

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

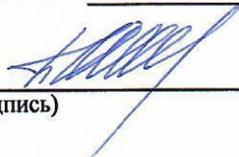
Рабочая программа составлена на основании требований:

- 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.

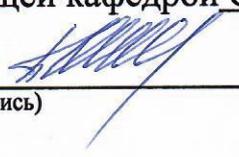
Составитель (составители): к.т.н., доцент  (С.В. Резниченко)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

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 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 ПК-2.2	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>ПК-2.2</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:</p> <p>интеграционные процессы, процессы принятия управленческих решений по обеспечению качеством</p> <p>ПК-2.2</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>ПК-2.2</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>ПК-2.2</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>ПК-2.2</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>Как осуществляется построение структуры управления организацией?</p> <p>Правила проведения управленческих преобразований в организации.</p>
7	<p>Стиль руководства.</p> <p>Мотивация, ее виды</p> <p>ПК-2.2</p>	<p>Стиль менеджмента. Основные стили управления.</p> <p>«Решетка менеджмента».</p> <p>Теория X, Y, Z.</p>

		Мотивация, основные подходы к мотивации. Понятие потребности и вознаграждения. Методы мотивации сотрудников.
8	Управление конфликтами ПК-2.2	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 ПК-2.2	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 ПК-2.2	Информация в маркетинговых исследованиях. Перечислите 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 ПК-2.2	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	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

вопросы управления качеством		
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	Имеет общее представление о планировании и управлении	Грамотно осуществляет планирование и управление процессами деятельности

планирования и управления процессами деятельности организационных структур, правилами проведения управленческих преобразований в организации	процессами деятельности организации, но не имеет навыков проведения управленческих преобразований в организации	организационных структур; владеет 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	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	Аудитория оснащена мебелью (столы, стулья), стационарным видеопроектором, переносным экраном, ноутбуком, подведен интернет
2	Методический кабинет для самостоятельной работы	Аудитория оснащена мебелью (столы, стулья), обеспечен доступ к литературным источникам преподавателей кафедры
3	Самостоятельная работа проводится в библиотечном корпусе университета, а именно в читальном зале	Специализированная мебель, компьютерная техника, подключение к сети «интернет». Научно-техническая библиотека университета предоставляет студентам на безвозмездной основе право пользования литературным фондом БГТУ им В.Г. Шухова

6.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

№	Перечень лицензионного программного обеспечения.	Реквизиты подтверждающего документа
1	Microsoft Windows 10 Корпоративная	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023). Договор поставки ПО 0326100004117000038-0003147-01 от 06.10.2017
2	Microsoft Office Professional Plus 2016	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023
3	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.
4	Google Chrome	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения
5	Mozilla Firefox	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения
6	КонсультантПлюс	договор 22-15к от 01.06.2015

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 К°. 2019. — 158 с.
12. Петров А. Н. Менеджмент. Учебник для академического бакалавриата. Часть 1. — М.: Юрайт. 2019. — 300 с.
13. Петров А. Н. Менеджмент. Учебник для академического бакалавриата. Часть 2. — М.: Юрайт. 2019. — 300 с.
14. Резниченко С.В. Менеджмент и маркетинг: методические указания к выполнению расчетно-графических работ для студентов специальности 200503– Стандартизация и сертификация. – Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2008. – 50 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: <https://elib.bstu.ru> и http://ntb.bstu.ru/irbis64r_plus, включая электронный каталог электронной библиотеки университета и электронно-библиотечной системах: издательства «Лань», «IPRSmart», «Университетская библиотека онлайн».
2. Электронно-библиотечная система (сайт). URL: <https://elanbook.com>
3. Электронно-библиотечная система (сайт). URL: <https://www.iprbookshop.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