особенности формирования управленческого мышления и компетенций в управлении человеческими ресурсами
2.	Мозг человека: груз прошлого и грани будущего	Способности человеческого мозга. Нейроны. Как работает мозг? Миф о работе мозга. Человек прошлого и человека будущего. Нейрофизиология. Задачи нейрофизиологии. Вклад ученых в нейрофизиологию.
3.	Чего хочет мозг: нейрофизиология потребностей	
4.	Освобождение природного голоса и влияние словом	Голос – важнейший элемент коммуникации. Как работает голос. Процесс освобождения. Развитие процесса освобождения. Восприимчивость и сила. Связующее звено к тексту и игре на сцене.
5.	Управление изменениями	Что такое модели управления изменениями? Модель управления изменениями Левина. Модель Маккинси (McKinsey) 7-S. Теория Коттера. Теория подталкивания. Модель ADKAR в управлении изменениями. Модель перехода Бриджеса. Кривая изменений Кюблер-Росс. Модель управления изменениями Сатир. 3 уровня сопротивления и изменения. Модель Маурера. Модель 7-ми навыков Стивена Кови.
6.	Построение личного бренда	Построение личного бренда: 6 этапов, с которых все начинается. Персональный брендинг, личный бренд, self-marketing — пошаговый алгоритм создания.
7.	Спортивный трек	Спортивная мотивация: как найти главную составляющую успеха. Наличие примера и визуализация. Как реально оценивать свои возможности. Что влияет на потерю мотивации. От чего зависит результат.

3. Организационно-педагогические условия реализации программы

3.1. Кадровое обеспечение

Реализация программы обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, специальную подготовку по использованию ДОТ в учебном процессе, систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью, а также владеющие навыками интерактивной работы. Условием допуска к участию в Программе является наличие у преподавателя методических разработок, а также владение активными формами и методами обучения.

Все преподаватели имеют ученую степень или опыт деятельности в соответствующей профессиональной области.

Руководство Программы вместе с преподавателями поддерживают высокий квалификационный уровень ППС за счет регулярного повышения квалификации преподавателей, содействие в их участии в конференциях и методических семинарах, обеспечивает привлечение ППС для работы в органах власти в качестве экспертов (при разработке региональных программ и проектов, в кадровых комиссиях).

К преподаванию привлекаются представители органов государственной власти, ведущих компаний негосударственного сектора экономики.

Таблица 3.1.1

Сведения о профессорско-преподавательском составе

Ф.И.О. преподавателя	Специальность, присвоенная квалификация по диплому	Дополнительная квалификация	Место работы, должность/дополнительное место работы	Ученая степень, ученое (почетное) звание	Стаж работы в области профессиональной деятельности/дополнительной квалификации	Стаж научно-педагогической работы		Наименование преподаваемой темы
						Всего	В том числе по преподаваемой дисциплине (модулю)	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Дробышевский Станислав Владимирович	Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова. Квалификация антрополог по специальности "Антропология", 2000 г.	-	Доцент кафедры антропологии МГУ имени М.В. Ломоносова, научный редактор научно-просветительского	кандидат биологических наук, доцент	-	19	-	Тема 2. Мозг человека: груз прошлого и грани будущего

[illegible]

Куртов Алексей Анатольевич	Томский государственный университет, радиофизика; Санкт- Петербургский государственный университет, психология	-	Президент Российской ассоциации политических консультантов (РАПК), Председатель совета директоров агентства «ИнтерМедиаКом», тренер международной сети «Coverdale», преподаватель Института коммуникационног о менеджмента НИУ ВШЭ, Стокгольмской школы экономики, корпоративного Сберуниверситета	-	38	11	11	Тема 6. Построение личного бренда
Курилов Алексей Анатольевич	1989 г., Московский ордена Ленина и ордена трудового Красного знамени государственный педагогический институт им. В.И. Ленина, специальность иностранные языки, квалификация учитель английского и немецкого языков	-	<i>Почасовая оплата</i> Тренер по голосу и публичным выступлениям <i>Дополнительное место работы – договор ГПХ</i>	-	23	-	-	Тема 4. Освобождение природного голоса и влияние словом

