

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

УТВЕРЖДАЮ
и.о. директора института ИТУС

Е.Н. Коробкова
« 20 » декабря 2016 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины (модуля)

Менеджмент и маркетинг

Направление подготовки

27.03.02 Управление качеством

Направленность программы (профиль, специализация)

Управление качеством

Квалификация

бакалавр

Форма обучения

очная

Институт информационных технологий и управляющих систем

Кафедра стандартизации и управления качеством

Белгород 2016

Программа составлена на основании требований:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 27.03.02 Управление качеством, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ №92 от 09 февраля 2016 года.

- Плана учебного процесса БГТУ им. В.Г. Шухова, введенного в действие в 2016 году.

Составитель: канд. техн. наук., доц. _____ (С.В.Резниченко)
(подпись)

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой СиУК
Заведующий кафедрой д-р техн., наук, проф. _____ (А.А. Афанасьев)
(подпись)

« 21 » 03 _____ 2016 г.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры СиУК

« 29 » 03 _____ 2016 г., протокол № 6/1

Заведующий кафедрой: д-р техн., наук _____ (А.А. Афанасьев)
(подпись)

Рабочая программа одобрена методической комиссией института ИТУС

« 30 » 03 _____ 2016 г., протокол № 5/30

Председатель: доцент _____ (Ю.И. Солопов)
(подпись)

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции			Требования к результатам обучения
№	Код компетенции	Компетенция	
Общепрофессиональные			
1	ОПК-1	Способностью применять знание подходов к управлению качеством	<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; - природу и состав функций менеджмента основы технологии и организации производства, необходимые 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 решений; - соединять разнородную информацию в единое целое для разработки управленческих решений с позиций качества; - вести планирование и управление процессами деятельности организационных структур. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами обработки информации для ее анализа и принятия решений; - навыками письменного аргументированного изложения собственной точки зрения; навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа логики различного рода суждений.
Профессиональные			
1	ПК-11	Способностью идти на оправданный риск при принятии решений	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные этапы планирования в организации; - типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования с позиции качества продукции; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать ситуацию, ставить цель, формулировать проблему и принимать управленческие решения; - анализировать систему управления организации и выявлять резервы ее эффективности; - разрабатывать предложения по совершенствованию организационных структур управления; - систематизировать и обрабатывать и разрабатывать предложения по ее оптимизации с позиции вопросов управления качеством; - использовать методы менеджмента и маркетинга для решения задач управления с позиции качества; - соединять разнородную маркетинговую информацию в единое целое для разработки управленческих решений. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками прогнозирования и принятия решений в условиях чрезвычайных ситуаций;

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Содержание дисциплины основывается и является логическим продолжением следующих дисциплин:

№	Наименование дисциплины (модуля)
1	Введение в профессию
2	Теоретическая механика
3	Материаловедение
4	Технология и организация производства продукции и услуг
5	Организация строительного производства

Содержание дисциплины служит основой для изучения следующих дисциплин:

№	Наименование дисциплины (модуля)
1	Общая электротехника и электроника
2	Экология
3	Основы моделирования управленческих задач
4	Методы системного анализа
5	Основы трудового законодательства

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. единиц, 180 часов.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 4
Общая трудоемкость дисциплины, час	180	180
Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:	85	85
лекции	51	51
лабораторные	0	0
практические	34	34
Самостоятельная работа студентов, в том числе:	95	95
Курсовой проект	-	-
Курсовая работа	-	-
Расчетно-графическое задания	-	-
Индивидуальное домашнее задание	-	-
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>	59	59

Форма промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	Экзамен	36
--	---------	----

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Наименование тем, их содержание и объем

