

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
Ю.А. Дорошенко
« 10 » марта 2016 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

Менеджмент и маркетинг

направление подготовки:

54.03.02 – Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы

Направленность программы (профиль):

Арт-дизайн

Квалификация

бакалавр

Форма обучения

очная


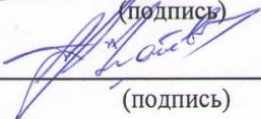
Институт: экономики и менеджмента

Кафедра: менеджмента и внешнеэкономической деятельности

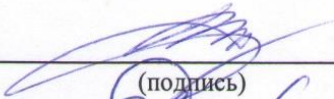
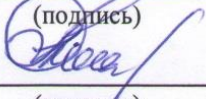

Белгород – 2016

Рабочая программа составлена на основании требований:

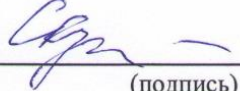
- Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 54.03.02 – ДЕКОРАТИВНО – ПРИКЛАДНОЕ ИСКУССТВО И НАРОДНЫЕ ПРОМЫСЛЫ (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 января 2016 г. № 10,
- плана учебного процесса БГТУ им. В.Г. Шухова, введенного в действие в 2016 году.

Составитель: доцент  (Ю.Н. Божков)
(подпись) (ФИО)
доцент  (А.А. Шаповалов)
(подпись) (ФИО)


Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой
Технология машиностроения
секция «Материаловедения и конструкционных материалов»

Заведующий кафедрой д.т.н., проф.  (Т.А. Дуюн)
(подпись) (ФИО)
Заведующий секцией к.т.н., проф.  (А.А. Стативко)
(подпись) (ФИО)
«25»  2016 г.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры МВД
«25» 02 2016 г., протокол № 6

Заведующий кафедрой д.э.н., проф.  (С.В. Куприянов)
(подпись) (ФИО)

Рабочая программа одобрена методической комиссией института
Экономики и менеджмента

«26»  2016 г., протокол № 6

Председатель к.э.н., проф.  (В.В. Выборнова)
(подпись) (ФИО)

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции			Требования к результатам обучения
№	Код компетенции	Компетенция	
Профессиональные			
2	ПК-5	Способность владеть знаниями и конкретными представлениям и об основах художественно-промышленного производства и основными экономическим и расчетами художественног о проекта, работать в коллективе, постановки профессиональн ых задач и принятию мер по их решению, нести ответственность за качество продукции	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – социально-экономическую сущность, принципы и функции менеджмента и маркетинга; – принципы и методы работы в трудовом коллективе; – особенности постановки профессиональных задач и практической реализации управленческих решений. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать условия для реализации на практике принципов современного менеджмента и маркетинга; – анализировать трудовое поведение человека в организации и определять его трудовую мотивацию; – эффективно работать в коллективе; – осуществлять диагностику управленческих проблем в организации и предлагать способы их решения; – использовать полученные знания в области менеджмента и маркетинга в реализации профессиональных задач. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методологией экономико-управленческого исследования; – навыками работы в трудовом коллективе; – методами принятия управленческих решений; – навыками дискуссии по профессиональной тематике.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Содержание дисциплины основывается и является логическим продолжением следующих дисциплин:

№	Наименование дисциплины (модуля)
1	Социология и психология
2	Экономика

Содержание дисциплины служит основой для изучения следующих дисциплин:

№	Наименование дисциплины (модуля)
1	Контроль качества и оценка художественных изделий

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 6
Общая трудоемкость дисциплины, час	72	72
Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:	34	34
лекции	17	17
лабораторные		
практические	17	17
Самостоятельная работа студентов, в том числе:	38	38
Курсовой проект		
Курсовая работа		
Расчетно-графическое задания		
Индивидуальное домашнее задание		
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>	38	38
Форма промежуточная аттестация (зачет, экзамен)		зачет

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Наименование тем, их содержание и объем

