

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г.ШУХОВА»**
(БГТУ им. В.Г. Шухова)

УТВЕРЖДАЮ
Директор института

« 20 » мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины (модуля)

Менеджмент и маркетинг

направление подготовки (специальность):

27.03.02 Управление качеством

Направленность программы (профиль, специализация):

Управление качеством

Квалификация

бакалавр

Форма обучения

очная

Институт энергетики, информационных технологий и управляющих систем

Кафедра Стандартизации и управления качеством

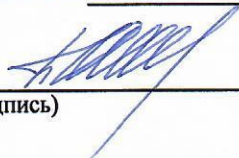
Рабочая программа составлена на основании требований:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки – 27.03.02 Управление качеством, утвержденного приказа Минобрнауки России от 31 июля 2020 г № 869
- учебного плана, утвержденного ученым советом БГТУ им. В.Г. Шухова в 2021 году.

Составитель (составители): к.т.н., доцент  (С.В. Резниченко)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

« 28 » апреля 2021 г., протокол № 8

Заведующий кафедрой: к.т.н., проф.  (О.В. Пучка)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой СиУК

Заведующий кафедрой: к.т.н., проф.  (О.В. Пучка)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

« 28 » апреля 2021 г.

Рабочая программа одобрена методической комиссией института

« 20 » мая 2021 г., протокол № 9

Председатель к.т.н., доцент  (А.Н. Семернин)

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Категория (группа) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине
Профессиональные компетенции	ПК-2 Способен внедрять и применять современные методы и инструменты совершенствования деятельности организации на основе принципов и подходов всеобщего управления качеством	ПК-2.2. Применяет современные средства и методы менеджмента качества для выявления областей улучшения деятельности предприятия или организации, повышения качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции (работы, услуги)	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методологические основы менеджмента и маркетинга с позиции управления качеством; – основы технологии и организации производства с позиции природы и состава функций управления для квалифицированного решения возникающих задач, включая вопросы управления качеством; – современные подходы к организации эффективного маркетинга. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – моделировать производственные ситуации и разрабатывать варианты управленческих решений; – осуществлять сбор данных (включая показатели качества продукции, услуги) и соединять разнородную информацию в единое целое для разработки управленческих решений с позиций качества; – анализировать структуру управления организацией с позиции управления качеством продукции, работ и услуг. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – планированием и управлением процессами деятельности организационных структур, правила проведения управленческих преобразований в

			организации; – методами обработки информации для ее анализа и принятия решений на основании требований к качеству продукции (работ, услуг) на этапах маркетинговых исследований
--	--	--	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1. Компетенция ПК-2. Способен внедрять и применять современные методы и инструменты совершенствования деятельности организации на основе принципов и подходов всеобщего управления качеством

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами.

Стадия	Наименования дисциплины
1	Всеобщее управление качеством
2	Интегрированные системы менеджмента
3	Основы бережливого производства

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зач. единиц, 72 часа.

Дисциплина реализуется в рамках практической подготовки:

Форма промежуточной аттестации *зачет*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 5
Общая трудоемкость дисциплины, час	72	72
Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:	36	36
лекции	17	17
лабораторные	0	0
практические	17	17
групповые консультации в период теоретического обучения и промежуточной аттестации	2	2
Самостоятельная работа студентов, включая индивидуальные и групповые консультации, в том числе:	36	36
Курсовой проект	-	-
Курсовая работа	-	-
Расчетно-графическое задание	-	-
Индивидуальное домашнее задание	-	-
Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям (лекции,		

практические занятия, лабораторные занятия)	36	36
Экзамен	-	-

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Наименование тем, их содержание и объем Курс 3 Семестр 5

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям
1. Сущность, цели и задачи менеджмента					
	Предмет и задачи дисциплины. Производственный процесс – как основа деятельности организации. Внутрифирменное управление и управление организацией как субъектом рынка. Актуальность использования менеджмента и маркетинга в условиях рыночной экономики.	1	1	-	2
2. Методологические основы менеджмента качества					
	Менеджмент как научная дисциплина. Основные этапы разработки методологии научного управления. Развитие менеджмента в прошлом и настоящем. Подход к управлению как к процессу.	2	2	-	4
3. Подходы к организации управления: интеграционные процессы, процессы принятия управленческих решений по обеспечению качеством					
	Интеграция, ее объекты и факторы. Содержание процесса управления. Процесс и технология принятия управленческих решений. Управленческие решения по обеспечению качеством.	2	2	-	4
4. Природа и состав функции менеджмента, включая специальные функции по управлению качеством					
	Методические подходы к выделению функций управления. Содержание основных функций управления. Специальные функции управления, включая функции по управлению качеством в организации.	1	1	-	2
5. Прогнозирование и планирование в системе менеджмента, включая процессы по обеспечению качеством					
	Планированием и управлением процессами деятельности организационных структур. Основные виды планирования, включая планирование процессов управления качеством.	2	2	-	4
6. Взаимосвязь организационной структуры и процессов управления,					

