

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт управления, экономики и финансов  
Центр магистратуры



УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по образовательной деятельности КФУ  
Проф. Д.А. Таюрский

\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

*подписано электронно-цифровой подписью*

## **Программа дисциплины**

Маркетинговое управление предприятием

Направление подготовки: 38.04.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очно-заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
  - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
  - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Рольбина Е.С. (кафедра маркетинга, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), Elena.Rolbina@kpfu.ru

### 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-11	способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- сущность и основы организации клиентоориентированного бизнеса, обеспечивающего дополнительную ценность для потребителя;
- основы процессного управления предприятием, место и роль маркетинга в бизнес-процессах;
- методы управления маркетинговым потенциалом организации.

Должен уметь:

- встраивать маркетинговые процессы в бизнес-процессы организации;
- управлять клиентской базой предприятия;
- управлять маркетинговым потенциалом предприятия.

Должен владеть:

- методикой преобразования сбытовых сетей в дистрибьюторские сообщества;
- использованием виртуальной интеграции в целях формирования дополнительной экономической ценности для клиента;
- методикой расчета показателей эффективности использования маркетингового потенциала организации;
- методами анализа клиентской базы организации;
- методами управления маркетинговым потенциалом организации.

Должен демонстрировать способность и готовность:

формировать систему клиентоориентированного подхода в управлении предприятием, внедрять процессуальный подход в управлении предприятием, предполагающий создание дополнительной ценности для клиента, формировать структуры, адаптированные к требованиям рынка, управлять клиентской базой предприятия и маркетинговым потенциалом предприятия.

### 2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ОД.2 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 38.04.02 "Менеджмент (Маркетинг)" и относится к обязательным дисциплинам. Осваивается на 1 курсе в 1 семестре.

### 3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы) на 180 часа(ов).

Контактная работа - 48 часа(ов), в том числе лекции - 12 часа(ов), практические занятия - 36 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 96 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 36 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 1 семестре.

### 4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

#### 4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Сущность клиентоориентированного бизнеса Процессный подход к управлению предприятием	1	2	4	0	10
2.	Тема 2. Реструктуризация и интеграция предприятия на основе маркетингового управления	1	4	24	0	56
3.	Тема 3. Управление клиентской базой предприятия	1	4	6	0	20
4.	Тема 4. Управление маркетинговым потенциалом организации	1	2	2	0	10
	Итого		12	36	0	96

#### 4.2 Содержание дисциплины (модуля)

##### Тема 1. Сущность клиентоориентированного бизнеса Процессный подход к управлению предприятием

Предпосылки возникновения клиентоориентированного бизнеса. Этапы развития клиентоориентированного бизнеса: продуктовая ориентация, ориентация на потребителя, ориентация на всех потребителей, ориентация на маркетинг отношений, управление базой данных предприятия. Виды маркетинга с точки зрения взаимодействия с клиентами: ответственный, базовый, реактивный, проактивный, партнерство.

Покупательская решетка как основа построения отношений с клиентами: регулярно размещаемый заказ, измененный повторный заказ, ?новая задача?.

Сущность бизнес-процесса (БП), его роль в формировании клиентоориентированного бизнеса. Значение процессного подхода на различных стадиях жизненного цикла организации.

Признаки процессуального предприятия: равная приверженность БП и функциям, знание сотрудниками целей БП, понимание схемы БП, знание требований клиента и стремление их выполнить, сотрудничество, объективная и часто осуществляемая оценка параметров БП.

##### Тема 2. Реструктуризация и интеграция предприятия на основе маркетингового управления

Стратегические бизнес-единицы и ориентация на клиента. Предпосылки стирания границ внутри организации как основа проведения маркетингового анализа по стратегическим бизнес-единицам, по группам товаров, по рынкам и сегментам, по каналам сбыта, по клиентам.

Преобразование сбытовых сетей в дистрибьюторские сообщества в целях создания дополнительной потребительской ценности для клиентов.

