

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Среднее профессиональное образование

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Специальность:

38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

Квалификация выпускника:

Товаровед-эксперт

Казань 2019

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» (для 2019 года набора) разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров утвержденного Министерством образования и науки Российской Федерации 28 июля 2014 г, № 835, и учебных планов, утвержденных Ученым советом Российского университета кооперации

Разработчик:

Московкина С.В., преподаватель кафедры экономики и инноватики Казанского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации

Рабочая программа:

обсуждена и рекомендована к утверждению решением кафедры экономики и инноватики Казанского кооперативного института (филиала) от 23.03.2019, протокол №12

одобрена Научно-методическим советом Казанского кооперативного института (филиала) от 03.04.2019 протокол №5

утверждена Ученым советом Российского университета кооперации от 18.04.2019, протокол №4

© Казанский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации, 2019
© Московкина С.В., 2019

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»	4
1.1. Область применения рабочей программы	4
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы	4
1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:	4
1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины: .	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.....	7
2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга»	8
3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	16
3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению .	16
3.2 Информационное обеспечение обучения:	16
4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	17

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом от 28 июля 2014 г. № 835, и учебными планами, утвержденными ученым советом Российского университета кооперации по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» относится к общепрофессиональным дисциплинам профессионального цикла.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

Целью овладения дисциплины является освоение теоретических и практических знаний в области управления организацией, функционирующей в рыночной среде, управления персоналом как решающему условию повышения конкурентоспособности организации; изучение современной концепции маркетинга, цели, задачи, виды, влияния окружающей среды на деятельность предприятия, вопросов стратегической и оперативной маркетинговой деятельности, а также формирование необходимых компетенций у обучающихся.

Задачи учебной дисциплины:

- усвоение основных понятий в области менеджмента;
- изучение структуры организации, ее структурных подразделений;
- анализ внешней и внутренней среды организации;
- изучение принципов, функций менеджмента, системы методов управления, процессов и методики принятия и реализации управленческих процессов;
- формирование умений применять приемы делового и управленческого общения;
- организовывать работу коллектива;
- рассмотрение вопросов планирования и основных экономических показателей деятельности организации, а также экономики труда в организациях;

- приобретение умений расчета экономических показателей, анализа разделов бизнес-плана и расчета налогов.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения учебной дисциплины должен:

уметь:

- планировать и организовывать работу подразделения;
- формировать организационные структуры управления;
- разрабатывать мотивационную политику организации;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- принимать эффективные решения, используя систему методов управления;
- учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;
- анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;
- определять стратегию и тактику относительно ценообразования;

знать:

- сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;
- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);
- внешнюю и внутреннюю среду организации;
- цикл менеджмента;
- процесс принятия и реализации управленческих решений;
- функции менеджмента в рыночной экономике:
- организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;
- систему методов управления;
- методику принятия решений;
- стили управления, коммуникации, деловое общение;
- сущность и функции маркетинга;
- конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.

Изучение учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

ПК 1.1. Выявлять потребность в товарах.

ПК 1.2. Осуществлять связи с поставщиками и потребителями продукции.

ПК 1.3. Управлять товарными запасами и потоками.

ПК 1.4. Оформлять документацию на поставку и реализацию товаров.

ПК 2.1. Идентифицировать товары по ассортиментной принадлежности.

ПК 2.2. Организовывать и проводить оценку качества товаров.

ПК 2.3. Выполнять задания эксперта более высокой квалификации при проведении товароведной экспертизы.

ПК 3.1. Участвовать в планировании основных показателей деятельности организации.

ПК 3.2. Планировать выполнение работ исполнителями.

ПК 3.3. Организовывать работу трудового коллектива.

ПК 3.4. Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями.

ПК 3.5. Оформлять учетно-отчетную документацию.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

	Очная форма	Заочная форма
Максимальная нагрузка обучающегося, в том числе:	148	148
- обязательная аудиторная учебная нагрузка	104	10
- самостоятельная работа обучающегося	44	138

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего) из них:	148
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	104
теоретические занятия	38
практические занятия	66
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	44
Промежуточная аттестация (3,4 семестр) - на базе основного общего образования (1,2 семестр) - на базе среднего общего образования	Зачет/экзамен

заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего) из них:	148
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	10
теоретические занятия	4
практические занятия	6
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	138
Промежуточная аттестация (3 курс) на базе основного общего образования (2 курс) – на базе среднего общего образования	зачет

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга»

очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объём часов	Уровень освоения
Раздел 1 Основы менеджмента			
Тема 1.1 Сущность и характерные черты современного менеджмента	Содержание учебного материала		
	1. <u>Понятие менеджмента.</u> Предмет и задачи. Этапы развития менеджмента. Характерные черты каждого этапа.	1	1
	2. <u>Сущность и характерные черты современного менеджмента.</u>	1	
	Самостоятельная работа: изучение лекционного материала, анализ дополнительной литературы.	4	3
Тема 1.2 Основные функции современного менеджмента	Содержание учебного материала		
	1. <u>Понятие организации деятельности.</u> Цели организации. Принципы организации: дифференциация, рациональность, кооперация, стандартизация.	1	1
	2. <u>Планирование:</u> понятие, цели, принципы: точность, непрерывность, гибкость, экономичность и другие. Стратегическое (долгосрочное) и тактическое (1-3 года) планирование. Бизнес – план как основа эффективности бизнеса.	1	
	3. <u>Мотивация к деятельности:</u> понятие, методы мотивации: поощрение и наказание. Материальная, моральная и социальная мотивация работника.	1	
	4. <u>Контроль деятельности:</u> понятие, виды, цели. Основа контроля: планирование деятельности. Методы контроля: выбор параметров контроля, учет, наблюдение, сравнение. Использование результатов контроля – корректировка планов, деятельности. Требования к контролю: систематичность, комплексность, действенность, гласность, экономичность.	1	1
	Практические занятия: <u>разработка мотивационной политики организации.</u>	8	2
	Самостоятельная работа: работа с учебником по изучению вопроса «Контроль деятельности». Составление конспекта.	4	3
Тема 1.3 Организационные структуры управления	Содержание учебного материала		
	1. <u>Понятие организационной структуры управления.</u> Признаки эффективной организационной структуры управления. Факторы влияния.	1	1
	2. <u>Виды организационных структур управления:</u> линейная, функциональная,	1	

предприятием		линейно-функциональная, дивизиональная, адаптивная, множественная структуры управления предприятием. Сущность, преимущества и недостатки.		
		Практические занятия: задания на <u>формирование различных организационных структур управления предприятием.</u>	10	2
		Самостоятельная работа: работа с учебником по изучению множественной структура управления. Составление конспекта.	4	3
Тема 1.4 Система методов управления		Содержание учебного материала		
	1.	<u>Организационно-распорядительные методы (организационно-административные)</u>	1	1
	2.	<u>Экономические методы управления, социально-психологические методы управления</u>	1	
		Практические занятия: <u>разработка методов управления</u>	10	2
		Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению социально – психологических методов управления. Составление конспекта.	6	3
Тема 1.5 Процесс принятия и реализации управленческих решений		Содержание учебного материала		
	1.	<u>Понятие управленческого решения.</u> Черты управленческих решений. Классификация управленческих решений. Три стадии управленческих решений. Американский социолог М. Рубинштейн о принятии управленческих решений (10 правил).	1	2
				1
	2.	Три стадии процесса принятия и реализации решения: постановка проблемы и установление ее масштабов и причин; составление плана решения, доведение решения до конкретных исполнителей с последующим контролем выполнения решений.	1	
	3.	<u>Понятие методов принятия решений.</u> Экспертные, неэкспертные, психологические методы. Коллективные и индивидуальные методы управления.	2	
		Практические занятия: задание на <u>выявление проблемы и разработки управленческого решения по ней.</u>	12	2
		Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению неэкспертных методов принятия управленческого решения. Составление конспекта.	6	3
	2 семестр			
Тема 1.6 Стили управления, коммуникация,		Содержание учебного материала		
	1.	<u>Стили управления:</u> авторитарный, демократический, либеральный, ситуационный стили управления. Достоинства и недостатки.	1	1