Соловьев Владимир Александрович	МГИМО., специализация – международные экономические отношения, 1997 г Международные тренинговые сертификации в Германии и Великобритании	-	Основатель и Управляющий партнёр Группы компаний EVERYSCO, Член Совета по профессиональн ым квалификациям в области управления персоналом при Президенте РФ, тренер Дополнительное место работы - почасовая оплата труда	-	23	20	20	Тема 5. Управление изменениями
Соловьев Сергей Павлович	2013, Владимирский государственный университет, физическая культура, педагог по физической культуре	-	Учредитель ООО «КУЛ» <i>Безвозмездно</i>	-	0	0	0	Тема 7. Спортивный трек

3.2. Материально-техническое и программное обеспечение реализации программы

РАНХиГС располагает необходимой материально-технической базой, обеспечивающей проведение программы повышения квалификации и итоговой аттестации, предусмотренной учебным планом и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам. Реализуемая программа повышения квалификации обеспечена всеми необходимыми материально-техническими ресурсами. Занятия по программе проводятся в помещениях, оснащенных для проведения лекционных занятий и тренингов. При проведении лекционных и практических занятий, итоговой аттестации используется мультимедийное оборудование.

Дополнительная профессиональная программа по повышению квалификации реализуется на основе современных инновационных образовательных технологий и средств обучения, активных методов ведения занятий.

Для обеспечения обучения слушателей по программе имеется следующая материально-техническая база:

- лекционные аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет;
- помещения для проведения практических занятий, оборудованными учебной мебелью;
- библиотека, имеющую рабочие места для слушателей, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет;
- компьютерные классы.

Во время обучения слушатели имеют доступ к библиотечному фонду с необходимым количеством учебной, методической литературы и другой печатной продукции, для самостоятельной работы, а также к автоматизированным системам хранения и поиска информации, национальным и международным информационным ресурсам, обеспечиваются методическими, информационными, аналитическими материалами согласно учебному плану обучения.

Программное обеспечение: лицензионные системные программы - операционные системы (Windows, Acrobat Reader, иные), обеспечивающие взаимодействие всех других программ с оборудованием и взаимодействие пользователя персонального компьютера с программами; универсальные офисные прикладные программы и средства ИКТ, например, программа подготовки презентаций; использование Интернет, электронной почты; использование автоматизированных поисковых систем Интернет (например, Google).

Слушатели получают методическую поддержку в процессе обучения и по завершении обучения, в т.ч. имеют возможность получать консультации по электронной почте у преподавателей, принимающих участие в обучении.

Реализация программы в дистанционном режиме осуществляется, в том числе через Систему дистанционного обучения (СДО) WebTutor. Слушателям предоставляется авторизованный доступ на информационно-образовательный портал ВШГУ через ввод логина и пароля. Логин и пароль присваивается администратором системы дистанционного обучения.

3.3. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

Самостоятельная работа

Слушатели самостоятельно изучают материалы и электронные курсы, размещенные на платформе new.portal.gosedu.ru.

Примерные вопросы для самостоятельной подготовки:

1. Как называются лица, в интересах которых разрабатываются управленческие решения?
2. На какие виды делятся управленческие решения в зависимости от источника воздействия?
3. Как называются лица, разрабатывающие управленческие решения?
4. Как называются лица – исполнители решений?

5. Как называются лица, которые оценивают управленческие решения?
6. Как называются лица, которые участвуют в разработке решений на постоянной или временной основе?
7. Что включает информационная часть любого управленческого решения?
8. Как называются лица, наделенные правом инициировать управленческие решения?
9. Поясните свойство ответственности управленческих решений.
10. На какие виды делятся управленческие решения в зависимости от уровня управления?
11. Укажите сферы деятельности, на которые направлены управленческие решения.
12. Какие основные характеристики личности ЛПР, влияющие на выбор альтернативы принятия решения.
13. В чем особенности процессов индивидуального и группового принятия решения.
14. В чем заключается роль руководителя организации в процессе разработки и принятия управленческого решения.

Пример практического задания

Практическое задание

Выполните тест по теме «Позиционирование бренда»

1. Бренд в переводе с латинского означает:

- а. **клеймо;**
- б. узнавание;
- в. знак;
- г. удача.

2. Название бренда должно быть:

- а. длинным;
- б. сложным;
- в. **легко произносимым;**
- г. обыденным.

