

**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  
экономики и менеджмента  
Ю.А. Дорошенко  
« 23 » \_\_\_\_\_ 2016 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
**дисциплины (модуля)**

**Менеджмент и маркетинг**  
(наименование дисциплины, модуля)

направление подготовки (специальность):

**21.05.01 – Прикладная геодезия**  
(цифр и наименование направления бакалавриата, магистра, специальности)

Направленность программы (профиль, специализация):

**Геодезическое обеспечение  
строительного надзора и экспертиз**  
(наименование образовательной программы (профиль, специализация))

Квалификация

**инженер-геодезист**  
(бакалавр, магистр, специалист)

Форма обучения

**очная**  
(очная, заочная и др.)

Институт: **экономики и менеджмента**

Кафедра: **маркетинга**

Белгород – 2016

Рабочая программа составлена на основании требований:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по специальности 21.05.01 – Прикладная геодезия (уровень специалитета), утвержден приказом Министерства образования и науки РФ от 7 июня 2016 г. № 674
- плана учебного процесса БГТУ им. В.Г. Шухова, введенного в действие в 2016 году.

Составитель (составители): к.э.н. доцент  (М.В. Дадалова)  
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой городского кадастра и инженерных изысканий

Заведующий кафедрой: к.т.н., профессор  (А.С. Черныш)  
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

« 16 » 09 2016 г.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга

« 16 » 09 2016 г., протокол № 1

Заведующий кафедрой: д.э.н., профессор  (Е.Д. Щетинина)  
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа одобрена методической комиссией института экономики и менеджмента

« 16 » 09 2016 г., протокол № 1

Председатель к.э.н., профессор  (В.В. Выборнова)  
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

## 1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции			Требования к результатам обучения
№	Код компетенции	Компетенция	
Общекультурные			
1	ОК-5	способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p><b>Знать:</b> основы экономических знаний</p> <p><b>Уметь:</b> использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах</p> <p><b>Владеть:</b> методикой оценки эффективности результатов деятельности в различных сферах</p>

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Содержание дисциплины основывается и является логическим продолжением следующих дисциплин:

№	Наименование дисциплины (модуля)
1	Микроэкономика
2	
3	

Содержание дисциплины служит основой для изучения следующих дисциплин:

№	Наименование дисциплины (модуля)
1	
2	
3	

## 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единиц, 144 часа.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 8
Общая трудоемкость дисциплины, час	144	144
<b>Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:</b>	52	52
лекции	26	26
лабораторные		

практические	26	26
<b>Самостоятельная работа студентов, в том числе:</b>	92	92
Курсовой проект		
Курсовая работа		
Расчетно-графическое задания	18	18
Индивидуальное домашнее задание		
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>	38	38
Форма промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	Экзамен 36	Экзамен 36

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1 Наименование тем, их содержание и объем

#### Курс 4 Семестр 8

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа
<b>1. Исследования в маркетинговой деятельности</b>					
1	Социальные основы маркетинговой деятельности	3	3		4
2	Методы и направления маркетинговых исследований	2	2		4
3	Стратегическое планирование маркетинга	2	2		4
4	Управление маркетингом на предприятии	2	2		4
5	Коммуникационная политика фирмы	2	2		4
<b>2. Теоретические основы менеджмента</b>					
1	Методологические основы менеджмента	3	3		4
2	Общие принципы и функции управления промышленными предприятиями	3	3		4
3	Внутрифирменное планирование как важнейшая функция внутрифирменного управления	3	3		4
4	Взаимоотношения организационных полномочий и создание организаций	3	3		3
5	Качества менеджера и специфика его работы	3	3		3
<b>ВСЕГО</b>		<b>26</b>	<b>26</b>		<b>38</b>