деловое общение	2.	<u>Понятие коммуникации в управлении.</u> Процесс коммуникации как совокупность этапов передачи управленческой информации. Коммуникационные сети: горизонтальные, вертикальные, диагональные.	1	
	3.	<u>Понятие делового общения.</u> Правила делового общения. Этапы и фазы. Типы собеседников. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных переговоров.	2	
	Практические занятия: отработка <u>приемов делового и управленческого общения.</u>		16	2
	Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению коммуникационных сетей. Составление конспекта		8	3
Раздел 2 Основы маркетинга				
Тема 2.1 Сущность и функции маркетинга	Содержание учебного материала			
	1.	<u>Маркетинг: сущность, основные виды, цели.</u> Маркетинговые концепции. Функции маркетинга.	1	1
	2.	Рынок как условие и экономическая основа маркетинга. Рынок в маркетинге, Потребительский рынок и рынок хозяйствующих субъектов. <u>Состав внутренней и внешней среды организации, ее влияние на деятельность.</u>	1	
	Самостоятельная работа обучающихся: составление глоссария по теме на следующие термины: виды маркетинга: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, демаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий маркетинг; конъюнктура рынка, рыночный сегмент, рыночное окно.		2	3
Тема 2.2 Маркетинговые исследования рынка	Содержание учебного материала			
	1.	Анализ рынка как инструмент исследования рынка. <u>Понятие анализа рынка,</u> цели, задачи, способы. Задачи: <u>сегментация рынка,</u> позиционирование товара, анализ конкурентной среды	2	1
	2.	Наблюдение за рынком как инструмент исследования рынка. Понятие наблюдения за рынком, в том числе в сфере общественного питания. Отслеживание динамики спроса и предложения.	2	
	3.	<u>Прогнозирование рынка.</u> Составление прогноза долгосрочных перспектив развития рынка в сфере общественного питания на основе динамики спроса и предложения.	2	
	Практические занятия: <u>изучение конъюнктуры рынка потребительских товаров,</u> в т.ч. динамики спроса и предложения; составление прогноза развития; осуществление		2	2

	сегментации рынка в торговле; позиционирование.		
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка к практическим занятиям по проведению анализа (сбор информации)	3	3
Тема 2.3 Разработка стратегий	Содержание учебного материала		
	1. <u>Понятие маркетинговой стратегии</u> . Стратегии относительно ценообразования, товарные стратегии. Применение.	2	1
	Практические занятия: задания на <u>определение стратегии и тактики относительно ценообразования</u> ; задания на определение стратегии относительно товара.	2	2
Тема 2.4 Реализация стратегий	Содержание учебного материала		
	1. <u>Понятие товарной политики</u> . Цели. Инструменты реализации.	1	1
	2. <u>Понятие ценовой политики</u> . Цели. Инструменты реализации.	1	
	3. <u>Понятие коммуникационной политики</u> . Цели. Инструменты реализации.	1	
	4. <u>Понятие сбытовой политики</u> . Цели. Инструменты реализации.	1	
	Практические занятия: задачи на <u>определение товарных и ценовых стратегий фирмы</u>	4	2
	Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению приемов стимулирования сбыта (как инструмента коммуникационной политики). Составление конспекта.	4	3
Тема 2.5 Планирование маркетинговой деятельности. Конкуренция	Содержание учебного материала		
	1. <u>План маркетинга как составная часть бизнес-плана предприятия</u>	2	1
	2. Планирование маркетинга. Базовые стратегии развития бизнеса	2	
	3. <u>Конкурентоспособность предприятия и товара. Конкурентный анализ</u>	2	
	Практические занятия: решение ситуационных задач	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению <u>приемов планирования маркетинговой деятельности</u> . Составление конспекта.	3	3
Итого часов по дисциплине 148		38/66/44	

заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объём часов	Уровень освоения
Раздел 1. Основы менеджмента			
Тема 1.1 Сущность и	Содержание учебного материала		
	1. Понятие менеджмента. Предмет и задачи. Этапы развития менеджмента. Характерные	1	1

характерные черты современного менеджмента		черты каждого этапа.		
	2.	Сущность и характерные черты современного менеджмента.	1	
	Самостоятельная работа: Изучение лекционного материала, анализ дополнительной литературы.		4	3
Тема 1.2 Основные функции современного менеджмента	Содержание учебного материала			
	1.	Понятие организации деятельности. Цели организации. Принципы организации: дифференциация, рациональность, кооперация, стандартизация.	1	1
	2.	Планирование: понятие, цели, принципы: точность, непрерывность, гибкость, экономичность и другие. Стратегическое (долгосрочное) и тактическое (1-3 года) планирование. Бизнес – план как основа эффективности бизнеса.	1	
	Практические занятия: разработка мотивационной политики организации.		2	2
	Самостоятельная работа: работа с учебником по изучению вопроса «Контроль деятельности». Составление конспекта.		4	3
Тема 1.3 Организационные структуры управления предприятием	Самостоятельная работа обучающихся:			
	1.	Понятие организационной структуры управления. Признаки эффективной организационной структуры управления. Факторы влияния.	4	3
	2.	Виды организационных структур управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная, адаптивная, множественная структуры управления предприятием. Сущность, преимущества и недостатки.	4	
	задания на формирование различных организационных структур управления предприятием.		2	3
	работа с учебником по изучению множественной структура управления. Составление конспекта.		2	3
Тема 1.4 Система методов управления	Самостоятельная работа обучающихся:			
	1.	Организационно-распорядительные методы (организационно-административные)	2	3
	2.	Экономические методы управления, социально-психологические методы управления	2	
	Практические занятия: разработка методов управления		1	2
	Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению социально – психологических методов управления. Составление конспекта.		4	3
Тема 1.5 Процесс принятия и реализации управленческих	Самостоятельная работа обучающихся:			
	1.	Понятие управленческого решения. Черты управленческих решений. Классификация управленческих решений. Три стадии управленческих решений. Американский социолог М. Рубинштейн о принятии управленческих решений (10 правил).	4	3