нацеленность процесса на качество					
	Организационные отношения в системе менеджмента. Типы организационных структур, их основное содержание и недостатки. Формы организации системы менеджмента.	2	2	-	5
7. Стиль руководства. Мотивация, ее виды					
	Общее представление о стиле менеджмента. Мотивация деятельности в менеджменте.	1	1	-	2
8. Управление конфликтами					
	Сущность конфликта в организации. Процесс возникновения и развития конфликта. Управление конфликтной ситуацией	1	1	-	2
9. Маркетинг как методология рыночной деятельности					
	Главные цели и задачи маркетинга. Современное понимание маркетинга. Маркетинг и управление качеством продукции (услуг).	1	1	-	2
10. Маркетинговая информация и маркетинговое исследование, нацеленные на управление качеством продукции					
	Роль информации в маркетинговой деятельности. Маркетинговое исследование, нацеленные на управление качеством продукции.	2	2	-	5
11. Рыночная стратегия и формирование товарной политики как условие обеспечения качества продукции					
	Маркетинговое понимание товара. Качество как основа покупательского поведения на рынке. Оценка товара с точки зрения требований качества. Стратегия разработки нового качественного товара.	2	2	-	4
ВСЕГО		17	17	0	36

4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	К-во часов	Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям
семестр №5				
1	Сущность, цели и задачи менеджмента	Менеджмент как вид деятельности и система управления, включая системы качества	1	1
2	Методологические основы менеджмента качества	Современные концепции и подходы к менеджменту. Применение ситуационного и системного подходов к решению описанной проблемы, касающейся вопросов менеджмента в непосредственной деятельности организаций.	2	2
3	Подходы к организации управления: интеграционные	Процесс, методы и модели принятия решений. Принятие управленческих решений с использованием метода «дерево		

	процессы, процессы принятия управленческих решений по обеспечению качеством	решений».	2	2
4	Природа и состав функции менеджмента, включая специальные функции по управлению качеством	Общие и основные функции менеджмента. Регламентация функций управления.	1	1
5	Прогнозирование и планирование в системе менеджмента, включая процессы по обеспечению качеством	Категория качества в системном процессе управления. Формирование плана мероприятий по соблюдению и повышению качества выпускаемой организацией продукции	2	2
6	Взаимосвязь организационной структуры и процессов управления, нацеленность процесса на качество	Построение структуры управления организацией различными методами. Правила проведения управленческих преобразований в организации.	2	2
7	Стиль руководства. Мотивация, ее виды	Методы мотивации сотрудников	1	1
8	Управление конфликтами	Способы выявления и предотвращения ситуации возникновения личной заинтересованности, которая приводит или может привести к конфликту интересов	1	1
9	Маркетинг как методология рыночной деятельности	Содержание маркетинга и его функции.	1	1
10	Маркетинговая информация и маркетинговое исследование, нацеленные на управление качеством продукции	Основные требования к качеству продукции (работ, услуг) на этапах маркетинговых исследований	2	2
11	Рыночная стратегия и формирование товарной политики как условие обеспечения качества продукции	Мероприятий по производству новой продукции (работ, услуг) на основании требований к качеству продукции	2	2
ИТОГО:			17	17
ВСЕГО:				34

4.3. Содержание лабораторных занятий

Выполнение лабораторных занятий не предусмотрено учебным планом.

4.4. Содержание курсового проекта/работы

Выполнение курсового проекта/ работы не предусмотрено учебным планом.

4.5. Содержание расчетно-графического задания, индивидуальных домашних заданий

Выполнение расчетно-графического задания, индивидуальных домашних заданий не предусмотрено учебным планом.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1. Реализация компетенций

1 Компетенция ПК-2. Способен внедрять и применять современные методы и инструменты совершенствования деятельности организации на основе принципов и подходов всеобщего управления качеством

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ПК-2.2. Применяет современные средства и методы менеджмента качества для выявления областей улучшения деятельности предприятия или организации, повышения качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции (работы или услуги)	<i>зачет, устный опрос</i>

5.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации

5.2.1. Перечень контрольных вопросов (типовых заданий) для экзамена / дифференцированного зачета / зачета

Приведем контрольные вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде зачета.