Курс 3 Семестр 6

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа
1	2	3	4	5	6
1. Методологические аспекты менеджмента					
	Сущности менеджмента как вида деятельности, науки, искусства и система управления. Основные категории менеджмента, принципы управления и функции менеджмента. Методы управления и их особенности: организационно-распорядительные, экономические, социально-психологические и воспитательные. История развития управленческой мысли в России и за рубежом.	2	2		4
2. Организация как объект современного менеджмента					
	Организация как система. Характеристика внутренней среды предприятия: цели, структуры, задачи, технология, кадровая составляющая. Взаимосвязь внутренних переменных. Необходимость учета внешней среды предприятия. Характеристика среды прямого и воздействия. Теории жизненного цикла организации (теория И. Адизеса и др.).	2	2		4
3. Информационное обеспечение менеджмента					
	Общее понятие и виды управленческой информации. Основные требования к информации в управлении. Роль и значение коммуникаций в управлении. Вертикальные и горизонтальные коммуникации. Основные элементы и этапы коммуникационного процесса. Коммуникативные барьеры. Система информации и основные направления развития коммуникаций в организации.	2	2		4
4. Технология принятия управленческого решения					
	Понятие «управленческое решение», их классификация. Управленческое решение как результат труда менеджера предприятия. Алгоритм принятия и реализации управленческого решения. Основные факторы, влияющие на процесс принятия решения. Экономическое обоснование и оценка управленческого решения.	3	3		4

1	2	3	4	5	6
5. Основные функции управления					
	<p>Основные функции менеджмента: планирование, организация, мотивация и контроль.</p> <p>Сущность, принципы и основные этапы планирования требования, предъявляемые к системе планирования на предприятии. Стратегическое планирование как система решений и действий, применяемых для формирования и осуществления наиболее эффективной стратегии организации.</p> <p>Принципы формирования организационных структур управления и факторы, влияющих на их формирование и развитие. Проектирование организационной структуры управления: порядок и методы проектирования, показатели, используемые при проектировании, основные критерии формирования структурных подразделений в организационной структуре управления.</p> <p>Основные стадии процесса мотивации. Сравнить содержательные и процессуальные теории мотивации. Особенности применения теорий мотивации в практике российского менеджмента.</p> <p>Контроль как процесс, обеспечивающий достижение целей организации. Три аспекта управленческого контроля и характеристика основных видов контроля в менеджменте.</p>	2	2		6
6. Социально-психологические основы менеджмента					
	<p>Кадровая политика организации. Этапы управления трудовыми ресурсами, планирование потребности в персонале. Процедура набора и отбора кадров, социальная и профессиональная адаптация. Управление движением и оценка деятельности персонала, повышение его квалификации. Планирование карьеры в организации.</p> <p>Власть, влияние, лидерство. Взаимоотношения руководителя и подчиненного, отношениям между партнерами в процессе управления. Классификация стилей руководства (различные подходы).</p> <p>Природа конфликта в организации. Элементы конфликтной ситуации и типы конфликтов, причины и способы разрешения конфликтов.</p> <p>Причины сопротивления изменениям в организации. Модель эффективного управления организационными изменениями.</p> <p>Групповая динамика. Основные и ситуационные характеристики групп, групповую сплоченность и факторы, на нее влияющие, ролевое взаимодействие в рабочей группе (функциональные и неформальные роли членов группы по М. Белбину). Формальные и неформальные группы.</p> <p>Сущность процесса построения управленческой команды в современных организациях.</p>	2	2		6

1	2	3	4	5	6
7. Сущность и содержание маркетинга					
	<p>Маркетинг как экономическая категория, сущность и цели маркетинга, выделить базисные категории маркетинга.</p> <p>История развития маркетинга и концепции управления маркетингом (концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция социально-этичного маркетинга).</p> <p>Основные принципы и функции маркетинга и его связь с менеджментом, формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.</p> <p>Решение ключевых для маркетинга задач с помощью таких основополагающих технологий (постулатов) маркетинга, как комплексные исследования рынка (рыночные исследования и маркетинговые исследования), сегментирование рынка, выбор целевого рынка, позиционирование товаров и услуг, брэндинг, комплекс маркетинга и т.д.</p>	2	2		6
8. Управление маркетингом на предприятии					
	<p>Управление маркетингом включает в себя анализ, планирование, проведение мероприятий и контроль за проведением мероприятий, направленных на установление, укрепление и поддержание выгодных обменов с целевыми покупателями, с целью достижения необходимых уровней сбыта, прибыли и доли рынка. Характеристика основных этапов управления маркетингом на предприятии. Маркетинг как система управления и как особый вид деятельности. Структура управления маркетингом, основные типы организационной структуры маркетингового подразделения. Стратегические аспекты управления маркетингом на предприятии.</p>	2	2		4
	ВСЕГО	17	17		38

4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического (семинарского) занятия	К-во практ. часов	К-во часов СРС
семестр № 6				
1	2	3	4	5
1	Методологические аспекты менеджмента	Менеджмент как вид деятельности, наука, искусство и система управления.	2	2
2	Организация как объект современного менеджмента	Анализ факторов внешней и внутренней среды бизнеса	2	2
3	Информационное обеспечение менеджмента	Информационное обеспечение менеджмента	2	2