Курс 2 Семестр 4

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа
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.	2	2	-	3
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.	4	2	-	4
3. Подходы к организации управления: интеграционные процессы, процессы принятия управленческих решений по обеспечению качеством					
	Интеграция, ее объекты и факторы. Основные принципы и направления интеграции Содержание процесса управления. Процесс и технология принятия управленческих решений. Управленческие решения по обеспечению качеством.	4	3	-	5
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. Регламентация функций управления.	3	2	-	3,5
5. Прогнозирование и планирование в системе менеджмента, включая процессы по обеспечению качеством					
	Место планирования и прогнозирования в менеджменте. Общее представление о плане, стратегии и тактики. Основные виды планирования, включая планирование процессов управления качеством	2	2	-	3
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. Нацеленность процессов на качество.	4	3	-	5
7. Стиль руководства, виды координации и мотивации				
Общее представление о стиле менеджмента. Координация и регулирование в процессе управления. Мотивация деятельности в менеджменте.	2	2	-	3
8. Динамика групп и лидерство, включая системы по управлению качеством				
Основное содержание понятия «лидер». Качества, предъявляемые к руководителю-лидеру, включая системы по управлению качеством. Понятие группы. Причины объединения людей в группы. Основные стадии развития группы.	2	2	-	3
9. Взаимодействие человека и организации				
Человек и организационное окружение. Эффективность работы человека и группы.	2	2	-	3
10. Управление конфликтами				
Сущность конфликта в организации. Процесс возникновения и развития конфликта. Управление конфликтной ситуацией	2	-	-	0,5
11. Факторы эффективности менеджмента				
Эффективность менеджмента. Понятие эффективности менеджмента. Измерение и оценка эффективности менеджмента. Управление качеством и эффективность менеджмента.	2	-	-	0,5
12. Маркетинг как методология рыночной деятельности				
Маркетинг как экономический процесс, социальная функция и концепция рыночного управления. Главные цели и задачи маркетинга. Современное понимание маркетинга. Маркетинг и управление качеством продукции (услуг).	3	2	-	3,5
13. Маркетинговая информация и маркетинговое исследование, нацеленные на управление качеством продукции				
Роль информации в маркетинговой деятельности. Маркетинговое исследование, нацеленные на управление качеством продукции.	3	2	-	3,5
14. Маркетинговая деятельность и товар как основа управления качеством				
Маркетинговое понимание товара. Оценка товара с точки зрения требований качества. Виды товарных стратегий. Разработка нового товара.	2	2	-	3
15. Потребительские рынки как сфера управления качеством				
Рынок. Классификация рынков. Сегментация рынка. Основные признаки, критерии и способы сегментации рынка в зависимости от качества продукции (услуги).	3	2	-	3,5
16. Рыночная стратегия и формирование товарной политики как условие обеспечения качества продукции				
Маркетинговое понимание товара. Оценка товара с точки зрения требований качества. Стратегия разработки нового качественного товара.	2	2	-	3
17. Ценообразование в маркетинге				
Ценовая политика предприятия. Понятие и виды цен. Установление цен на товары. Цена и качество товара.	2	-	-	0,5
18. Качество как основа покупательского поведения на рынке				
Управление качеством. Продукт: понятие, виды, формы.	2	2	-	3
19. Формирование спроса и стимулирование сбыта				
Формирование общественного спроса и стимулирование сбыта.				

	Процесс принятия решения о покупке. Потребители и рекламные средства	3	2	-	3,5
20. Маркетинговая служба, организация ее деятельности					
	Место и роль маркетинговых служб в системе управления предприятием. Маркетинговая служба, ее цели и основные задачи. Кадры в системе маркетинговых служб.	2	-	-	0,5
ВСЕГО		51	34	-	57,5
Экзамен				-	36
Реферат				-	1,5
ИТОГО		51	34		95

4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического (семинарского) занятия	К-во часов	К-во часов СРС
<i>семестр №4</i>				
1	Сущность, цели и задачи менеджмента	Менеджмент как вид деятельности и система управления, включая системы качества	2	2
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 процессы, процессы принятия управленческих решений по обеспечению качеством	Процесс, методы и модели принятия решений. Принятие управленческих решений с использованием метода «дерево решений».	3	3
4	Природа и состав функции менеджмента, включая специальные функции по управлению качеством	Общие и основные функции менеджмента.	2	2
5	Прогнозирование и планирование в системе менеджмента, включая процессы по обеспечению качеством	Категория качества в системном процессе управления.	2	2
6	Взаимосвязь организационной структуры и процессов управления, нацеленность процесса	Построение структуры управления организацией различными методами. Закрепление разделения управленческого труда в соответствующих организациях. Совершенствование системы управления с позиции качества.		

