Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет химии и высоких технологий

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор
_____ Хагуров Т.А.
«29» _____ 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Направление подготовки/специальность 27.04.01 Стандартизация и метрология

Направленность (профиль) / специализация Всеобщее управление качеством

Программа подготовки академическая

Форма обучения заочная

Квалификация (степень) выпускника магистр

Краснодар 2020

Рабочая программа «Менеджмент и маркетинг» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 27.04.01 Стандартизация и метрология

Программу составил(и):
О.Г. Лаптева, доцент, к.т.н. _____ подпись

Рабочая программа дисциплины «Менеджмент и маркетинг» утверждена на заседании кафедры аналитической химии
протокол № 6 «15» мая 2020г.
Заведующий кафедрой аналитической химии Темердашев З.А. _____

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры аналитической химии
протокол № 6 «15»мая 2020 г.
Заведующий кафедрой аналитической химии Темердашев З.А. _____
подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета химии и высоких технологий
протокол № 5 «25» мая 2020 г.
Председатель УМК факультета,

Беспалов А.В., канд.хим.наук, доцент _____
подпись

Рецензенты:
Заместитель начальника отдела контроллинга
ПАО «Кубаньэнерго» Довжиков К.Н.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

1.1 Цель дисциплины

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования, основной образовательной программой магистратуры по направлению подготовки 27.04.01 – Стандартизация и метрология и потребностями рынка труда Краснодарского края выпускник должен быть подготовлен к разработке элементов систем управления качества применительно к конкретным условиям производства и реализации продукции на основе отечественных и международных нормативных документов и проведение научных исследований и разработку сложных прикладных проблем в области метрологии, стандартизации, сертификации и управления качеством. В связи с этим основной целью дисциплины являетсяприобретение магистрами необходимых теоретических знаний и практических навыков по поведению на современном рынке предприятий и достижению на них успеха, правильное владение понятийным и категорийным аппаратом рынка и менеджмента предприятий.

1.2 Задачи дисциплины:

- 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.

1.3 Место дисциплины в структуре ООП ВПО

Дисциплина входит в вариативную часть, базовая дисциплина учебного плана направления подготовки 27.04.01 «Стандартизация и метрология».

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения, владения, освоенные в процессе изучения следующих дисциплин:Экономика и управление производством; Экономика предприятия; Всеобщее управление качеством.

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

Для возможности осуществления организации и проведения аудитов систем менеджмента предприятий предусмотрены следующие профессиональные компетенции:

- способность к адаптации метрологической и адаптационной документации к прогнозируемому усовершенствованию, модернизации, унификации выпускаемой продукции и ее элементов (ПК-14);
- владение метрологическим анализом технических решений и производственных процессов (ПК-18).

№ п.п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ПК-14	способность к адаптации метрологической и адаптационной документации к прогнозируемому усовершенствованию, модернизации, унификации выпускаемой продукции и ее элементов	Основы построения документации	Проводить анализ прогнозирования последствий и нахождение компромиссов	Навыками разработки прогнозов, оптимизационных моделей
2.	ПК-18	владение метрологическим анализом технических решений и производственных процессов	Основы метрологии	Моделировать процессы	Методологиями процессного моделирования

2. Структура и Содержание дисциплины

21 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4зач. ед. (144 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ЗФО).

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 6			
		сессия 1	сессия 2		
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего)	38	16	22		
В том числе:					
Занятия лекционного типа	12	6	6		
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	26	10	16		
Лабораторные занятия					
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
Самостоятельная работа (всего)	102	20	82		
В том числе:					
Курсовая работа					
Проработка учебного (теоретического) материала	40	10	30		
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	40	10	30		

Реферат	10	5	5		
Подготовка к текущему контролю	12	6	6		
Контроль	3,8		3,8		
Промежуточная аттестации (зачет)					
Общая трудоемкость час	144				
Зач. ед.	4				

22 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Маркетинг и менеджмент как вид деятельности. Социальные основы маркетинга: удовлетворение людских потребностей. Процесс управления маркетингом	18	3	5		10
2.	Основные концепции маркетинга, подходы к рынку. Комплекс маркетинга	18	3	5		10
	Итого:	36	6	10		20