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание вопросов (типовых заданий)
1	Сущность, цели и задачи менеджмента	Понятие менеджмента, организация, сущность деятельности менеджера. Понятие системы управления, субъект, объект. управления, коммуникационные связи. Внутренняя среда организации: факторы, относящиеся к

		<p>внутренней среде.</p> <p>Внешняя среда: факторы, относящиеся к внешней среде.</p>
2	<p>Методологические основы менеджмента качества</p>	<p>Менеджмент как научная дисциплина.</p> <p>Школа научного управления.</p> <p>Классическая школа.</p> <p>Школа человеческих отношений.</p> <p>Поведенческая школа.</p> <p>Школа количественного управления</p> <p>Школа стратегического управления.</p> <p>Подход к управлению как к процессу.</p> <p>Современные концепции менеджмента.</p>
3	<p>Подходы к организации управления: интеграционные процессы, процессы принятия управленческих решений по обеспечению качеством</p>	<p>Интеграция, ее объекты и факторы.</p> <p>Место интеграционных процессов в менеджменте.</p> <p>Управленческие решения: понятие, классификация.</p> <p>Требования, предъявляемые к управленческим решениям.</p> <p>Основные подходы к принятию управленческих решений.</p> <p>Процесс принятия управленческого решения.</p> <p>Методы оптимизации принятия управленческих решений.</p>
4	<p>Природа и состав функции менеджмента, включая специальные функции по управлению качеством</p>	<p>Функции управления. Основные функции менеджмента.</p> <p>Характеристика общих и специфических функций менеджмента.</p> <p>Регламентация функций менеджмента.</p>
5	<p>Прогнозирование и планирование в системе менеджмента, включая процессы по обеспечению качеством</p>	<p>Место планирования и прогнозирования в менеджменте.</p> <p>Планирование как процесс.</p> <p>Объекты планирования в организации.</p> <p>Раскройте понятия план, планирование.</p> <p>Основные виды планирования.</p> <p>Планирование качества.</p> <p>Как происходит формирование плана мероприятий по соблюдению и повышению качества выпускаемой организацией продукции?</p>
6	<p>Взаимосвязь организационной структуры и процессов управления, нацеленность процесса на качество</p>	<p>Понятие организационной структуры предприятия.</p> <p>Основные виды организационных структур.</p> <p>Характеристика линейной структуры управления.</p> <p>Характеристика функциональной структуры управления.</p> <p>Характеристика линейно-штабной структуры управления.</p> <p>Характеристика матричной структуры управления.</p> <p>Связь организационной структуры управления и качества продукции.</p> <p>Построение структуры управления организацией различными методами.</p> <p>Правила проведения управленческих преобразований в организации.</p>
7	<p>Стиль руководства. Мотивация, ее виды</p>	<p>Стиль менеджмента. Основные стили управления.</p> <p>«Решетка менеджмента».</p> <p>Теория X, Y, Z.</p> <p>Мотивация, основные подходы к мотивации.</p> <p>Понятие потребности и вознаграждения.</p>

		Методы мотивации сотрудников.
8	Управление конфликтами	Сущность. Природа конфликта. Виды организационных конфликтов. Основные причины возникновения конфликтов. Методы выхода из конфликтных ситуаций. Какие вам известны способы выявления и предотвращения ситуации возникновения личной заинтересованности, которая приводит или может привести к конфликту интересов?
9	Маркетинг как методология рыночной деятельности	Маркетинг: цели и задачи. Современное понимание маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Основные функции маркетинга.
10	Маркетинговая информация и маркетинговое исследование, нацеленные на управление качеством продукции	Информация в маркетинговых исследованиях. Способы сбора информации для маркетинговых исследований. Маркетинговая информация, нацеленная на качество продукта. Основные требования к качеству продукции (работ, услуг) на этапах маркетинговых исследований
11	Рыночная стратегия и формирование товарной политики как условие обеспечения качества продукции	Товар в маркетинге. Оценка товара с точки зрения требований качества. Понятие жизненного цикла товара. Качество как рыночная стратегия. Стратегия разработки нового качественного товара. Какие проводятся мероприятия при производстве новой продукции (работ, услуг) для обеспечения требований к качеству продукции (работ, услуг)?

