

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет физико-технический

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Иванов А.Г.

подпись

«



2017г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.04 Основы маркетинга и менеджмента на предприятиях медико-технического профиля

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки 12.04.04 Биотехнические системы и технологии
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) Методы анализа и синтеза медицинских
изображений

(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки академическая
(академическая /прикладная)

Форма обучения очная
(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника магистр
(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2017

Рабочая программа дисциплины **ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МЕДИКО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ** составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 12.04.04 Биотехнические системы и технологии (профиль Методы анализа и синтеза медицинских изображений)

Программу составил(и):

С.А. Онищук, доцент

И.О. Фамилия, должность


подпись

Рабочая программа дисциплины **ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МЕДИКО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ** утверждена на заседании кафедры физики и информационных систем

протокол № 16 « 4 » мая 2017 г.

Заведующий кафедрой физики и

информационных систем **Богатов Н.М.**

фамилия, инициалы


подпись

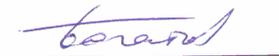
Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры физики и информационных систем

протокол № 16 « 4 » мая 2017 г.

Заведующий кафедрой физики и

информационных систем **Богатов Н.М.**

фамилия, инициалы

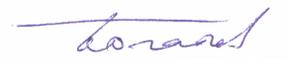

подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии физико-технического факультета

протокол № 6 « 4 » мая 2017 г.

Председатель УМК факультета **Богатов Н.М.**

фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

Григорьян Л.Р., к. ф.-м. н., директор ООО НПФ "Мезон"

Шапошникова Т.Л., д. пед. н., профессор, зав. кафедрой физики ФГБОУ ВО КубГТУ

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель освоения дисциплины

Учебная дисциплина «Основы маркетинга и менеджмента на предприятиях медико-технического профиля» ставит своей целью:

- получение студентами знаний о методах теории менеджмента и маркетинга, основных концепциях менеджмента, классических теориях управления и современных концепциях;
- приобретение умений, необходимых для принятия управленческих решений по наиболее эффективному использованию ограниченных ресурсов предприятия;
- поддержка единого информационного пространства планирования и управления предприятием на всех этапах жизненного цикла производимой продукции;
- участие в проведении технико-экономического и функционально-стоимостного анализа рыночной эффективности создаваемого продукта;
- овладение методами системного анализа сложноорганизованных объектов, методами планирования как средствами изменения и развития организованных систем, методами стратегического планирования и целевого управления, построения организаций.
- организация работы коллективов исполнителей; приобретение знаний по теориям мотивации и групповой динамики, контролю и анализу деятельности организаций. Технологии принятия управленческих решений; разработке планов и программ инновационной деятельности на предприятии;
- формирование у студентов мотивации к самообразованию за счет активизации самостоятельной познавательной деятельности.

1.2 Задачи дисциплины

Основной задачей дисциплины является изучение рынка и управления предприятием, и основы технологии производства медико-технического направления. В результате изучения дисциплины у студентов должны сформироваться знания, умения и навыки, позволяющие анализировать рынок, структуру предприятия и способы управления им.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы маркетинга и менеджмента на предприятиях медико-технического профиля» по направлению подготовки 12.04.04 Биотехнические системы (квалификация (степень) "магистр") относится к учебному циклу дисциплин (модулей) базовой части.

В результате изучения дисциплины студенты должны получить знания, имеющие не только самостоятельное значение, но и обеспечивающие базовую подготовку для усвоения ряда последующих дисциплин: «Теория электрических цепей», «Информатизация в медицинской практике», «Медицинские информационные системы» и др.

Настоящая дисциплина находится на стыке дисциплин, обеспечивающих базовую и специальную подготовку студентов, необходимую для деятельности на предприятиях медико-технического профиля. Изучая эту дисциплину, студенты получают практические навыки работы и управления соответствующими предприятиями, а также возможность сбыта медицинской техники. Поэтому для её освоения необходимо успешное усвоение сопутствующих дисциплин: «История и методология науки и техники в области биотехнических систем и технологий» и «Биотехнические системы и технологии», «Современные проблемы биомедицинской и экологической инженерии».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

- Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных (ОК) и профессиональных компетенций (ПК)*:

- **Требования к уровню освоения дисциплины**

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОК-3	готовность к активному общению с коллегами в производственной и социально-общественной сферах деятельности	место организации в менеджменте, разграничение между формальными и неформальными организациями, жизненный цикл организации.. Отраслевые особенности организаций (предприятия приборостроения), содержательные теории мотивации	определять внутреннюю и внешнюю среду организации, объяснять процессуальные теории мотивации	навыками работы с организацией как открытой социально-экономической системой, критериями результативности организации, способность применять на практике модель процесса мотивации
2.	ПК-1	использовать результаты освоения фундаментальных и прикладных дисциплин магистерской программы	социальные основы маркетинга, способы удовлетворение людских потребностей, процесс управления маркетингом...	проводить стратегическое планирование в менеджменте, применять разные типы стратегий, принимать управленческие решения	Определение сегментирования рынка, выбором целевых сегментов, позиционированием товаров, исследованием и прогнозированием рынка, определением конкурентоспособности фирмы и продукции
3.	ПК-14	готовность участвовать в проведении технико-	стратегии и методы рыночного ценообразования.	Объяснять элементы мотивации персонала,	навыками работы с ценообразованием, с

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		экономического и функционально-стоимостного анализа рыночной эффективности и создаваемого продукта		разрабатывать план маркетинга, принимать управленческие решения, управлять инновациями, управлять производством, управлять качеством	каналами распределения и продвижения товаров и услуг
4.	ОПК-3	способность демонстрировать навыки работы в коллективе, порождать новые идеи	- некоторые способы взаимодействия с различными субъектами педагогического процесса;	- бесконфликтно общаться с различными субъектами процесса;	- способами взаимодействия с другими субъектами образовательного процесса

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач.ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		В			
Контактная работа, в том числе:	16,3	16,3			
Аудиторные занятия (всего):	16	16			
Занятия лекционного типа	8	8	-	-	-
Лабораторные занятия	-	-	-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	8	8	-	-	-
	-	-	-	-	-
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3	0,3			
Самостоятельная работа, в том числе:	56	56			
<i>Курсовая работа</i>	-	-	-	-	-
<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>	30	30			
<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка</i>	6	6			

<i>сообщений, презентаций)</i>						
<i>Реферат</i>						
Подготовка к текущему контролю		20	20			
Контроль:		35,7	35,7			
Подготовка к экзамену		35,7	35,7			
Общая трудоемкость	час.	108	108	-	-	-
	в том числе контактная работа	16,3	16,3			
	зач. ед	3	3			

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	КЗ	
1	2	3	4		5	7
1	Маркетинг и менеджмент как вид деятельности. Социальные основы маркетинга: удовлетворение людских потребностей. Процесс управления маркетингом	5		1		4
2	Основные концепции маркетинга, подходы к рынку. Комплекс маркетинга	5	1			4
3	Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации. Маркетинговая среда (поставщики, посредники, клиенты, конкуренты) и факторы на нее влияющие	5		1		4
4	Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товаров. Исследование и прогнозирование рынка. Конкурентоспособность фирмы и продукции	5	1			4

5	Стратегии и методы рыночного ценообразования. Разработка плана маркетинга	5	1			4
6	Каналы распределения и продвижение товаров и услуг	5		1		4
7	Характеристика организации. Функции управления, уровни менеджмента. История развития менеджмента, подходы, школы управления	5	1			4
8	Организация взаимодействия и построение организации	6	2			4
9	Стратегическое планирование в менеджменте. Типы стратегий	5	1			4
10	Мотивация персонала	5	1			4
11	Контроль и учет в менеджменте	5		1		4
12	Принятие управленческих решений	5		1		4
13	Управление инновациями	3		1		2
14	Управление производством	4		1		3
15	Управление качеством	4		1		3
	<i>Всего:</i>		8	8		56

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Основные концепции маркетинга, подходы к рынку. Комплекс	Управление маркетингом. Концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция	Контрольная работа