Сущность виртуальной интеграции как средства устранения границ между производителями и создания дополнительной потребительской ценности для клиентов.

##### Тема 3. Управление клиентской базой предприятия

ABC-анализ клиентской базы по объемам продаж и прибыли, по рынкам и сегментам, по каналам сбыта.

Методы диагностики и оценки клиентской базы: метод оценки структуры и динамики портфеля покупателей, метод анализа концентрации продаж, метод анализа стадии взаимоотношений, метод оценки экономической эффективности взаимоотношений с клиентом, метод оценки потенциала взаимодействия, метод определения статуса клиента.

Организация управления клиентской базой ? организационная структура службы маркетинга, ориентированная на управление клиентской базой.

##### Тема 4. Управление маркетинговым потенциалом организации

Модель процесса управления маркетинговым потенциалом организации.

Иерархия и методика расчета показателей, характеризующих состояние маркетингового потенциала организации: коэффициента узнаваемости названия организации (бренда), коэффициента проникновения знаний о конкурентных преимуществах организации (брендов, товаров), коэффициента эффективности маркетинговых коммуникаций, коэффициента реализации потребительской способности, показателя эффективности использования маркетингового потенциала организации.

База показателей для оценки состояния и уровня использования маркетинговых ресурсов организации по видам ресурсов: маркетинговые материальные ресурсы, маркетинговые нематериальные ресурсы, маркетинговые технологии в области управления, маркетинговые технологии в области разработки и принятия маркетинговых решений.

#### **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

#### **6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)**

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

#### **7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

Бизнес-процессы ? основа эффективного управления предприятием - <http://www.u-b-s.ru/publikacii/biznes-processy.html>

Крутова Е.А. МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ - <http://www.nbene.narod.ru/market/fmarket8.htm>

М. Рыбаков Описание и оптимизация бизнес-процессов компании - [http://mrybakov.ru/business/strategy/strategy\\_consulting/business\\_processes\\_optimization/](http://mrybakov.ru/business/strategy/strategy_consulting/business_processes_optimization/)

Маркетинговое управление и управление маркетингом - <http://www.good-reklama.ru/osnovymarketinga/20.html>

Моделирование бизнес-процессов - <http://script-coding.com/bp.html>

## **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Для достижения вышеуказанного студент должен соблюдать следующие правила, позволяющие освоить дисциплину на высоком уровне:

1. Начало освоения курса должно быть связано с изучением всех компонентов Учебно-методического комплекса дисциплины с целью понимания его содержания и указаний, которые будут доведены до сведения студентов на первой лекции и первом семинарском занятии. Это связано с

- установлением сроков и контроля выполнения индивидуального задания каждым студентом,
- распределением заданий и сроков их представления,
- критериями оценки текущей работы студента (контрольных работ, работы на семинарских/практических занятиях)

Перед началом курса целесообразно ознакомиться со структурой дисциплины на основании программы, а так же с последовательностью изучения тем и их объемом. С целью оптимальной самоорганизации необходимо сопоставить эту информацию с графиком занятий и выявить наиболее затратные по времени и объему темы, чтобы заранее определить для себя периоды объемных заданий.

2. Каждая тема содержит лекционный материал, список литературы для самостоятельного изучения, вопросы и задания для подготовки к семинарским и/или практическим занятиям, а также материалы для самостоятельной работы. Необходимо заранее обеспечить себя этими материалами и литературой или доступом к ним.

3. Лекционный материал и указанные литературные источники по соответствующей теме необходимо изучить до посещения соответствующего лекционного занятия, так как лекция в аудитории предполагает раскрытие актуальных и проблемных вопросов рассматриваемой темы, а не содержания лекционного материала. Таким образом, для понимания того, что будет сказано на лекции, необходимо получить базовые знания по теме, которые содержатся в лекционном материале.