5.2.2. Перечень контрольных материалов для защиты курсового проекта/ курсовой работы

Выполнение курсового проекта/ работы не предусмотрено учебным планом.

5.3. Типовые контрольные задания (материалы) для текущего контроля в семестре

Промежуточная аттестация. Осуществляется в конце семестра после завершения изучения дисциплины в форме *зачета*.

Карточка для сдачи зачета включает два вопроса: один вопрос из дисциплины «Менеджмент», другой — «Маркетинг» (на подготовку отводится время в пределах 45 минут). Зачет, как форма текущего контроля знаний, является значимым оценочным средством для определения учебных достижений студента и выполнения установленных компетенций.

5.4. Описание критериев оценивания компетенций и шкалы оценивания

При промежуточной аттестации в форме *зачета* используется следующая шкала оценивания: зачтено, не зачтено.

Критериями оценивания достижений показателей являются:

Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине	Критерий оценивания
<i>Знания</i>	Знание методологических основ менеджмента и маркетинга с позиции управления качеством
	Знание основ технологии и организации производства с позиции функций управления для квалификационного решения возникающих задач, включая вопросы управления качеством
	Знание современных подходов к организации эффективного маркетинга
<i>Умения</i>	Умение моделировать производственные ситуации и разрабатывать варианты управленческих решений
	Умения осуществлять сбор данных (включая показатели качества продукции, услуги) и соединять разнородную информацию в единое целое для разработки управленческих решений с позиций качества
	Уметь анализировать структуру управления организацией с позиции управления качеством продукции, работ и услуг
<i>Навыки</i>	Владение навыками планирования и управления процессами деятельности организационных структур, правилами проведения управленческих преобразований в организации
	Владение методами обработки информации для ее анализа и принятия решений на основании требований к качеству продукции (работ, услуг) на этапах маркетинговых исследований

Оценка преподавателем выставляется интегрально с учётом всех показателей и критериев оценивания.

Оценка сформированности компетенций по показателю *Знания*.

Критерий	Уровень освоения и оценка	
	Не зачтено	Зачтено
Знание методологических основ менеджмента и маркетинга с позиции управления качеством	Имеет общее представление о методологии менеджмента и маркетинга, не может проследить ее с позиции управления качеством	Устойчивые знания методологических основ менеджмента и маркетинга с позиции управления качеством
Знание основ технологии и организации производства с позиции функций управления для квалификационного решения возникающих задач, включая вопросы управления качеством	Знает основные закономерности организации производства с позиции функций управления, но не может квалифицированно решать возникающие проблемы с позиции качества	Знает основные закономерности организации производства с позиции функций управления, может грамотно и квалифицированно решать возникающие проблемы с позиции качества

Знать современные подходы к организации эффективного маркетинга	Имеет общее представление о современных подходах организации эффективного маркетинга	Излагает знания в логической последовательности о современных подходах к организации эффективного маркетинга, самостоятельно их интерпретируя и анализируя
---	--	--

Оценка сформированности компетенций по показателю Умения.

Критерий	Уровень освоения и оценка	
	Не зачтено	Зачтено
Умение моделировать производственные ситуации и разрабатывать варианты управленческих решений	Удовлетворительно умеет моделировать производственные ситуации, но не умеет разрабатывать варианты управленческих решений	Грамотно моделирует производственные ситуации и самостоятельно разрабатывать варианты управленческих решений
Умения осуществлять сбор данных (включая показатели качества продукции, услуги) и соединять разнородную информацию в единое целое для разработки управленческих решений с позиций качества	Имеет общее представление о сборе данных (включая показатели качества продукции, услуги) и не умеет соединять разнородную информацию в единое целое для разработки управленческих решений с позиций качества	Выполняет сбор данных (включая показатели качества продукции, услуги) и умеет соединять разнородную информацию в единое целое для разработки управленческих решений с позиций качества
Уметь анализировать структуру управления организацией с позиции управления качеством продукции, работ и услуг	Дает общий анализ структуры управления организацией, но не может его соединить с вопросами управления качеством	Грамотно и точно умеет анализировать структуру управления организацией с позиции управления качеством продукции, работ и услуг

Оценка сформированности компетенций по показателю Навыки.