	маркетинга	социально-этичного маркетинга.	
2.	Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товаров. Исследование и прогнозирование рынка. Конкурентоспособность фирмы и продукции	Общий подход к сегментированию рынка. Основные принципы сегментирования потребительских рынков и товаров промышленного назначения. Выбор целевых сегментов рынка. Варианты охвата рынка. Уровни конкурентоспособности. Методы оценки уровня конкурентоспособности продукции	Контрольная работа
3.	Стратегии и методы рыночного ценообразования. Разработка плана маркетинга	Установление цен на товар. Задачи и политика ценообразования. Ценообразование на разных типах рынка. Максимизация текущей прибыли. Виды издержек. Анализ цен и товаров конкурентов	Контрольная работа
4.	Характеристика организации. Функции управления, уровни менеджмента. История развития менеджмента, подходы, школы управления	Понятие организации, ее место в менеджменте. Формальные и неформальные организации. Жизненный цикл организации. Внутренняя и внешняя среда организации. Организация как открытая социально-экономическая система. Отраслевые особенности организаций (предприятия приборостроения). Критерии результативности организации	Контрольная работа
5.	Организация взаимодействия и построение организации	Функция организации как создание реальных условий для достижения целей. Организация взаимодействия между линейными, функциональными и штабными полномочиями. Делегирование полномочий. Полномочия и ответственность. Власть и пределы полномочий. Соотношение централизации и децентрализации в структуре менеджмента. Построение организаций. Элементы организационной структуры управления. Линейная, линейно-функциональная, линейно-штабная структуры управления. Функциональная и дивизиональная структуры. Матричная структура. Проектирование организационных структур на предприятиях приборостроения	Контрольная работа
6.	Стратегическое планирование в менеджменте. Типы	Принципы, методы и типы планирования. Планирование стратегии. Процесс выбора стратегии. Выполнение стратегии.	Контрольная работа

	стратегий	Бизнес-планирование. Цели и задачи бизнес-планов. Содержание бизнес-планов. Финансово-экономические расчеты	
7.	Мотивация персонала	Понятие и элементы мотивации. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации. Модель процесса мотивации	Контрольная работа

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
	2	3	4
1. 1	Маркетинг и менеджмент как вид деятельности. Социальные основы маркетинга: удовлетворение людских потребностей. Процесс управления маркетингом	Понятие маркетинга. Повседневное воздействие маркетинга на потребителей. Нужды, потребности, запросы, товары, обмен, сделка. Цели системы маркетинга. Анализ рыночных возможностей, выявление новых рынков. Замеры и прогнозирование спроса.	Проверочная контрольная работа, проверка домашнего задания.
2.	Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации. Маркетинговая среда (поставщики, посредники, клиенты, конкуренты) и факторы на нее влияющие	Концепция системы маркетинговой информации. Система внутренней отчетности. Система сбора внешней текущей маркетинговой информации. Система маркетинговых исследований. Схема маркетингового исследования. Отбор источников информации	Проверочная контрольная работа, проверка домашнего задания.
3.	Каналы распределения и продвижение товаров и услуг	Природа каналов распределения. Функции канала распределения. Число уровней канала распределения. Решения о структуре канала. Отбор участников канала. Решения по проблемам товародвижения. Структура управления товародвижением фирмы. Продвижение товаров: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда	Проверочная контрольная работа, проверка домашнего задания.
4.	Контроль и учет в менеджменте	Сущность и виды контроля. Предварительный, текущий и заключительный контроль. Процесс контроля. Система эффективного контроля. Учетная политика на предприятии. Бухгалтерский учет.	Проверочная контрольная работа, проверка домашнего задания.

		Отчет о финансовых результатов	
5.	Принятие управленческих решений	Понятие и виды решений. Запрограммированные и незапрограммированные решения. Процесс принятия рационального решения. Технология подготовки и принятия решений. Проблемы и их решение. Разработка вариантов решений. Организация выполнения принятого решения. Управленческое решение и ответственность	Проверочная контрольная работа, проверка домашнего задания.
6.	Управление инновациями	Понятие инноваций. Жизненный цикл инноваций. Характеристика инновационных проектов. Этапы инновационных процессов. Поисковые и прикладные НИР. Опытно-конструкторские и технологические работы. Проектирование и создание научно-технической продукции в области приборостроения. Интеллектуальная собственность, ее сущность и содержание. Правовая охрана интеллектуальной собственности. Виды и источники инвестиций. Дисконтирование затрат и результатов. Показатели эффективности	Проверочная контрольная работа, проверка домашнего задания.
7.	Управление производством	Цели и задачи управления производством. Цикл управления производством. Производственная структура. Организация основного производства. Организация обслуживающего производства	Проверочная контрольная работа, проверка домашнего задания.
8.	Управление качеством	Понятие и показатели качества. Контроль качества. Повышение качества. Стандартизация и сертификация продукции	Проверочная контрольная работа, проверка домашнего задания.