3. Бренд и товарный знак:

- а. Не связаны;
- б. Идентичные понятия;
- в. Любой бренд является торговой маркой
- г. Любая торговая марка является брендом

4. Пример названий «Нескафе, Несквик, Нести» относится к:

- а. Стратегии одной марки;
- б. Стратегии одного корня;
- в. Стратегии индивидуальных марок;
- г. Стратегии зонтичного бренда.

5. Использование компанией «Mars» названий Сникерс, Баунти, Педигри, Вискас и т. д. относится к

- а. Стратегии одной марки;
- б. Стратегии одного корня;
- в. Стратегии индивидуальных марок;

г. Стратегии зонтичного бренда.

6. При позиционировании бренда позиция бренда должна быть ориентирована на:

а. Поставщика

б. **Потребителя**

в. Конкурента

г. Государство.

7. Расширение бренда – это:

а. Выпуск новых видов продукции под известной торговой маркой;

б. Выпуск новых марок продукции одной компанией;

в. Выпуск новых видов продукции под разными известными;

г. Нет правильного ответа.

8. Центровая форма позиционирования означает:

а. Позиционирование бренда путем указания определенного места в товарной категории;

б. Позиционирование бренда как ориентир на определенный сегмент потребителей;

в. Позиционирование бренда на основе его ценности в сознании потребителей;

г. Позиционирование бренда, как лучшего представителя

9. Дифференцированная форма позиционирования означает:

а. Позиционирование бренда путем указания определенного места в товарной категории;

б. Позиционирование бренда как ориентир на определенный сегмент потребителей;

в. Позиционирование бренда на основе его ценности в сознании потребителей;

г. Позиционирование бренда, как лучшего представителя товарной категории.

10. Потребительская форма позиционирования означает:

а. Позиционирование бренда путем указания определенного места в товарной категории;

б. Позиционирование бренда как ориентир на определенный сегмент потребителей;

в. Позиционирование бренда на основе его ценности в сознании потребителей;

г. Позиционирование бренда, как лучшего представителя товарной категории.

11. Продуктовая форма позиционирования означает:

а. Позиционирование бренда путем указания определенного места в товарной категории;

б. Позиционирование бренда как ориентир на определенный сегмент потребителей;

в. Позиционирование бренда на основе его ценности в сознании потребителей;

г. Позиционирование бренда, как лучшего представителя товарной категории.

12. Слово, группа слов, которые могут быть произнесены – это:

а. Фирменный звук;

б. Фирменный знак;

в. Марочное название;

г. Слоган.

13. Символ, рисунок, или отличительный цвет или обозначение – это:

- а. Фирменный звук;
- б. Фирменный знак;
- в. Марочное название;
- г. Слоган.

14. Группа слов, отражающих ценность марки – это:

- а. Фирменный звук;
- б. Фирменный знак;
- в. Марочное название;
- г. Слоган.

15. Слоганы, включающие наименование продукта, называются:

- а. Связанными;
- б. Привязанными;
- в. Свободными;
- г. Нет правильного ответа.

16. Слоганы, которые ритмически и фонетически соотносятся с названием, называются:

- а. Связанными;
- б. Привязанными;
- в. Свободными;
- г. Нет правильного ответа.

17. Слоганы, которые независимы от названия, называются:

- а. Связанными;
- б. Привязанными;
- в. Свободными;
- г. Нет правильного ответа.

18. Такой слоган, как «Изменим жизнь к лучшему», является:

- а. Слоганом компании;
- б. Слоганом рекламной кампании;
- в. Слоганом, связанным с предложением определенного товара или услуги;
- г. Имиджевым слоганом.

19. Такой слоган, как «Выслушаем. Защитим. Найдем выход» является:

- а. Слоганом компании;
- б. Слоганом рекламной кампании;
- в. Слоганом, связанным с предложением определенного товара или услуги;
- г. Имиджевым слоганом.

20. Такой слоган, как «Новое поколение выбирает Pepsi» является:

- а. Слоганом компании;
- б. Слоганом рекламной кампании;
- в. Слоганом, связанным с предложением определенного товара или услуги;
- г. Имиджевым слоганом.