1	2	3	4	5
4	Технология принятия управленческого решения	Технология принятия управленческого решения	3	3
5	Основные функции управления	Основные функции управления	2	2
6	Социально-психологические основы менеджмента	Социально-психологические аспекты менеджмента	2	2
7	Сущность и содержание маркетинга	Сущность и содержание маркетинга	2	2
8	Управление маркетингом на предприятии	Управление маркетингом на предприятии	2	2
ИТОГО:			17	17

4.3. Содержание лабораторных занятий

Учебным планом 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	2	3
1	Методологические аспекты менеджмента	Виды и формы менеджмента. Пояснить основные принципы и функции управления. Охарактеризовать методы управления. Возникновение и развитие управленческой мысли.
2	Организация как объект современного менеджмента	Дать понятие предприятия как системы. Назовите и поясните основные этапы жизненного цикла организации по И. Адизезу. Характеристика внутренней среды организации (предприятия). Внешняя среда организации (предприятия) и ее основные характеристики.
3	Информационное обеспечение менеджмента	Дать общее понятие управленческой информации. Назвать и пояснить основные требования к информации в менеджменте. Роль и виды коммуникаций в управлении. Модель коммуникационного процесса. Коммуникативные барьеры и способы их преодоления.
4	Технология принятия управленческого решения	Решение как составная часть процесса управления. Классификация управленческих решений и требования, предъявляемые к ним Алгоритм принятия и реализации управленческого решения. Основные факторы, влияющие на процесс принятия решений. Оценка хозяйственных решений.

1	2	3
5	Основные функции управления	<p>Планирование как функция управления. Основные требования, предъявляемые к системе планирования в современной организации.</p> <p>Стратегический менеджмент. Основные этапы стратегического планирования на предприятии.</p> <p>Механизм реализации стратегического плана: тактика, политика, процедуры и правила. Контроль за выполнением стратегического плана.</p> <p>Организационная структура внутрифирменного менеджмента. Характеристика основных видов организационных структур.</p> <p>Понятие полномочий и ответственности, виды полномочий. Делегирование полномочий. Понятие нормы управляемости.</p> <p>Мотивация, стимулирование, социальная и профессиональная адаптация.</p> <p>Применение содержательных теорий мотивации на практике.</p> <p>Применение процессуальных теорий мотивации на практике.</p> <p>Роль контроля в управленческой деятельности. Виды контроля и его формы. Основные этапы процедуры контроля.</p>
6	Социально-психологические основы менеджмента	<p>Основные этапы управления персоналом на предприятии.</p> <p>Стиль руководства. Формы власти и влияния.</p> <p>Групповая динамика. Формальные и неформальные группы.</p> <p>Специфические характеристики и стадии развития группы.</p> <p>Конфликтная ситуация в организации. Основные стили поведения в конфликтной ситуации.</p>
7	Сущность и содержание маркетинга	<p>Понятие и социально-экономическая сущность маркетинга.</p> <p>Основные концепции управления маркетингом.</p> <p>Цели, задачи, основные принципы и функции маркетинга.</p> <p>Понятие и структура окружающей маркетинговой среды.</p> <p>Система маркетинговой информации, ее содержание и основные элементы.</p> <p>Виды и назначение, этапы и структура маркетинговых исследований.</p> <p>Понятия сегментирования рынка и сегмента рынка. Процесс сегментирования.</p> <p>Анализ конкурентоспособности товаров и фирм на рынке.</p> <p>Поясните жизненный цикл товара (ЖЦТ) и управление им.</p>
8	Управление маркетингом на предприятии	<p>Организация службы маркетинга на предприятии.</p> <p>Комплекс маркетинга и его элементы. Приведите примеры.</p> <p>Формирование маркетинговой стратегии на предприятии.</p>

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

Учебным планом не предусмотрено.

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

Учебным планом не предусмотрено.

5.4. Перечень контрольных работ.

Учебным планом не предусмотрено.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной литературы