Лабораторные занятия - не предусмотрены.

2.3.3. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы - не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Наименование раздела	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3

<p>Маркетинг и менеджмент как вид деятельности. Социальные основы маркетинга: удовлетворение людских потребностей. Процесс управления маркетингом</p>	<p>1. Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2018. — 152 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/93471</p>
<p>2. Основные концепции маркетинга, подходы к рынку. Комплекс маркетинга</p>	<p>2. Титова, В.А. Управление маркетингом : учебное пособие / В.А. Титова, М.Е. Цой, Е.В. Мамонова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Новосибирский государственный технический университет. - 2-е изд., перераб. и доп. - Новосибирск : НГТУ, 2013. - 468 с. : табл., граф., схем., ил. - (Учебники НГТУ). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7782-2071-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436286</p>
<p>3. Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации. Маркетинговая среда (поставщики, посредники, клиенты, конкуренты) и факторы на нее влияющие</p>	<p>3. Герчикова, И.Н. Менеджмент : учебник / И.Н. Герчикова. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 510 с. : табл., схемы - (Золотой фонд российских учебников). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01095-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114981</p>
<p>4. Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товаров. Исследование и прогнозирование рынка. Конкурентоспособность фирмы и продукции</p>	<p>4. Гринберг, А.С. Информационный менеджмент : учебное пособие / А.С. Гринберг, И.А. Король. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 415 с. - (Профессиональный учебник: Информатика). - Библиогр.: с. 292-295. - ISBN 5-238-00614-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114421</p>
<p>5. Стратегии и методы рыночного ценообразования. Разработка плана маркетинга</p>	<p>5. Ильин, Анатолий Игнатьевич Планирование на предприятии: учебное пособие для студентов вузов /А. И. Ильин 9-е изд. -Минск: Новое знание, 2011</p>
<p>6. Каналы распределения и продвижение товаров и услуг</p>	
<p>7. Характеристика организации. Функции управления, уровни менеджмента. История развития менеджмента, подходы, школы управления</p>	
<p>8. Организация взаимодействия и построение организации</p>	
<p>9. Стратегическое планирование в менеджменте. Типы стратегий</p>	
<p>10. Мотивация персонала</p>	
<p>11. Контроль и учет в менеджменте</p>	
<p>12. Принятие управленческих решений</p>	
<p>13. Управление инновациями</p>	

14	Управление производством	
15	Управление качеством	

3. Образовательные технологии

Для проведения меньшей части лекционных занятий используются мультимедийные средства воспроизведения активного содержания, позволяющего слушателю воспринимать особенности изучаемой профессии, зачастую играющие решающую роль в понимании и восприятии, а так же формировании профессиональных компетенций. Большая часть лекций и практические занятия проводятся с использованием доски и справочных материалов.

По изучаемой дисциплине студентам предоставляется возможность открыто пользоваться (в том числе копировать на личные носители информации) подготовленными ведущим данную дисциплину лектором материалами в виде электронного комплекса сопровождения, включающего в себя: электронные конспекты лекций; электронные варианты учебно-методических пособий для выполнения лабораторных заданий; списки контрольных вопросов к каждой теме изучаемого курса; GNU и/или GNL пакеты программ для выполнения лабораторных работ.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

текущий контроль: выполнение контрольных работ.