21. Такой слоган, как «Не дай себе засохнуть» является:

- а. Слоганом компании;
- б. Слоганом рекламной кампании;
- в. Слоганом, связанным с предложением определенного товара или услуги;
- г. Имиджевым слоганом.

22. Такой принцип построения товарного знака, как простота, означает, что

- а. Товарный знак не должен быть перегруженным;
- б. Товарный знак должен на себя обращать внимание, вызывать эмоции;
- в. Товарный знак не должен заставлять потребителей расшифровывать информацию;
- г. Товарный знак должен помогать потребителю идентифицировать торговую марку.

23. Такой принцип построения товарного знака, как запоминаемость, означает, что:

- а. Товарный знак не должен быть перегруженным;
- б. Товарный знак должен на себя обращать внимание, вызывать эмоции;
- в. Товарный знак не должен заставлять потребителей расшифровывать информацию;
- г. Товарный знак должен помогать потребителю идентифицировать торговую марку.

24. Такой принцип построения товарного знака, как читаемость, означает, что

- а. Товарный знак не должен быть перегруженным;
- б. Товарный знак должен на себя обращать внимание, вызывать эмоции;
- в. Товарный знак не должен заставлять потребителей расшифровывать информацию;
- г. Товарный знак должен помогать потребителю идентифицировать торговую марку.

25. Такой принцип построения товарного знака, как привлекательность, означает, что

- а. Товарный знак не должен быть перегруженным;
- б. Товарный знак должен на себя обращать внимание, вызывать эмоции;
- в. Товарный знак не должен заставлять потребителей расшифровывать информацию;
- г. Товарный знак должен помогать потребителю идентифицировать торговую марку.

26. Фейсинг – это:

- а. Полка на уровне взгляда покупателя;
- б. Единица продукта, выложенная на полке фронтально, лицевой стороной к покупателю;
- в. Одно наименование продукции с ее характеристиками в ассортиментном перечне производителя;
- г. Средство привлечения внимания покупателей к продукции на месте продажи продукции.

27. Создание «фокусного пункта» в мерчандайзинге означает:

- а. Основной товар должен быть распложен на фокусном пункте магазина - по центру со смещением направо;
- б. Основной товар должен быть распложен на фокусном пункте магазина - по центру со смещением влево;
- в. Основной товар должен быть распложен на фокусном пункте магазина - по центру со смещением вперед;
- г. Основной товар должен быть распложен на фокусном пункте магазина - по центру со смещением назад.

28. Диспансеры – это:

- а. **Этажерки, горки и карманы используются для размещения рекламно-печатной продукции;**
- б. Тумбы и специальные стойки используются для выставок, презентаций и дегустаций;
- в. Выставочные стенды;
- г. Фирменная емкость любого объема или подставка для товаров.

29. Использование имени бренда для нового товара, тесно связанного с существующим, который имеет общее назначение и идентичность, но другую выгоду для потребителя называется:

- а. Растяжение бренда;
- б. Расширение бренда;
- в. Франчайзинг;
- г. Нет правильного ответа.

30. Система коммерческих отношений, основанная на том, что владелец бренда за определённую плату предоставляет проверенную и успешную бизнес-идею, поддержку, обучение, снабжение, развитие, маркетинг, рекламу и т.д. всем желающим.

- а. Растяжение бренда;
- б. Расширение бренда;
- в. Франчайзинг;
- г. Нет правильного ответа.

Пример задания для самостоятельной работы:

Кейс-задача № 1.

Разработайте концепцию стратегии бренда - проанализируйте мотивацию потребительского поведения и определите основные характеристики обещаний бренда.

Концепция бренда содержит несколько элементов: миссию, название бренда, голос, слоган и визуальный стиль.

Примерная кейс-задача

Возьмем веганский бренд овсяного молока Oatly в качестве контрольного примера, чтобы проиллюстрировать каждый элемент построения концепции бренда и его индивидуальности.

Миссия

Еще до того, как разработать название и логотип, создайте короткую, лаконичную миссию или цель для своего бренда. Это даст возможность последовательно возвращаться к

разработке других элементов бренд-концепции. Здесь все должно быть по-настоящему и демонстрировать, насколько вы желанны.