	на качество		3	3
7	Стиль руководства, виды координации и мотивации	Деловая игра «Выбор кандидатуры на руководящую должность». Освоение материала, касающегося сущности управленческой деятельности, роли руководителя высшего, среднего и низшего звена в системе управления и эффективного использования человеческого потенциала организации.	2	2
8	Динамика групп и лидерство, включая систему по управлению качеством	Структура группы, характеристика ее компонентов. Построение ролевого профиля группы.	2	2
9	Взаимодействие человека и организации	Организационное окружение. Ответственность и делегирование полномочий. Норма управляемости.	2	2
10	Управление конфликтами		-	-
11	Факторы эффективности менеджмента		-	-
12	Маркетинг как методология рыночной деятельности	Содержание маркетинга и его функции.	2	2
13	Маркетинговая информация и маркетинговое исследование, нацеленные на управление качеством продукции	Качество продукции. Основные этапы проведения маркетинговых исследований.	2	2
14	Маркетинговая деятельность и товар как основа управления качеством	Товар в системе маркетинга. Конкурентоспособность и качество товаров.	2	2
15	Потребительские рынки как сфера управления качеством	Суть изучения рынка, его анализ	2	2
16	Рыночная стратегия и формирование товарной политики как условие обеспечения качества продукции	Изучение причинных факторов и способов достижения цели в системе процесса прогрессивного управления качеством. Решение ситуационных задач.	2	2
17	Ценообразование в маркетинге	Разработка ценовой политики предприятия.	-	-
18	Качество как основа покупательского поведения на рынке	Мотивация и механизм принятия решения о покупке.	2	2
19	Формирование спроса и стимулирование сбыта	Прогноз объема продаж	2	2
20	Маркетинговая служба, организация ее деятельности		-	-

	ИТОГО:	34	34
	ВСЕГО:		68

4.3. Содержание лабораторных занятий

Выполнение лабораторных работ не предусмотрено.

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	Сущность, цели и задачи менеджмента	<p>Понятие менеджмента, организация, сущность деятельности менеджера.</p> <p>Понятие системы управления, субъект, объект. управления, коммуникационные связи.</p> <p>Внутренняя среда организации: факторы, относящиеся к внутренней среде.</p> <p>Внешняя среда: факторы, относящиеся к внешней среде.</p>
2	Методологические основы менеджмента качества	<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	Подходы к организации управления: интеграционные процессы, процессы принятия управленческих решений по обеспечению качеством	<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	Природа и состав функции менеджмента, включая специальные функции по управлению качеством	<p>Функции управления. Основные функции менеджмента.</p> <p>Характеристика общих и специфических функций менеджмента.</p> <p>Регламентация функций менеджмента.</p>
5	Прогнозирование и	Место планирования и прогнозирования в менеджменте.