итоговый контроль: экзамен.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущей аттестации

Проверяются компетенции ОК-3; ОПК-3; ПК-1; ПК-14

Варианты контрольной работы:

Вариант № 1

Маркетинг и менеджмент как вид деятельности. Социальные основы маркетинга: удовлетворение людских потребностей. Процесс управления маркетингом

Вариант № 2

Основные концепции маркетинга, подходы к рынку. Комплекс маркетинга

Вариант № 3

Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации. Маркетинговая среда (поставщики, посредники, клиенты, конкуренты) и факторы на нее влияющие

Вариант № 4

Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товаров. Исследование и прогнозирование рынка. Конкурентоспособность фирмы и продукции

Вариант № 5

Стратегии и методы рыночного ценообразования. Разработка плана маркетинга

Вариант № 6

Каналы распределения и продвижение товаров и услуг

Вариант № 7

Характеристика организации. Функции управления, уровни менеджмента. История развития менеджмента, подходы, школы управления

Вариант № 8

Организация взаимодействия и построение организации

Вариант № 9

Стратегическое планирование в менеджменте. Типы стратегий

Вариант № 10

Мотивация персонала

Вариант № 11

Контроль и учет в менеджменте

Вариант № 12

Принятие управленческих решений

Вариант № 13

Управление инновациями

Вариант № 14

Управление производством

Вариант № 15

Управление качеством

4.2 Фонд оценочных средств для проведения аттестации

Проверяются компетенции ОК-3; ОПК-3; ПК-1; ПК-14

Перечень вопросов и практических заданий, выносимых на зачёт по дисциплине «Основы маркетинга и менеджмента на предприятиях медико-технического профиля»:

1. Маркетинг как вид деятельности. Социальные основы маркетинга: удовлетворение людских потребностей. Процесс управления маркетингом.

Понятие маркетинга. Повседневное воздействие маркетинга на потребителей. Нужды, потребности, запросы, товары, обмен, сделка. Цели системы маркетинга. Анализ рыночных возможностей, выявление новых рынков. Замеры и прогнозирование спроса.

2. Менеджмент как вид деятельности.

Понятие менеджмента. Принципы менеджмента. Функции менеджмента. Характеристика труда менеджера. Структура труда менеджера. Соотношение функций менеджера и уровней управления.

3. Основные концепции маркетинга, подходы к рынку. Комплекс маркетинга.

Управление маркетингом. Концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция социально-этичного маркетинга.

4. Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации. Маркетинговая среда (поставщики, посредники, клиенты, конкуренты) и факторы на нее влияющие.

5. Концепция системы маркетинговой информации. Система внутренней отчетности. Система сбора внешней текущей маркетинговой информации. Система маркетинговых исследований. Схема маркетингового исследования. Отбор источников информации.

6. Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товаров. Исследование и прогнозирование рынка. Конкурентоспособность фирмы и продукции.

7. Общий подход к сегментированию рынка. Основные принципы сегментирования потребительских рынков и товаров промышленного назначения. Выбор целевых сегментов рынка. Варианты охвата рынка. Уровни конкурентоспособности. Методы оценки уровня конкурентоспособности продукции.

8. Стратегии и методы рыночного ценообразования. Разработка плана маркетинга.

9. Установление цен на товар. Задачи и политика ценообразования. Ценообразование на разных типах рынка. Максимизация текущей прибыли. Виды издержек. Анализ цен и товаров конкурентов.

10. Каналы распределения и продвижение товаров и услуг.

11. Природа каналов распределения. Функции канала распределения. Число уровней канала распределения. Решения о структуре канала. Отбор участников канала. Решения по проблемам товародвижения. Структура управления товародвижением фирмы. Продвижение товаров: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда.

12. Характеристика организации. Функции управления, уровни менеджмента. История развития менеджмента, подходы, школы управления

13. Понятие организации, ее место в менеджменте. Формальные и неформальные организации. Жизненный цикл организации. Внутренняя и внешняя среда организации. Организация как открытая социально-экономическая система. Отраслевые особенности организаций (предприятия приборостроения). Критерии результативности организации.

14. История развития менеджмента.

Истоки возникновения менеджмента. Развитие управления как науки. Школы менеджмента. Научное управление. Классическое управление. Доктрина человеческих отношений. Поведенческие науки. Современные концепции менеджмента с точки зрения количественного, процессного, системного и ситуационного подхода. Вклад в современную науку менеджмента концепций различных школ и подходов. Система взглядов на управление в России в современных условиях.

15. Организация взаимодействия и построение организации.