Взять, к примеру, миссию Oatly:

«Чтобы людям было легко превратить то, что они едят и пьют, в моменты здоровой радости, без излишней нагрузки на ресурсы планеты».

Это просто и достоверно: сделать питьевое «молоко» проще, чем когда-либо. Но это также является желательным: возможность радоваться и сделать мир лучше.

Имя

Вы и сами понимаете, насколько важна ваша торговая марка. Очень важно выбрать запоминающееся название, которое будет достаточно оригинальным, чтобы выделиться, но не будет слишком двусмысленным. Начните с изучения конкуренции в вашей отрасли, чтобы увидеть, что делают другие.

Торговая марка Oatly — запоминающаяся и информативная. Она короткая и милая, но в то же время позволяет потребителям точно знать, из чего сделан их продукт (в данном случае — это овес).

Голос

Голос — это то, как индивидуальность вашего бренда оживает со словами, которые вы используете для общения с аудиторией. Та же Oatly выбирает игривое, остроумное и юное звучание, потому что их продукт в первую очередь предназначен для озабоченных экологией миллениалов.

Создайте руководство голосом вашего бренда, основанное как на миссии, так и на целевой аудитории, чтобы убедиться, что каждая точка вашего бренда остается неизменной. Развивая этот элемент — хорошо бы представить свой бренд как личность. Кто они? Чем они интересуются? Как они разговаривают?

Голосовой гид обычно состоит из:

- миссии
- основных ценностей
- личностных характеристик (например: юность, веселье, игривость)
- персонализации бренда (описание его как личности)
- примеров копирайтинга
- специфических словарных и грамматических правил

Используйте это руководство в качестве основы для всех внутренних и внешних коммуникаций.

Теглайн

Теглайн или слоган представляет собой заключенную в короткую фразу сущность вашего бренда. Его можно использовать в качестве сопровождения к логотипу или в рамках более широкой маркетинговой кампании. Написание слоганов становится проще, если вы четко понимаете свой голос.

Oatly использует слоган «Это похоже на молоко, но сделано для людей» в своей непринужденной и игривой манере, чтобы заставить людей остановиться и подумать о повседневном выборе, покупая себе еду.

Визуальный дизайн

После того, как все ваши слова на месте, пришло время для визуального образа. Прочитайте формулировку своей миссии, ценности и руководство голосом, и подумайте о том, как все эти идеи можно представить визуально, используя цвет, стиль и типографику.

Взгляните на это объявление от Oatly. Их логотип имеет органическую, почти зернистую текстуру, которая очень показательна и по-детски очаровательна. Заголовок «Вау, не корова!» использует уникальный, отрисованный вручную шрифт. Цветовая гамма упаковки

не только яркая, но и привлекательная. Вместе эти визуальные элементы имеют тот же тон, что и их голос: молодой, игривый и креативный.

Отличный способ начать разработку визуальной концепции бренда — это создать доску визуального дизайна на Pinterest, которая нравится вам, и дизайн, который, по вашему мнению, понравится и вашей целевой аудитории. Также рассмотрите дизайн ваших конкурентов и убедитесь, что вы выделяетесь на их фоне.

Прежде чем начать процесс брендинга, создайте концепцию вашего бренда!

Концепция бренда должна содержать все чувства, идеи и цели вашей компании. Протестируйте ее на сегменте вашей целевой аудитории, чтобы увидеть реакцию, а затем пересмотрите ее на основе отзывов.

Имея четкую концепцию, вы владеете жизненно важной основой для фактического запуска брендинга сайта, упаковки, рекламы и многого другого!

Давайте создадим что-нибудь крутое вместе!

Кейс-задача № 2.

Проанализируйте официальные сайты международных брендов и разработайте стратегию продвижения бренда в сети Интернет.