4. Практическое занятие по дисциплине является аудиторным занятием, в процессе которого преимущественно осуществляется отработка навыков использования программного обеспечения для решения маркетинговых задач, а также контроль знаний, полученных студентом самостоятельно. В связи с этим такое занятие начинается либо с выполнения практического задания, либо с контрольной работы, которая может проводиться по:

лекционному материалу темы,  
литературным источникам, указанным по данной теме  
заданиям для самостоятельной работы.

В связи с этим подготовка к практическому занятию заключается в том, чтобы до практического занятия :  
изучить лекционный материал и указанные по теме литературные источники  
выполнить задания для самостоятельной работы.

5. Заполнить таблицы по всем указанным в задании направлениям. Провести анализ отличий предприятий, ориентированных на рынок и на потребителя.

6. Подготовить презентацию, выбрав источник по номеру магистранта в списке группы.

7. Провести ABC-анализ по приведенным в задании данным, сформировать группы клиентов, предложить стратегию взаимодействия с выделенными группами клиентов.

8. Подготовить эссе по приведенным в задании темам, выбрав тему по номеру магистранта в списке группы.

9. В конце изучения каждой темы проводится оценка выполненной магистрантом индивидуальной работы, которая является средством промежуточного контроля оценки знаний.

10. Подготовка к экзамену(зачету) является заключительным этапом изучения дисциплины и является средством текущего контроля. В процессе подготовки к экзамену выявляются вопросы, по которым нет уверенности в ответе либо непонятно как выполняется практическое задание. Данные вопросы можно уточнить у преподавателя на консультации, которая проводится перед экзаменом.

#### **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

#### **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

Компьютерный класс.

Специализированная лаборатория.

#### **12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 38.04.02 "Менеджмент" и магистерской программе "Маркетинг".

Приложение 2  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.ОД.2 Маркетинговое управление предприятием

**Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Направление подготовки: 38.04.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очно-заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

**Основная литература:**

1. Управление маркетинговыми проектами на предприятии: Учебное пособие / С.А. Мамонтов, Н.М. Глебова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 174 с.: 60x90 1/16 + (Доп. мат. znanium.com). - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-009794-7, 400// <http://znanium.com/bookread2.php?book=457427>
2. Маркетинг для магистров: Учебник / Под общ. ред. И.М.Синяевой - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с.: 60x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-9558-0419-//<http://znanium.com/bookread2.php?book=501125>
3. Управление и организация маркетинговой деятельности: Учебное пособие / Т.Н. Жукова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 197 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-009400-7, 500 экз.// <http://znanium.com/bookread2.php?book=437963>

**Дополнительная литература:**

1. .Маркетинговое управление предприятием [Текст: электронный ресурс] : конспект лекций / М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. авт. образоват. учреждение высш. проф. образования 'Казан. (Приволж.) федер. ун-т', Ин-т упр. и территор. развития ; [авт.-сост.] Е. С. Рольбина .? Электронные данные (1 файл: 0,85 Мб) .? (Казань : Казанский федеральный университет, 2014) .? Загл. с экрана .? Для 1-го семестра .? Вых. дан. ориг. печ. изд.: Казань, 2014 .? Режим доступа: открытый .? .
2. Шаповалов, Владимир Александрович (канд. экон. наук, маркетинг) .  
Управление маркетингом и маркетинговый анализ : учебное пособие / В. А. Шаповалов .? Ростов-на-Дону : Феникс, 2008 .? 345 с. : ил. ; 21 .? (Высшее образование) .? Библиогр.: с. 337-340 (41 назв.)
3. Анализ отраслевых рынков: Учебник / Л.В. Рой, В.П. Третьяк. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 442 с.: 60x90 1/16. - (Учебники экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова). (п) // <http://znanium.com/bookread2.php?book=137163>



Приложение 3  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.ОД.2 Маркетинговое управление предприятием

**Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Направление подготовки: 38.04.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очно-заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.