Функция организации как создание реальных условий для достижения целей. Организация взаимодействия между линейными, функциональными и штабными полномочиями. Делегирование полномочий. Полномочия и ответственность. Власть и пределы полномочий. Соотношение централизации и децентрализации в структуре менеджмента. Построение организаций. Элементы организационной структуры управления. Линейная, линейно-функциональная, линейно-штабная структуры управления. Функциональная и дивизиональная структуры. Матричная структура. Проектирование организационных структур на предприятиях приборостроения.

16. Стратегическое планирование в менеджменте.

Принципы, методы и типы планирования. Планирование стратегии. Процесс выбора стратегии. Выполнение стратегии.

17. Бизнес-планирование.

Цели и задачи бизнес-планов. Содержание бизнес-планов. Финансово-экономические расчеты.

18. Мотивация персонала.

Понятие и элементы мотивации. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации. Модель процесса мотивации.

11. Контроль и учет в менеджменте.

Сущность и виды контроля. Предварительный, текущий и заключительный контроль. Процесс контроля. Система эффективного контроля. Учетная политика на предприятии. Бухгалтерский учет. Отчет о финансовых результатах.

19. Принятие управленческих решений.

Понятие и виды решений. Запрограммированные и незапрограммированные решения. Процесс принятия рационального решения. Технология подготовки и принятия решений. Проблемы и их решение. Разработка вариантов решений. Организация выполнения принятого решения. Управленческое решение и ответственность.

20. Управление инновациями.

Понятие инноваций. Жизненный цикл инноваций. Характеристика инновационных проектов. Этапы инновационных процессов. Поисковые и прикладные НИР. Опытно-конструкторские и технологические работы. Проектирование и создание научно-технической продукции в области приборостроения. Интеллектуальная собственность, ее сущность и содержание. Правовая охрана интеллектуальной собственности. Виды и источники инвестиций. Дисконтирование затрат и результатов. Показатели эффективности.

21. Управление производством.

Цели и задачи управления производством. Цикл управления производством. Производственная структура. Организация основного производства. Организация обслуживающего производства.

22. Управление качеством.

Понятие и показатели качества. Контроль качества. Повышение качества. Стандартизация и сертификация продукции.

Практическое задание №1

Определить: Маркетинг и менеджмент как вид деятельности в условиях рыночной экономики

Практическое задание №2

Определить: Маркетинговая среда (поставщики, посредники, клиенты, конкуренты) фирмы «Кока-кола»

Практическое задание №3

Определить: Каналы распределения и продвижение товаров и услуг в медицинской области

Практическое задание №4

Определить: Контроль и учет в менеджменте фармацевтических фирм

Практическое задание №5

Определить: Принятие управленческих решений в условиях кризиса

Практическое задание №6

Определить: Управление инновациями в автомобильной промышленности

Практическое задание №7

Определить: Управление производством плавящихся сыров

Практическое задание №8

Определить: Управление качеством медицинского обслуживания

Оценочные средства для инвалидов и лицами с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2018. — 152 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93471>
2. Герчикова, И.Н. Менеджмент : учебник / И.Н. Герчикова. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 510 с. : табл., схемы - (Золотой фонд российских учебников). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01095-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114981>
3. Гринберг, А.С. Информационный менеджмент : учебное пособие / А.С. Гринберг, И.А. Король. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 415 с. - (Профессиональный учебник: Информатика). - Библиогр.: с. 292-295. - ISBN 5-238-00614-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114421>
4. Ильин, Анатолий Игнатьевич Планирование на предприятии: учебное пособие для студентов вузов /А. И. Ильин 9-е изд. -Минск: Новое знание, 2011

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт»

Дополнительная литература:

1. Титова, В.А. Управление маркетингом : учебное пособие / В.А. Титова, М.Е. Цой, Е.В. Мамонова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Новосибирский государственный технический университет. - 2-е изд., перераб. и доп. - Новосибирск : НГТУ, 2013. - 468 с. : табл., граф., схем., ил. - (Учебники НГТУ). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7782-2071-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436286>

5.3. Периодические издания:

1. Журнал «Маркетинг».

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Microsoft Office 2010 (beta).
2. www.iso.org
3. www.quality.ru

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

На самостоятельную работу магистрантов отводится 56(50) % времени от общей трудоемкости дисциплины. Сопровождение самостоятельной работы студентов организовано в следующих формах:

- текущий контроль в виде тестов и контрольных работ.