	планирование в системе менеджмента, включая процессы по обеспечению качеством	<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>Стратегия и тактика.</p>
6	Взаимосвязь организационной структуры и процессов управления, нацеленность процесса на качество	<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>
7	Стиль руководства, виды координации и мотивации	<p>Стиль менеджмента. Основные стили управления.</p> <p>«Решетка менеджмента».</p> <p>Теория X, Y, Z.</p> <p>Координация деятельности.</p> <p>Мотивация, основные подходы к мотивации.</p> <p>Понятие потребности и вознаграждения.</p>
8	Динамика групп и лидерство, включая системы по управлению качеством	<p>Влияние, формы влияния на подчинённых.</p> <p>Основные модели лидерства.</p> <p>Определение понятия руководства.</p> <p>Лидерство, власть, влияние.</p> <p>Стадии формирования неформальных групп.</p> <p>Рекомендации менеджеру по формированию формальных групп и управлению неформальными группами.</p>
9	Взаимодействие человека и организации	<p>Понятие организационного окружения.</p> <p>Виды взаимодействий.</p>
10	Управление конфликтами	<p>Сущность. Природа конфликта.</p> <p>Виды организационных конфликтов.</p> <p>Основные причины возникновения конфликтов.</p> <p>Методы выхода из конфликтных ситуаций.</p>
11	Факторы эффективности менеджмента	<p>Понятие эффективности менеджмента.</p> <p>Как оценивают и измеряют эффективность менеджмента?</p> <p>Управление качеством и эффективность менеджмента.</p>
12	Маркетинг как методология рыночной деятельности	<p>Маркетинг: цели и задачи.</p> <p>Современное понимание маркетинга.</p> <p>Цели и задачи маркетинга.</p>
13	Маркетинговая информация и маркетинговое исследование, нацеленные на управление качеством продукции	<p>Информация в маркетинговых исследованиях.</p> <p>Способы сбора информации для маркетинговых исследований.</p> <p>Маркетинговая информация, нацеленная на качество продукта.</p>
14	Маркетинговая деятельность и товар как основа управления	<p>Понятие товара в маркетинге.</p> <p>Товар как результат маркетинговой деятельности организации.</p>

	качеством	
15	Потребительские рынки как сфера управления качеством	Рынок. Классификация рынков. Сегментация рынка. Основные признаки и способы сегментации.
16	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.
17	Ценообразование в маркетинге	Что такое цена? Виды цен. Как устанавливаются цены на товар? Цена и качество товара. Ценовая политика предприятия.
18	Качество как основа покупательского поведения на рынке	Дайте определение понятиям продукт и качество. Виды продукта. Перечислите требования к качеству продукта. Какие существуют проблемы качества продукта? Как качество продукции определяет покупательское поведение на рынке? Назовите факторы, влияющие на конкурентоспособность продукции.
19.	Формирование спроса и стимулирование сбыта	Спрос и сбыт. Потребители и рекламные средства. Сущность, цели и задачи продвижения товара. Каналы распределения: понятие, уровни. Типы маркетинговых каналов. Роль и цели рекламы. Понятие стимулирование сбыта.
20.	Маркетинговая служба, организация ее деятельности	Маркетинговая служба: цели и задачи. Место и роль маркетинговых служб в системе управления. Кадры в системе маркетинговых служб.

5.2. Перечень тем курсовых проектов, курсовых работ, их краткое содержание и объем

Выполнение курсовых проектов, и курсовых работ не предусмотрено.

5.3. Перечень индивидуальных домашних заданий, расчетно-графических заданий

Выполнение расчетно-графических заданий и индивидуальных домашних заданий не предусмотрено.

5.4. Перечень контрольных работ

Темы рефератов

1. Менеджмент как наука и как искусство. Системный подход к управлению.
2. Эволюция управленческой мысли.

3. Решение: разновидности и этапы принятия.
4. Принятие управленческих решений.
5. Управление качеством
6. Интеграционные процессы менеджмента.
7. Основные функции управления.
8. Специальные функции управления по обеспечению качества продукции на предприятии.
9. Планирование процессов по обеспечению качества на производстве.
10. Традиционные структуры управления организацией.
11. Адаптивные структуры управления организацией.
12. Особенности формирования структур управления.
13. Проектирование организационных структур (требования к построению организационных структур управления).
14. Динамика групп.
15. Лидерство в системе менеджмента.
16. Полномочия и их виды. Распределение управленческих полномочий.
17. Мотивация на пути эффективного управления.
18. Содержательные теории мотивации.
19. Процессуальные теории мотивации.
20. Мотивационные модели (теории «Х» и «У» Дугласа МакГрегора и Вильяма Оучи и теория «Z»).
21. Основные этапы процесса контроля.
22. Внешний и внутренний контроль.
23. Коммуникационные сети и их разновидности.
24. Социальные конфликты и управление.
25. Культура организации и стиль руководства.
26. Рыночная ориентация компании.
27. Способы сбора, обработки, передачи и получения информации в маркетинге.
28. Роль коммуникаций и информации в маркетинговой деятельности.
29. Организация маркетинговой деятельности предприятия.
30. Анализ потребительской удовлетворенности.
31. Роль сегментирования и позиционирования товара на рынке в обеспечении конкурентоспособности предприятия.
32. Разработка стратегии развития компании, нацелена на качество.
33. Роль классических и альтернативного подходов к разработке стратегии предприятия.
34. Маркетинг отношений: разработка стратегии и организация маркетинговой деятельности предприятия.
35. Разработка эффективной конкурентной стратегии компании.
36. Ценовая политика предприятия.
37. Реклама и ее роль в системе маркетинга
38. Новые товары. Стратегия разработки и выхода на рынок
39. Формирование продуктовой политики компании, нацеленной на качество.
40. Разработка маркетинговой программы на предприятии.

6. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

6.1. Перечень основной литературы

1. Ким, С.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Ким С.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 258 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52301.html>.— ЭБС «IPRbooks».

2. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Морозов Ю.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2013.— 148 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10945.html>.— ЭБС «IPRbooks».

3. Немогай, Н.В. Управление качеством. Менеджмент качества [Электронный ресурс]: ответы на экзаменационные вопросы/ Немогай Н.В.— Электрон. текстовые данные.— Минск: ТетраСистемс, 2010.— 172 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/28266.html>.— ЭБС «IPRbooks».

4. Сергеев, А.Г. Менеджмент и сертификация качества охраны труда на предприятии [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Сергеев А.Г., Баландина Е.А., Баландина В.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Логос, 2013.— 216 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14321.html>. — ЭБС «IPRbooks».

5. Синяева, И.М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс]: учебник / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2015. — 252 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52267.html>.— ЭБС «IPRbooks».

6. Юкаева, В.С. Менеджмент. Краткий курс [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Юкаева В.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 104 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4448.html>.— ЭБС «IPRbooks».

6.2. Перечень дополнительной литературы

1. Афонин, А.М. Производственный менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Афонин А.М., Царегородцев Ю.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский гуманитарный университет, 2011.— 184 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8615.html>.— ЭБС «IPRbooks».

2. Вицко, Е.А. Менеджмент и маркетинг: учебно-методическое пособ./Е.А. Вицко. — СПб: Изд-во: НИУ ИТМО, 2014.— 46 с.

3. Годин, А.М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Годин А.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 656 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10938.html>.— ЭБС «IPRbooks».

4. Дресвянников, В.А. Менеджмент организации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дресвянников В.А., Чуфистов О.Е., Зубков А.Б.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2014.— 137 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/23580.html>.— ЭБС «IPRbooks».

5. Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дробышева Л.А.— Электрон. текстовые

данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 150 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24845.html>.— ЭБС «IPRbooks».

6. Кметь, Е.Б. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебник/ Кметь Е.Б., Ким А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 284 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43373.html>.— ЭБС «IPRbooks».

7. Костылева, С.Ю. Экономический маркетинг [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика», «Менеджмент»/ Костылева С.Ю.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2015.— 187 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34306.html>. — ЭБС «IPRbooks».

8. Маслова, Е.Л. Теория менеджмента [Электронный ресурс] : практикум для бакалавров / Е.Л. Маслова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2015. — 160 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52272.html>.— ЭБС «IPRbooks».

9. Мазилкина, Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ Мазилкина Е.И.— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Феникс, 2012.— 197 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4983.html>.— ЭБС «IPRbooks».

10. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ В.Т. Гришина [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2013.— 446 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14059.html>.— ЭБС «IPRbooks».

11. Моргунов, В.И. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Моргунов В.И., Моргунов С.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 182 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52268.html>.— ЭБС «IPRbooks».

12. Нуралиев, С.У. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Нуралиев С.У., Нуралиева Д.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 362 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14064.html>. — ЭБС «IPRbooks».

13. Родионова, Н.В. Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности. Модуль 1 [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / Н.В. Родионова. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 415 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52061.html>.— ЭБС «IPRbooks».