## 4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического (семинарского) занятия	К-во часов	К-во часов СРС
семестр № 8				
1	Исследования в маркетинговой деятельности	Социальные основы маркетинговой деятельности	3	4
		Методы и направления маркетинговых исследований	2	4
		Стратегическое планирование маркетинга	2	4
		Управление маркетингом на предприятии	2	4
		Коммуникационная политика фирмы	2	4
2	Теоретические основы менеджмента	Методологические основы менеджмента	3	4
		Общие принципы и функции управления промышленными предприятиями	3	4
		Внутрифирменное планирование как важнейшая функция внутрифирменного управления	3	4
		Взаимоотношения организационных полномочий и создание организаций	3	3
		Качества менеджера и специфика его работы	3	3
ВСЕГО:			26	38

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Перечень контрольных вопросов (типовых заданий)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание вопросов (типовых заданий)
1	Исследования в маркетинговой деятельности	<p>Эволюция развития маркетинга.</p> <p>Принципы, основные функции и задачи маркетинга.</p> <p>Основные элементы комплекса маркетинга, классификация видов маркетинга.</p> <p>Сущность товара и его классификация.</p> <p>Разработка новых товаров и ее этапы. Причины неудач товаров-новинок.</p> <p>Жизненный цикл товара, его этапы и значение.</p> <p>Понятие и структура маркетинговой среды фирмы.</p> <p>Маркетинговое исследование: цели, структура, этапы проведения.</p> <p>Методы проведения маркетингового исследования.</p>

		<p>Классификация маркетинговой информации.          Анализ конкуренции на рынке.          Оценка конкурентных позиций фирм.          Определение конкурентоспособности организаций и товара.          Изучение потребителей, этапы принятия решения о покупке.          Модель покупательского поведения на потребительском рынке.          Модель покупательского поведения на рынке средств производства.          Принципы сегментирования рынка.          Способы позиционирования товара на рынке.          Маркетинговая стратегия: понятие стратегии и порядок ее разработки.          Матричные методы определения стратегического потенциала бизнеса.          Сущность SWOT-анализа.          Виды маркетинговых стратегий и их особенности          Сущность и элементы коммуникационной политики          Содержание коммуникационной политики предприятия          Характеристика рекламы и публичных рилейшнз          Методы стимулирования сбыта товаров          Персональная продажа как форма маркетинговых коммуникаций</p>
2	Теоретические основы менеджмента	<p>Сущность менеджмента.          Цели и задачи менеджмента.          Характерные черты стадий менеджмента.          Функции менеджера.          Формирование и ранжирование целей.          Виды стратегий и методы их разработки.          Содержание и стадии процесса принятия управленческих решений.          Механизм принятия управленческих решений.          Основные принципы менеджмента.          Важнейшие функции внутрифирменного управления.          Сущность, содержание и цели маркетинговой деятельности.          Маркетинг как специфическая функция управления.          Структура и функции аппарата управления маркетинговой деятельностью.          Содержание цели и задачи внутрифирменного планирования, виды планов.          Стратегическое внутрифирменное планирование, его виды и цели.          Организационные формы внутрифирменного планирования.          Суть и содержание функции организации.          Особенности организационных структур управления фирмами.          Классификация организационных структур во внутрифирменном управлении.          Управленческий контроль, его формы и средства реализации.          Основы экономического анализа хозяйственной деятельности фирм в системе управленческого контроля.</p> <p>Взаимоотношения организационных полномочий          Виды организационных структур</p>

		Проектирование организационной структуры Ранние теории мотивации Современные теории мотивации Система мотивации труда персонала организации
--	--	--

**5.2. Перечень тем курсовых проектов, курсовых работ, их краткое содержание и объем** – планом не предусмотрен.

**5.3. Перечень индивидуальных домашних заданий, расчетно-графических заданий**

РГЗ. Исследование строительного рынка. Цель исследования – закрепление, систематизация и углубление знаний, приобретенных в процессе изучения дисциплины. Объем РГЗ составляет 20-25 страниц.