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары,ЛР – лабораторные лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации. Маркетинговая среда (поставщики, посредники, клиенты, конкуренты) и факторы на нее влияющие. Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товаров. Исследование и прогнозирование рынка. Конкурентоспособность фирмы и продукции	37	2	5		30
2	Маркетинг и менеджмент как вид деятельности. Социальные основы маркетинга: удовлетворение людских потребностей. Процесс управления маркетингом	37	2	5		30
3	Стратегическое планирование в менеджменте. Типы стратегий	30	2	6		22
	Итого:	104	6	16		82
	ИКР	0,2				
	Контроль	3,8				
	Всего:	108				

23 Содержание разделов дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
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.	*Р*
2.	Менеджмент как вид деятельности.	Понятие менеджмента. Принципы менеджмента. Функции менеджмента. Характеристика труда менеджера. Структура труда менеджера. Соотношение функций менеджера и уровней управления.	*Р*
3.	Управление маркетингом.	Концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция социально-этичного маркетинга. Концепция системы маркетинговой информации. Система внутренней отчетности. Система сбора внешней текущей маркетинговой информации. Система маркетинговых исследований. Схема маркетингового исследования. Отбор источников информации.	*Р*
4.	Организация как открытая социально-экономическая система.	Понятие организации, ее место в менеджменте. Формальные и неформальные организации. Жизненный цикл организации. Внутренняя и внешняя среда организации. Организация как открытая социально- экономическая система.	*Р*

2.3.2 Практические занятия.

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4

1.	Введение в дисциплину	Менеджмент как наука управления и его основные функции. Характеристика хозяйствующего субъекта. Понятие «хозяйствующего субъекта». Его характеристика. Виды предприятий. Их отличительные черты. Обоснование необходимости управления предприятием. Принятие управленческих решений. Роль и значение управленческих решений в управлении субъектом хозяйствования. Классификация управленческих решений. Модели и методы принятия решений. Коммуникации как связь передачи управленческих решений. Делегирование полномочий. Роль стратегического планирования.	*Решение задач*
2.	Управление производством	Понятие «производственная система». Проектирование производственной системы, ее функционирование. Направления управления производственной деятельностью организационной структуры. Оценка эффективности производственной системы	*Решение задач*
3.	Управленческие решения, виды	Принятие управленческих решений. Роль и значение управленческих решений в управлении субъектом хозяйствования. Классификация управленческих решений. Модели и методы принятия решений. Коммуникации как связь передачи управленческих решений. Делегирование полномочий. Роль стратегического планирования.	*Решение задач*

2.3.3 Лабораторные занятия не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы не предусмотрены

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

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Выполнение практической работы в письменном виде	Котлер, Филип. Маркетинг менеджмент [Текст] = A frameworkformarketingmanagement : экспресс-курс / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; [пер. с англ. И. Малкова ; под науч. ред. С. Г. Жильцова]. - 3-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2017. - 479 с. : ил. - (Классический зарубежный учебник). - Библиогр. в примеч. в конце гл. - ISBN 978-5-496-02422-8. - ISBN 0-13-145258-4.

2	Выполнение рефератов	Эриашвили, Н. Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. Д. Эриашвили. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 302 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436699.

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.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

В учебном процессе используются следующие образовательные технологии: проведение лекций как с использованием мультимедийного оборудования, так и без, метод малых групп, разбор практических задач, групповые дискуссии, обсуждение рефератов.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

Оценивание проводится в виде рефератов, промежуточных опросов по теме.

Тестовые задания по дисциплине, разбор конкретных ситуаций, тренинг.

Пример:

1. Какую из перечисленных функций А. Файоль считал основной?

- техническая деятельность
- коммерческая деятельность
- администрирование
- мотивация.

2. С именем какого ученого связано возникновение административного управления?