Нормативно-правовые документы:

- Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_2875/;
- Федеральный закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» (с изм. и доп. от 27.11.2023г.) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48601/;
- Федеральный закон от 2 марта 2007 г. № 25-ФЗ «О муниципальной службе в Российской Федерации» (с изм. и доп. от 10.07.2023г.) <https://base.garant.ru/12152272/>;
- Федеральный закон от 25.12.2008 № 273-ФЗ (с изм. и доп. от 10.07.2023г.) «О противодействии коррупции» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_340374/;
- Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» [https://login.consultant.ru/link/?req=doc&base=LAW&n=357927&demo=1](https://login.consultant.ru/link/?req=doc&base=LAW&n=357927&demo=1;);
- Указ Президента РФ от 21 февраля 2019 г. № 68 «О профессиональном развитии государственных гражданских служащих Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями от 26.06.2023г.) <https://base.garant.ru/72179524/>;
- Постановление Правительства РФ от 12.10.2017 № 1242 (в последней редакции) «О разработке, реализации и об оценке эффективности отдельных государственных программ Российской Федерации» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_350785/;
- Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2024 года (утв. Правительством РФ 29.09.2018) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_307872/

Основная литература:

- Спивак, В. А. Деловая этика: учебник и практикум для вузов / В. А. Спивак. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 463 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11895-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/book/delovaya-etika-511336/>;
- Ильина, Е. В. Лидерство: учебное пособие / Е. В. Ильина, А. Н. Афанасьева, А. И. Романова. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 124 с. — ISBN 978-5-4497-1382-7. —

- Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116447.html>;
- Мужичкая, Т. Измени жизнь, оставаясь собой: Личный ребрендинг / Т. Мужичкая, И. Белашева. — 3-е изд. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 252 с. — ISBN 978-5-9614-5311-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/82962.html>
 - Дзялошинский, И. М. Когнитивные процессы человека и искусственный интеллект в контексте цифровой цивилизации: монография / И. М. Дзялошинский. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 583 с. — ISBN 978-5-4497-1596-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119443.html>;
 - Ивантер, З. Продающие тексты в Instagram: как привлекать клиентов и развивать личный бренд на глобальной вечеринке / З. Ивантер. — Москва: Интеллектуальная Литература, 2021. — 168 с. — ISBN 978-5-907394-21-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/104286.html>;
 - Блинов, А. О. Управление изменениями: учебник для бакалавров / А. О. Блинов, Н. В. Угрюмова. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, 2020. — 304 с. — ISBN 978-5-394-03539-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111010.html>;
 - Когнитивное индивидуальное образовательное пространство: технологии изучения и построения стратегий конструирования / Д. Ю. Баланев, В. И. Кабрин, О. В. Лукьянов [и др.]; под редакцией О. М. Краснорядцевой. — Томск: Издательство Томского государственного университета, 2022. — 234 с. — ISBN 978-5-907442-78-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/125530.html>;
 - Ильина, Е. В. Лидерство: учебное пособие / Е. В. Ильина, А. Н. Афанасьева, А. И. Романова. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 124 с. — ISBN 978-5-4497-1382-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116447.html>;
 - Блинов, А. О. Управление изменениями [Электронный ресурс]: учебник / А. О. Блинов, Н. В. Угрюмова. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, 2018. — 304 с. — <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/85613.html>;
 - Технологии управления общественным мнением: учебное пособие / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова, О. В. Милаева [и др.]. — Москва: Инфра-Инженерия, 2019. — 240 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/86654.html>

Дополнительная литература:

- Дробо, Кевин Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности / Кевин Дробо ; перевод Ю. Орлова. — Москва: Альпина Бизнес Букс, 2019. — 292 с. — ISBN 5-9614-0109-X. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/82485.html>;
- Иванова, С. Личная эффективность на 100%: Сбросить балласт, найти себя, достичь цели / С. Иванова, Д. Болдогов. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 215 с. — ISBN 978-5-9614-1846-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/82841.html>;
- Кеннеди Г. Переговоры: полный курс / Кеннеди Гэвин; перевод Е. Виноградова; под редакцией Н. Нарциссовой. — 3-е изд. — Москва: Альпина Паблишер, 2019 // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/86760.html>;
- Байдаков, А. Н. Лидерство и командообразование: учебное пособие / А. Н. Байдаков, А. В. Назаренко, О. С. Звягинцева. — Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный

университет, 2019. — 132 с. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/109364.html>;

- Франц, В. А. Управление общественным мнением [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. А. Франц. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 136 с. — <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/66606.html>.

4. Оценка качества освоения программы

4.1. Формы и объем итоговой аттестации

По настоящей дополнительной профессиональной программе повышения квалификации итоговая аттестация предусматривается в форме зачета.