14. Романов, А.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 440 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35291.html>.— ЭБС «IPRbooks».

15. Синяев, В.В. Маркетинг аутсорсинга - функция менеджмента современной компании: проблемы, теория, практика: монография/ В.В. Синяев.— М.: Издательство: Дашков и К, 2015.— 208 с.

16. Синяева, И.М. Маркетинг в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 266 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10937.html>.— ЭБС «IPRbooks».

17. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии [Электронный ресурс] : учебник для вузов / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 577 с. — 5-85173-059-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52064.html>.— ЭБС «IPRbooks».

18. Тультаев, Т.А. Маркетинг товаров и услуг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Тультаев Т.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2011.— 318 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10764.html>.— ЭБС «IPRbooks».

19. Цахаев, Р.К. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Цахаев Р.К., Муртузалиева Т.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 550 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14063.html>.— ЭБС «IPRbooks».

20. Чумак, Т.Г. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Чумак Т.Г.— Электрон. текстовые данные.— Волгоград: Волгоградский институт бизнеса, Вузовское образование, 2013.— 136 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/19182.html>.— ЭБС «IPRbooks».

6.3. Перечень Интернет-ресурсов

Интернет-ресурсы по менеджменту:

1. <file://> Гольдштейн Г_Я_ Основы менеджмента.
2. [www. dis.ru](http://www.dis.ru)

Интернет-ресурсы по маркетингу:

1. Сервер «Маркетинг и маркетинговые исследования в России». Список авторов, публиковавшихся в журнале по алфавиту с аннотациями к книгам: <http://marketingandreserch.ru/authors/htm>.
2. Маркетинг и исследования рынков: <http://www.list.ru/catalog/11137/2/sort2.html>

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Реализация учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг» осуществляется с использованием материально-технической базы, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской работы студентов, предусмотренных программой учебной дисциплины.

Учебная аудитория для проведения лекционных занятий, практических занятий. Читальный зал библиотеки, компьютерные классы для самостоятельной работы. Аудитории для занятий оборудованы специализированной мебелью, а по требованию — мультимедийным проектором, переносным экраном, ноутбуком.

Вся компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и имеет доступ к электронно-информационной образовательной среде БГТУ им. В. Г. Шухова.

Лицензионное ПО:

- Microsoft Office Professional 2013 лицензированный договор №31401445414 от 25.09.2014;
- Kaspersky Endpoint Center 10 лицензированный договор


№17E0170707130320867250.

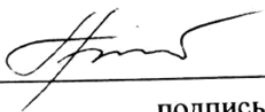
Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензированного соглашения – Google Chrome.

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений
Рабочая программа без изменений утверждена на 2016/2017 учебный год.

Протокол № 12 заседания кафедры от «10» 06 2016г.

Заведующий кафедрой  (Афанасьев А.А.)
подпись ФИО

Директор института  (Белоусов А.В.)
подпись

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений утверждена на 2017/2018 учебный год.

Протокол № 13 заседания кафедры от «26» 06 2017 г.

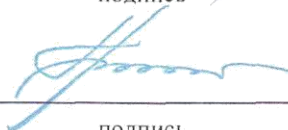
Заведующий кафедрой СиУК _____



подпись

Афанасьев А.А.

Директор института ЭИТУС _____



подпись

Белоусов А.В.

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений утверждена на 2018/2019 учебный год.

Протокол № 9 заседания кафедры от «18» 05 2018 г.

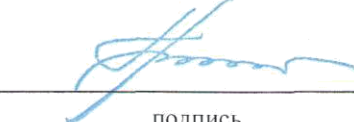
Заведующий кафедрой СиУК



подпись

Афанасьев А.А.

Директор института ЭИТУС



подпись

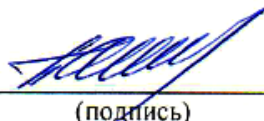
Белоусов А.В.

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

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

Протокол № 11 заседания кафедры от «14» июня 2019 г.