1. Чумак, Т.Г. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Т.Г. Чумак. – Электрон.текстовые данные. – Волгоград: Волгоградский институт бизнеса, Вузовское образование, 2013. – 136 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/19182>
2. Веснин, В.Р. Основы менеджмента: учебник / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2011. – 504 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент: учебник / Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 2010. – 816 с.
4. Куприянов, С. В. Менеджмент: учеб.пособие / С.В. Куприянов, А.А. Шаповалов, Ю.Н. Божков. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2013. – 447 с.
5. Ламбен, Ж. -Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок = Market-drivenmanagement: учебник / Ж.-Ж.Ламбен. – СПб.: Питер, 2012. – 800 с.
6. Лукина, А.В. Маркетинг товаров и услуг: учеб.пособие / А.В. Лукина. – М.: Форум, 2012. – 240 с.
7. Мескон, М.Х. Основы менеджмента: учебник / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2012. – 672 с.
8. Чиждова, Е. Н. Принятие управленческих решений: учеб.пособие / Е.Н. Чиждова, С.В. Куприянов, В.А. Калугин. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2014. – 97 с.
9. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие/ В.А. Лисичкин [и др.].–Электрон.текстовые данные.– М.: Евразийский открытый институт, 2009.– 527 с.– Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10845>.
10. Куприянов, С. В. Менеджмент: учеб.пособие / С.В. Куприянов, А.А. Шаповалов, Ю.Н. Божков. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2013.<https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2014040920503634126200005036>

6.2. Перечень дополнительной литературы

1. Аникин, Б.А. Коммерческая логистика [Электронный ресурс] / Б.А. Аникин, А.П. Тяпухин. – М.: Проспект. – Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=54842.
2. Бондаренко, В.В.Менеджмент организации. Введение в специальность: учеб.пособие / В.В.Бондаренко, В.А.Юдина, О.Ф.Алехина.– М.: КНОРУС, 2013.– 232 с.
3. Ефимов, А.Н.Менеджмент. Практикум: учеб.пособие /А.К.Ефимов. –М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.– 286 с.
4. Малюк,В.И.Менеджмент: деловые ситуации, практические задания, курсовое проектирование: практикум / В.И. Малюк. – М.: КНОРУС, 2010.– 304 с.
5. Менеджмент: учеб. пособие / Под ред. Н. Ю. Чаусова, О. А. Калугина. – М.: КНОРУС, 2010.– 496 с.
6. Романова М.М. Менеджмент предприятия и организации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Романова М.М.–Электрон.текстовые данные.– М.: Евразийский открытый институт, 2008.— 288 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10778>.

7. Организационное поведение: учебник / Под ред. Г.Р. Латфуллина О.Н., Громовой. – СПб.: Питер, 2010.– 432 с.

8. Чижова, Е.Н. Менеджмент и маркетинг в строительстве: учебное пособие [Электронный ресурс] / Е.Н. Чижова, Л.В. Стрекозова. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2006. – Режим доступа: <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016032116002525300000659247>.

6.3. Перечень интернет ресурсов

1. <http://ecsocman.hse.ru> – Федеральный образовательный портал ЭСМ.
2. <http://www.elibrary.ru> – научная электронная библиотека. Проект Российского фонда фундаментальных исследований.
3. <http://www.rjm.ru> – «Российский журнал менеджмента».
4. <http://www.mevriz.ru> – журнал «Менеджмент в России и за рубежом».
5. <http://www.aup.ru> – административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе».
6. <http://teormenedgment.ru> – сайт «Теория менеджмента».
7. <http://bmpravo.ru> – журнал «Бизнес, менеджмент и право».
8. <http://www.cfin.ru> – сайт «Корпоративный менеджмент»: новости, публикации, Библиотека управления (учебники, статьи, обзоры).
9. <http://www.rbc.ru> – информационная система «РосБизнесКонсалтинг».
10. <http://www.ecotrends.ru> – Всероссийский экономический журнал «ЭКО».
11. <http://www.expert.ru> – журнал «Эксперт» – еженедельное деловое аналитическое издание.
12. <http://www.economist.com.ru> – журнал «Экономист».

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации УК №3, №508, №510, №511, №512 – Специализированная мебель, технические средства обучения: мультимедийный проектор, переносной экран, ноутбук.

Читальный зал библиотеки для самостоятельной работы – Специализированная мебель, компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет» и имеющая доступ в электронную информационно-образовательную среду.

Для успешного освоения дисциплины студентами и повышения эффективности самостоятельной работы при изучении тем дисциплины на практических занятиях проводится по ряду тем демонстрация презентаций, учебных кинофильмов таких как «Разработка стратегии развития», «Как управлять слухами», «Организационное поведение», «Невербальные коммуникации» и др.

В учебном процессе при самостоятельной и индивидуальной работе, в том числе при подготовке реферата рекомендуется использовать пакет программMicrosoftOffice (в частности, PowerPoint) – лицензия №31401445414 от 25.09.2014 г.

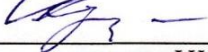
8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы с изменениями, дополнениями по п.6.1.:

10. Менеджмент и маркетинг: методические указания к проведению практических занятий, организации самостоятельной работы для студентов очной формы обучения направления 54.03.02 / сост. Ю.Н. Божков. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2016. – 72 с.; То же [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016110216162603500000659327>.