Вопросы для подготовки к итоговой аттестации:

1. Бренд-менеджмент как специфическая функция современного управления: методы и принципы управления брендами.
2. Брендинг в системе стратегического управления: основные стадии и этапы, их характеристика.
3. Современные тенденции брендинга: особенности развития брендов на мировом рынке.
4. Развитие брендинга в России: этапы и факторы, направления и тенденции.
5. Определения бренда. Соотношение понятий «бренд», «торговая марка», «товарный знак».
6. Классификация брендов: критерии классификации и виды брендов.
7. Преимущества и недостатки брендов для их владельцев и потребителей.
8. Идентификаторы бренда. Правовая защита идентификаторов бренда
9. Разработка имени бренда: основные принципы и методы.
10. Разработка визуальной идентичности бренда.
12. Тестирование элементов идентичности бренда на целевой аудитории.
13. Описание основных атрибутов бренда.
14. Создание анатомии бренда.
15. В чем заключается сущность бренда? Разработка сущности бренда.
16. Создание выгод бренда. Отношение бренда с потребителем.
17. Создание и разработка бренда от идеи до выхода на рынок.
18. Создание и построение модели бренда. Виды моделей «колеса бренда».
19. Создание концепции бренда и концепции продукта.
20. Концепция позиционирования. Формула позиционирования.
21. Позиционирование бренда: стратегии и виды, составляющие позиции бренда.
22. Принципы позиционирования брендов.
23. Методы измерения степени приверженности к бренду.
24. Изучение развития бренда на рынке: модели и методы экономического прогнозирования.
25. Создание архитектуры бренда.
26. Основные стратегии (уровни) брендинга. Корпоративные бренды. Дом брендов. Брендовый дом.
32. Разработка коммуникационной стратегии бренда.
33. Интегрированные бренд-коммуникации: понятие, принципы реализации.
34. PR-продвижение бренда
35. Рекламные коммуникации по продвижению бренда.
36. Мероприятия и коммуникации бренда: планирование и контроль.

38. Развитие имиджа бренда методами рекламы и PR: основные инструменты, их виды и особенности.
39. Оценка эффективности марочных коммуникаций при продвижении бренда
40. Активы бренда, их состав и структура.
41. Капитал бренда, основные источники и элементы марочного капитала.
42. Оценка стоимости брендов: основные методы и их характеристика.
43. Методология оценки стоимости бренда компании Interbrand
44. Методология оценки стоимости бренда компании Brand Finance.
45. Аудит бренда.
46. Понятие «ребрендинг», факторы репозиционирования и возможные направления ребрендинга. Управление временем и тайм-менеджмент

Таблица 4.1.1

Критерии оценки слушателей на итоговой аттестации

Оценка	Требования к знаниям
«зачтено»	Оценка «зачет» выставляется слушателю, если он усвоил программный материал, излагает его на зачете, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение. Допускаются неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при выполнении практических работ.
«не зачтено»	Оценка «незачет» выставляется слушателю, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, путается в ответах, показывает отрывочные знания, не отвечает или затрудняется отвечать на основные и дополнительные вопросы.

В результате освоения программы у слушателя сформированы следующие компетенции:

Таблица 4.1.2

Характеристика результатов освоения программы

Компетенция (код, содержание)	Индикаторы
ОПК-8 - способен организовывать внутренние и межведомственные коммуникации, взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.	• Осуществляет деловые коммуникации в профессиональной деятельности. • Владеет навыками развития мышления и принятия управленческих решений, проявляя силу разума.
ПСК-1 - внедрение интегрированной системы управления рисками	• Интегрирует процесс управления рисками в существующую систему управления

	• Организует процесс внедрения стандартов, политик, процедур и методов управления рисками
ПЛК-1 – умение управлять изменениями	• Предлагает новые способы действия, повышающие эффективность исполнения должностных обязанностей. • Рассматривает идеи и предложения других по повышению эффективности исполнения должностных обязанностей и реализует их. • Разъясняет другим необходимость изменений. • В короткие сроки переключается с выполнения одной задачи на другую. • Не снижает качества работы при необходимости выполнять несколько задач. • Быстро изменяет подход к решению проблем, переходя от выполнения одной задачи к другой, и наоборот