Критерий	Уровень освоения и оценка	
	Не зачтено	Зачтено
Владение навыками планирования и управления процессами	Имеет общее представление о планировании и управлении процессами деятельности организации, но не имеет навыков проведения	Грамотно осуществляет планирование и управление процессами деятельности организационных структур; владеет правилами проведения управленческих преобразований в организации

деятельности организационных структур, правилами проведения управленческих преобразований в организации	управленческих преобразований в организации	
Владение методами обработки информации для ее анализа и принятия решений на основании требований к качеству продукции (работ, услуг) на этапах маркетинговых исследований	Имеет общее представление о методах обработки информации, но не имеет навыков для ее анализа и принятия решений на основании требований к качеству продукции (работ, услуг) на этапах маркетинговых исследований	Владеет навыками обработки информации, самостоятельно анализирует и интерпретирует ее для принятия решений на основании требований к качеству продукции (работ, услуг) на этапах маркетинговых исследований

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Материально-техническое обеспечение

№	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения лекционных и практических занятий, консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, самостоятельной работы ГУК №410	Специализированная мебель; мультимедийный проектор, переносной экран, компьютер
2	Учебная аудитория для проведения лекционных и практических занятий, консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, самостоятельной работы ГУК № 014	Аудитория оснащена стационарным видеопроектором и экраном, стендами для определения величины затрат на качество, экономии от работ по стандартизации, сертификации и управления качеством.
3	Читальный зал библиотеки для самостоятельной работы	Специализированная мебель; компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет», имеющая доступ в электронную информационно-образовательную среду

6.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

№	Перечень лицензионного программного обеспечения.	Реквизиты подтверждающего документа
	Microsoft Windows 10 Корпоративная	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017

№	Перечень лицензионного программного обеспечения.	Реквизиты подтверждающего документа
		по 31.10.2023). Договор поставки ПО 0326100004117000038-0003147-01 от 06.10.2017
	Microsoft Office Professional Plus 2016	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023
	Kaspersky Endpoint Security «Стандартный Russian Edition»	Сублицензионный договор № 102 от 24.05.2018. Срок действия лицензии до 19.08.2020 Гражданско-правовой Договор (Контракт) № 27782 «Поставка продления права пользования (лицензии) Kaspersky Endpoint Security от 03.06.2020. Срок действия лицензии 19.08.2022г.
	Google Chrome	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения
	Mozilla Firefox	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения

6.3. Перечень учебных изданий и учебно-методических материалов

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С. Г. Божук. — М.: Издательство Юрайт, 2021. — 304 с.
2. Винокур М. Е. Организация производства и менеджмент. — М.: Проспект, 2020. — 168 с.
3. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — М.: Издательство Юрайт, 2021. — 363 с.
4. Дашкова, И. А. Менеджмент. Методы принятия управленческих решений/ И. А. Дашкова, И. В. Ткаченко, Н. С. Захарченко.— М.: Юрайт. 2020. — 276 с.
5. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга: учебник / Ю.Н. Егоров. — М.: ИНФРА-М, 2021. — 292 с.
6. Егоршин, А. П. Эффективный маркетинг организации: учебник для вузов / А. П. Егоршин. — Нижний Новгород: НИЭМ, 2020. — 302 с.
7. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для вузов /С. В. Карпова. — М.: Издательство Юрайт, 2021. — 367 с.
8. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов /А. П. Карасев. — М.: Издательство Юрайт, 2021. — 315 с.
9. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика: учебное пособие для вузов /С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин. — М.: Издательство Юрайт, 2021. – 181 с.
10. Коргова М. А. Менеджмент. Управление организацией. — М.: Юрайт. 2019. — 198 с.
11. Маслова Е. Л. Теория менеджмента. Практикум. — М.: Дашков и Ко. 2019. — 158 с.
12. Петров А. Н. Менеджмент. Учебник для академического бакалавриата. В 2-х частях. Часть 2. — М.: Юрайт. 2019. — 300 с.

6.4. Перечень интернет ресурсов, профессиональных баз данных, информационно-справочных систем

1. Электронно-библиотечная система БГТУ им В.Г. Шухова
[Электронный ресурс].— Режим доступа: <http://www.ntb.bstu.ru>

7. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа утверждена на 20____ /20____ учебный год
без изменений / с изменениями, дополнениями

Протокол № _____ заседания кафедры от « ____ » _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой _____
подпись, ФИО

Директор института _____
подпись, ФИО