Рабочая программа с изменениями, дополнениями утверждена на 2017/2018 учебный год.

Протокол № 1 заседания кафедры от «31» 08 2017г.

Заведующий кафедрой  (Куприянов С.В.)
подпись, ФИО


Директор института  (Дорошенко Ю.А.)
подпись, ФИО

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

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

Протокол № 9 заседания кафедры от « 10 » мая 2018 г.

Заведующий кафедрой _____


подпись, ФИО

Директор института _____


подпись, ФИО

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

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

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

Заведующий кафедрой _____ Трошин А.С.


подпись, ФИО

Директор института _____ Дорошенко Ю.А.


подпись, ФИО


8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

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


Протокол № 10 заседания кафедры от «22» мая 2020 г.

Заведующий кафедрой _____


подпись, ФИО

Трошин А.С.

/ Директор института _____


подпись, ФИО

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 «14» мая 2021 г.

Заведующий кафедрой _____ А.С. Трошин
подпись, ФИО

Директор института _____ Ю.А. Дорошенко
подпись, ФИО

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение №1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины «Менеджмент и маркетинг»

Курс «Менеджмент и маркетинг» рассчитан на всестороннее и глубокое изучение процессов управления в организации и служит руководством для принятия экономических решений, связанных с планированием и определением перспектив развития фирмы, организацией и оценкой деятельности, мотивацией персонала и представляет собой неотъемлемую составную часть подготовки студентов по направлению бакалавриата «Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы».

Занятия проводятся в виде лекций и практических занятий. Важное значение для изучения курса имеет самостоятельная работа студентов.

Формы контроля знаний студентов предполагают текущий и итоговый контроль. Текущий контроль знаний проводится в форме систематических опросов, подготовки докладов и рефератов, периодического тестирования, решений задач и т.п. Формой итогового контроля является зачет.

Самостоятельная работа является главным условием успешного освоения изучаемой учебной дисциплины и формирования высокого профессионализма будущих бакалавров.

Изучение отдельных тем курса необходимо осуществлять в соответствии с поставленными в них целями, их значимостью, основываясь на содержании и вопросах, поставленных в лекции преподавателя и приведенных в планах и заданиях к практическим занятиям.

В учебниках и учебных пособиях, представленных в списке рекомендуемой литературы, содержатся возможные ответы на поставленные вопросы. Инструментами освоения учебного материала являются основные термины и понятия, составляющие категориальный аппарат дисциплины. Их осмысление, запоминание и практическое использование являются обязательным условием овладения курсом.

Для формирования у обучающихся устойчивых навыков и представлений об изучаемой дисциплине им следует воспользоваться учебным пособием: Куприянов, С. В. Менеджмент: учеб. пособие / С.В. Куприянов, А.А. Шаповалов, Ю.Н. Божков. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2013. – 447 с. или его электронной версией, режим доступа: <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2014040920503634126200005036>.

Для более глубокого изучения проблем курса при подготовке рефератов, докладов и выступлений необходимо ознакомиться с публикациями в периодических экономических изданиях и статистическими материалами. Поиск и подбор таких изданий, статей, материалов и монографий осуществляется на основе библиографических указаний и предметных каталогов. Также на практических занятиях и при осуществлении самостоятельной работы в обязательном порядке следует использовать Методические указания к проведению практических занятий, организации самостоятельной работы для студентов очной формы обучения направления 54.03.02 по дисциплине

«Менеджмент и маркетинг» (сост. Ю.Н. Божков. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2016. – 72 с.).

Для изучения дисциплины внимательно слушать и конспектировать лекции, работать с учебным пособием по дисциплине, читать рекомендуемую литературу, просматривать периодическую печать, активно участвовать в семинарах. Использовать ресурсы сети Интернет для расширения и дополнения лекционного материала, подготовки докладов, сообщений, рефератов.

Рекомендуется осуществлять подбор специальной литературы по электронному каталогу. Так, обучающиеся для самостоятельной работы могут воспользоваться следующими источниками:

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

Чижова, Е.Н. Менеджмент и маркетинг в строительстве: учебное пособие [Электронный ресурс] / Е.Н. Чижова, Л.В. Стрекозова. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2006. – Режим доступа: <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016032116002525300000659247>.

Успешное освоение курса дисциплины возможно лишь при систематической работе, требующей глубокого осмысления и повторения пройденного материала, поэтому необходимо делать соответствующие записи по каждой теме.

Зачет по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» проводится в тестовой форме на зачетной неделе 6-го семестра.