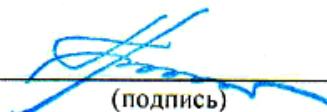
Заведующий кафедрой



(подпись)

О.В. Пучка

Директор института



(подпись)

А.В. Белоусов

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение №1

Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины

Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций, проведение семинарских занятий. Самостоятельная работа студентов направлена на совершенствование и закрепление знаний, полученных в ходе лекционных и практических занятий, и включает:

- работу с учебниками, дополнительной литературой, журналами, пользование Интернет-ресурсами, а также проработка конспектов лекций;
- подготовку к семинарским занятиям, а по желанию студентов — студенческим научным конференциям;
- написание докладов, рефератов;
- подготовку к экзамену.

Аудиторная работа студентов складывается из следующих составляющих: слушание лекционного курса; участие в семинарских занятиях (выполнение практических и проектных заданий, участие в обсуждениях, доклады, сообщения, участие в деловых и ролевых играх).

Работа с учебником. Базовые учебники включают необходимый объем сведений для освоения изучаемой дисциплины. Работа с учебником должна происходить в течение всего семестра, а его материал распределяться равномерно по неделям, в соответствии с темами лекций и практических занятий. Целесообразно чтение учебника до лекции, т.к. это позволяет заранее подготовиться к изучаемой тематике и более глубоко и осознанно воспринимать лекционный материал. При ознакомлении с каким-либо разделом рекомендуется прочитать его целиком, стараясь уловить логику и основную мысль автора. При вторичном чтении лучше акцентировать внимание на основных, ключевых вопросах темы. Можно составить их краткий конспект, что позволит быстро освежить в памяти перед экзаменом изученный материал. Следует отметить сложные и непонятные места в учебнике, чтобы на занятии задать вопрос преподавателю.

Работа с конспектами лекций. В процессе изучения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» конспект лекций является опорным.

При чтении дисциплины различают следующие виды лекций.

1. *Вводная лекция*, где лектор дает общие представления о дисциплине, ее предмете и объекте, определяет цели и задачи курса, методологию и методы, периодизацию дисциплины, рекомендует литературу, дает ее критический анализ. Ценность таких лекций для студентов состоит не только в содержании. Преподаватель на конкретном примере своей дисциплины показывает, как нужно обобщать, выделять основное в научном исследовании.

2. *Текущие лекции* по конкретным темам курса, которые также разделяются на виды. Преподаватель может просто ознакомить с новой темой, выделить основные моменты, объяснить причинно-следственные связи, сделать выводы это обычный вариант лекции. Вместе с этим может быть прочитана проблемная лекция по какому-либо дискуссионному вопросу, на которой приводятся точки зрения и аргументы различных ученых, дается их критический анализ. Это более сложный вариант лекции, так как предполагается, что студенты уже владеют

базовым материалом и основными понятиями, поэтому без усвоения уже пройденного материала будет сложно понять обсуждаемую проблему.

Наиболее сложна для записи лекция-дискуссия (разновидность проблемной лекции), так как студенты одновременно должны следить и за мыслью преподавателя, и участвовать в диалоге, в который сознательно вовлекаются лектором, и успевать делать записи. Наиболее распространенная ошибка в этом случае – прекращение конспектирования. Если такое произошло, сразу после лекции восстановите в памяти ее содержание и обязательно сделайте записи. Такой вид лекции стимулирует мыслительные способности, ориентирует на правильное конспектирование и отучает от записи «под диктовку», что бывает свойственно студентам первых и вторых курсов.

3. *Заключительная лекция*, в которой преподаватель делает общие выводы по прочитанной дисциплине, характеризует итоги и результаты, определяет тенденции, анализирует перспективы. Такая лекция поднимает знания студентов на более высокий методологический уровень.

4. *Установочные* (характерны для заочного обучения в качестве введения в дисциплину) и *обзорные* лекции (применяются для повторения и обновления материала перед государственными экзаменами). Как правило, в них проводится обобщение, выделяются наиболее важные или спорные аспекты изучаемой дисциплины.