- Ф. Тейлор
- Г. Саймон
- А. Файоль
- А. Маслоу

3. Родоначальником теории управления считают …
- Л. Брандейса
- Ф. Тейлора
- А. Файоля
- А. Маслоу

4. В какой период сформировалась научная школа менеджмента?
- с 90-х годов 19 века по 20-е годы 20 века
- в 20-30-е год ы20 века
- в 40-60-е годы 20 века
- в 70-80е годы 20 века

5. Кто является основателем школы научного менеджмента?
- А. Маслоу
- Э. Мэйо
- Ф. Тейлор
- А. Файоль

6. Кто является основателем классической школы?
- А. Маслоу
- Э. Мэйо
- Ф. Тейлор
- А. Файоль

7. В какой школе менеджмента большое внимание уделялось организации труда?
- школа научного управления
- школа человеческих отношений и поведенческих наук
- количественная школа
- классическая школа

8. В какой школе менеджмента большое внимание уделялось линейным и функциональным структурам управления?
- школа научного управления
- школа человеческих отношений и поведенческих наук
- количественная школа
- классическая школа

Вопросы

Понятие и определение менеджмента и маркетинга, их роль на производстве.

Теоретические основы и сущность менеджмента и маркетинга; краткий исторический очерк развития науки о менеджменте и маркетинге.

Сущность и цели управления производством.

Понятие, содержание и классификация функций управления производством.

Характеристика основных (общих) и специфических (конкретных) функций управления производством (железнодорожным строительством).

Система методов управления предприятием, трудовым коллективом. Функциональный и программно-целевой подходы к управлению.

Экономико-математические методы управления.

Определение и понятийный аппарат маркетинга.

Содержание маркетинговой деятельности на предприятии в условиях рыночной экономики.

Понятие об основных инструментах маркетинга: методах исследования рынка, оценки продукта и производственной программы, политики цен, распределения (дистрибуции), создания и использования рекламы, поддержки продажи, работы с общественностью.

Система планирования и управления маркетингом.

Особенности управления маркетингом в железнодорожном строительстве и путевом хозяйстве.

Понятие структуры управления и ее место среди категорий и отношений управления.

Основные типы организационных структур управления.

Формирование и оценка структуры управления строительными организациями и подразделениями.

Новые организационные формы и структуры управления строительным производством.

Понятие о концепции управления проектами (контрактами) и ее место в рыночной экономике.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Формой промежуточной аттестации является зачет

Вопросы к промежуточной аттестации

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.

Менеджмент как вид деятельности.

Понятие менеджмента.

Принципы менеджмента.

Функции менеджмента.

Характеристика труда менеджера.

Структура труда менеджера.

Соотношение функций менеджера и уровней управления.

Управление маркетингом.

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

Концепция системы маркетинговой информации.

Система внутренней отчетности.

Система сбора внешней текущей маркетинговой информации.

Система маркетинговых исследований.

Схема маркетингового исследования.

Отбор источников информации.

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.

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.

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.

Оценочные средства для инвалидов и лиц 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).

5.1 Основная литература:

1. 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

2. Тузова, А.А. Организация службы маркетинга на предприятии / А.А. Тузова. - Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий, 2011. - 85 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234826

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

5.2 Дополнительная литература:

Практика управления [Текст] : [производственно-практическое издание] / [А. Г. Белов и др. ; гл. ред. Е. В. Буравлева]. - Москва : 1С-Паблишинг, 2012. - 991 с. : ил. - (1С: Консалтинг). - Авт. указаны на обороте тит. листа. - Библиогр.: с. 979-988. - ISBN 9785967717727 : 517.78.

5.3. Периодические издания:

НТЖ «Стандарты и качество», «Методы менеджмента качества», «Управление качеством»

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

Программы Microsoft Visio

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

Обеспечение доступа каждого студента к библиотечным фондам, соответствующим по содержанию дисциплины и учебно-методическими пособиями не менее 0,5 экз. на одного студента, наличием методических пособий и рекомендаций. Программы MicrosoftVisio.

Каждому студенту на руки предоставляется презенационный материал для самостоятельного освоения материала и подготовки реферата по выбранной теме. Преподаватель начитывает лекции в соответствие с п.2.3.1.

Обеспечение доступа каждого студента к библиотечным фондам, соответствующим по содержанию дисциплины и учебно-методическими пособиями не менее 0,5 экз. на одного студента, наличием методических пособий и рекомендаций. Программы MicrosoftVisio, ArisExpress, BusinessStudio

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностямиздоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующиминдивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта междупреподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностямиздоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при

осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень информационных технологий.

-

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

-

8.3Перечень информационных справочных систем:

Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru)

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательногопроцесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ПО)
2.	Семинарские занятия	Специальное помещение, оснащенное презентационной техникой
3.	Курсовое проектирование	-
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория
5.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет»,программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.