**5.4. Перечень контрольных работ** – планом не предусмотрен.

## **6. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА**

### **6.1. Перечень основной литературы**

1. Маркетинг в строительстве : учеб. пособие / М. Н. Гусева ; Гос. ун-т упр. - М. : Книжный мир, 2011. - 318 с. - (Высшая школа). - ISBN 978-5-8041-0410-9
2. Менеджмент в строительстве: стратег. и оперативно-производств. менеджмент строит. организации : учеб. пособие / О. В. Михненко, Н. С. Куприянов ; Гос. ун-т упр. - М. : Книжный мир, 2011. - 464 с. - (Высшая школа). - ISBN 978-5-8041-0496
3. Маркетинговые исследования : учеб. пособие / Н. Г. Каменева, В. А. Поляков. - М. : Вузовский учебник : ВЗФЭИ, 2010. - 439 с. - (Вузовский учебник). - ISBN 978-5-9558-0023-3
4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учеб. для студентов вузов / ред.: Ю. В. Морозова, В. Т. Гришина. - 8-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2012. - 444 с. - ISBN 978-5-394-01695-0
5. Теория и практика маркетинга : учеб. пособие для студентов направления бакалавриата 080002 - Менеджмент / М. С. Старикова, Т. Н. Пономарева, С. М. Микалут ; БГТУ им. В. Г. Шухова. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2013. - 320 с

### **6.2. Перечень дополнительной литературы**

1. Маркетинговые исследования : учеб. пособие / Н. Г. Каменева, В. А.

- Поляков. - М.: Вузовский учебник : ВЗФЭИ, 2010. - 439 с. - (Вузовский учебник). - ISBN 978-5-9558-0023-3
2. Короткова М.В. Развитие системы управления инвестиционными ресурсами промышленного предприятия: [Монография]. - Издательско - полиграфический центр «ГАРТ», 2010.-231 с. [приложения]
  3. Короткова М.В., Никитина С.О., Прудникова О.А., Сафина Г.М., Черных А.В. Актуальные вопросы современного менеджмента Актуальные вопросы современного менеджмента: кол. монография. - Ульяновск : УлГПУ им И.Н. Ульянова, 2011. – 202 с.

### **6.3. Перечень интернет ресурсов**

1. [http://exsolver.narod.ru/Books/Management/ad\\_man/index.html](http://exsolver.narod.ru/Books/Management/ad_man/index.html)
2. <http://www.aup.ru/books/m99/7.htm>
3. <http://www.webstarstudio.com/marketing/res/kommunik.htm>

## **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

Учебные аудитории, оснащенные современным учебно-научным оборудованием и стендами, позволяющими изучать процессы и явления в соответствии с образовательной программой.



## 8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений  
Рабочая программа без изменений утверждена на 2017 /2018 учебный год.  
Протокол № 10 заседания кафедры от «06» июня 2017 г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ Е.Д. Щетинина  
подпись, ФИО

Директор института \_\_\_\_\_ Ю.А. Дорошенко  
подпись, ФИО

## 8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений  
Рабочая программа без изменений утверждена на 2018 /2019 учебный год.  
Протокол № 9 заседания кафедры от «14» мая 2018 г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ Е.Д. Щетинина  
  
подпись, ФИО

Директор института \_\_\_\_\_ Ю.А. Дорошенко  
  
подпись, ФИО

## 8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа без изменений утверждена на 2019/2020 учебный год.

Протокол № 10 заседания кафедры от «11» июня 2019 г.

Заведующий кафедрой  Е.Д. Щетинина  
подпись ФИО

/ Директор института  Ю.А. Дорошенко  
подпись ФИО

## 6. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений утверждена на 2020/2021 учебный год.

Протокол № 9 заседания кафедры от «28» апреля 2020 г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  (Щетина Е.Д.)

Директор института \_\_\_\_\_  (Дорошенко Ю.А.)

## 8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений утверждена на 2021/2022 учебный год.

Протокол № 10 заседания кафедры от «18» → 05 → 2021 г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  (Щетинина Е.Д.)

Директор института \_\_\_\_\_  (Дорошенко Ю.А.)