Проверка знаний магистрантов основана на контрольных вопросах, приведенных в учебниках и дополнительных вопросах, касающихся соответствующих разделов дисциплины.

- выполнение домашних заданий по практическим занятиям.

- усвоение, дополнение и вникание в разбираемые разделы дисциплины при помощи знаний получаемых по средствам изучения рекомендуемой литературы.

- консультации, организованные для разъяснения проблемных моментов при самостоятельном изучении тех или иных аспектов разделов усваиваемой информации в дисциплине.

График самостоятельной работы студента приведен в Приложении 1

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) Перечень необходимого программного обеспечения

1. Операционная система MS Windows или Linux.
2. GNU демо пакет программ САПР Micro-Cap.
3. Интегрированное офисное приложение.
4. ПО для организации управляемого и безопасного доступа в Интернет.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

№ п/п	Ссылка	Пояснение
1.	http://www.book.ru	BOOK.ru – электронная библиотечная система (ЭБС) современной учебной и научной литературы. Библиотека BOOK.ru содержит актуальную литературу по всем отраслям знаний, коллекция пополняется электронными книгами раньше издания печатной версии.
2.	http://www.ibooks.ru	Айбукс.ру – электронная библиотечная система учебной и научной литературы. В электронную коллекцию включены современные учебники и пособия ведущих издательств России.
3.	http://www.sciencedirect.com	Платформа ScienceDirect обеспечивает всесторонний охват литературы из всех областей науки, предоставляя доступ к более чем 2500 наименований журналов и более 11000 книг из коллекции издательства «Эльзевир», а также огромному числу журналов, опубликованных престижными научными сообществами. Полнотекстовая база данных ScienceDirect является непревзойденным Интернет-ресурсом научно-технической и медицинской информации и содержит 25% мирового рынка научных

		публикаций.
4.	http://www.scopus.com	База данных Scopus индексирует более 18 тыс. наименований журналов от 5 тыс. международных издательств, включая более 300 российских журналов. Непревзойденная поддержка в поиске научных публикаций и предоставлении ссылок на все вышедшие рефераты из обширного объема доступных статей. Возможность получения информации о том, сколько раз ссылались другие авторы на интересующую Вас статью, предоставляется список этих статей. Отслеживание своих публикаций с помощью авторских профилей, а так же работы своих соавторов и соперников.
5.	http://www.scirus.com	Scirus – бесплатная поисковая система для поиска научной информации.
6.	http://www.elibrary.ru	Научная электронная библиотека (НЭБ) содержит полнотекстовые версии научных изданий ведущих зарубежных и отечественных издательств.
7.	http://diss.rsl.ru	«Электронная библиотека диссертаций» Российской Государственной Библиотеки (РГБ) в настоящее время содержит более 400 000 полных текстов наиболее часто запрашиваемых читателями диссертаций. Ежегодное оцифровывание от 25000 до 30000 диссертаций.
8.	http://moodle.kubsu.ru	Среда модульного динамического обучения

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для проведения занятий имеется необходимая материально-техническая база, соответствующая действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам:

- лекционная аудитория, оснащенная мультимедийными проекторами с возможностью подключения к Wi-Fi, документ-камерой, маркерными досками для демонстрации учебного материала;
- специализированный класс, с компьютерами и подключенным к ним периферийным измерительным прибором;
- аппаратное и программное обеспечение, соответствующие методические материалы для проведения самостоятельной работы по дисциплине;
- литература в библиотеке университета.

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Аудитория 201С, 148С, 312С оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ПО): ОС Windows, MS Office.
2.	Семинарские занятия	Аудитория 201С, 148С, 312С оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ПО): ОС Windows, MS Office.
3.	Лабораторные занятия	Не запланированы
4.	Курсовое проектирование	Кабинет для выполнения курсовых работ аудитория 204С, 205С.
5.	Групповые (индивидуальные)	Аудитория 148С, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) и

	консультации	соответствующим программным обеспечением (ПО): ОС Windows, MS Office.
6.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория 148С, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ПО): ОС Windows, MS Office.
7.	Самостоятельная работа	Кабинет электронных ресурсов для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Аудитория 208С, 204С, 205С.