Изучение дисциплины «Менеджмент и маркетинг» базируется на текущих лекциях.

Таким образом, при работе с конспектом лекции нужно учитывать ее разновидность. Одни лекции дают ответы на конкретные вопросы темы, другие – лишь выявляют взаимосвязи между явлениями. Несмотря на наличие разных видов лекций, можно дать несколько общих советов студентам по их конспектированию и дальнейшей работе с записями.

1. Конспект должен легко восприниматься зрительно, чтобы максимально использовать зрительную память, поэтому он должен быть аккуратным. Выделите заголовки, отделите один вопрос от другого, соблюдайте абзацы, подчеркните термины.

2. При прослушивании лекции обращайте внимание на интонацию лектора и вводные слова «таким образом», «итак», «необходимо отметить» и т.п., которыми он акцентирует наиболее важные моменты. Не забывайте отмечать это при конспектировании.

3. Не пытайтесь записывать каждое слово лектора, иначе потеряете основную нить изложения и начнете писать автоматически, не вникая в смысл. Техника прочтения лекций преподавателем такова, что он повторяет свою мысль два три раза. Постарайтесь вначале понять ее, а затем записать, используя сокращения.

4. Создайте собственную систему сокращений, аббревиатур и символов, но не забудьте сделать словарь, иначе существует угроза не расшифровать текст. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста.

5. Конспектируя лекцию, лучше оставлять поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

6. Не забудьте прочитать лекцию перед семинарским занятием по соответствующей теме.

Проведение и подготовка к практическим занятиям. Основная цель проведения практических занятий по курсу – закрепление знаний, приобретаемых при изучении лекционного курса и при самостоятельной работе с учебной и методической литературой, а также приобретение умений в области профессиональной управленческой деятельности.

Ценность семинара как формы обучения состоит в следующем:

– студенты имеют возможность не просто слушать, но и говорить, что способствует усвоению материала, подготовленное выступление, высказанное дополнение или вывод «включают» дополнительные механизмы памяти;

– происходит углубление знаний за счет того, что вопросы рассматриваются на более высоком, методологическом, уровне или через их проблемную постановку;

– немаловажную роль играет обмен знаниями, т.к. нередко при подготовке к семинару студентам удается найти исключительно интересные и познавательные сюжеты, что расширяет кругозор всей группы;

– развивается логическое мышление, способность анализировать, сопоставлять, делать выводы;

– на семинаре студенты обучаются выступать, дискутировать, обсуждать, аргументировать, убеждать;

– имея возможность на занятии обсуждать, студенты учатся оперировать необходимой в будущей работе терминологией.

Контрольной формой проверки знаний и навыков, полученных на практических и семинарских занятиях в процессе изучения дисциплины, является экзамен. Вопросы к экзамену составлены в соответствии тематикой лекций и практических занятий по изучаемой дисциплине.

Написание реферата. Реферат (от лат. *refereo* докладываю, сообщаю) краткое изложение в письменном виде или в форме публичного выступления содержания книги, научной работы, результатов изучения научной проблемы; доклад на определенную тему, включающий обзор соответствующих литературных и других источников. Как правило, реферат имеет научно-информационное назначение, это лишь краткое изложение чужих научных выводов. Этим реферат отличается от курсовой и дипломной работ, которые представляют собой собственное научное исследование студента.

Написание реферата (доклада) начинается с определения темы и подбора литературы. Работая в библиотеке, учитывайте следующие факторы:

– если необходимо подобрать литературу по конкретной теме, но вы не знаете авторов книг (монографий), используйте предметный каталог;

– если вам известен автор или название книги, вы можете воспользоваться алфавитным или электронным каталогом;

– в каждой библиотеке дополнительно существует картотека журнальных статей;

– в настоящее время библиотеки предоставляют платные услуги для составления списка литературы по требуемой тематике, однако откажитесь от соблазна воспользоваться этим, пока не освоите методику поиска литературы самостоятельно.

При подготовке рекомендуется использовать ресурсы Интернета. Список основной и дополнительной литературы может быть использован студентами при подготовке докладов и рефератов.