решений	2.	Три стадии процесса принятия и реализации решения: постановка проблемы и установление ее масштабов и причин; составление плана решения, доведение решения до конкретных исполнителей с последующим контролем выполнения решений.	4	
	3.	Понятие методов принятия решений. Экспертные, неэкспертные, психологические методы. Коллективные и индивидуальные методы управления.	2	
	Практические занятия: задание на выявление проблемы и разработки управленческого решения по ней.		1	2
	Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению неэкспертных методов принятия управленческого решения. Составление конспекта.		4	3
Тема 1.6 Стили управления, коммуникация, деловое общение	Самостоятельная работа обучающихся:			
	1.	Стили управления: авторитарный, демократический, либеральный, ситуационный стили управления. Достоинства и недостатки.	4	3
	2.	Понятие коммуникации в управлении. Процесс коммуникации как совокупность этапов передачи управленческой информации. Коммуникационные сети: горизонтальные, вертикальные, диагональные.	4	
	3.	Понятие делового общения. Правила делового общения. Этапы и фазы. Типы собеседников. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных переговоров.	4	
	Практические занятия: отработка приемов делового и управленческого общения.		1	2
	Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению коммуникационных сетей. Составление конспекта		4	3
Раздел 2. Основы маркетинга				
Тема 2.1 Сущность и функции маркетинга	Самостоятельная работа обучающихся:			
	1.	Маркетинг: сущность, основные виды, цели. Маркетинговые концепции. Функции маркетинга.	4	3
	2.	Рынок как условие и экономическая основа маркетинга. Рынок в маркетинге, Потребительский рынок и рынок хозяйствующих субъектов. Состав внутренней и внешней среды организации, ее влияние на деятельность.	4	
составление глоссария по теме на следующие термины: виды маркетинга: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, демаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий маркетинг; конъюнктура рынка, рыночный сегмент, рыночное окно.		4		

Тема 2.2 Маркетинговые исследования рынка	Самостоятельная работа обучающихся:			
	1.	Анализ рынка как инструмент исследования рынка. Понятие анализа рынка, цели, задачи, способы. Задачи: сегментация рынка, позиционирование товара, анализ конкурентной среды	4	3
	2.	Наблюдение за рынком как инструмент исследования рынка. Понятие наблюдения за рынком, в том числе в сфере общественного питания. Отслеживание динамики спроса и предложения.	4	
	3.	Прогнозирование рынка. Составление прогноза долгосрочных перспектив развития рынка в сфере общественного питания на основе динамики спроса и предложения.	4	
	Практические занятия: изучение конъюнктуры рынка потребительских товаров, в т.ч. динамики спроса и предложения; составление прогноза развития; осуществление сегментации рынка сферы общественного питания; позиционирование.		1	2
Самостоятельная работа обучающихся: подготовка к практическим занятиям по проведению анализа (сбор информации)		4	3	
Тема 2.3 Разработка стратегий	Самостоятельная работа обучающихся:			
	1.	Понятие маркетинговой стратегии. Стратегии относительно ценообразования, товарные стратегии. Применение.	4	3
Задания на определение стратегии и тактики относительно ценообразования; задания на определение стратегии относительно товара.		4		
Тема 2.4 Реализация стратегий	Самостоятельная работа обучающихся:			
	1.	Понятие товарной политики. Цели. Инструменты реализации.	4	3
	2.	Понятие ценовой политики. Цели. Инструменты реализации.	4	
	3.	Понятие коммуникационной политики. Цели. Инструменты реализации.	4	
	4.	Понятие сбытовой политики. Цели. Инструменты реализации.	4	
	задачи на определение товарных и ценовых стратегий фирмы		4	
Работа с учебником по изучению приемов стимулирования сбыта (как инструмента коммуникационной политики). Составление конспекта.		4		
Тема 2.5 Планирование маркетинговой деятельности. Конкуренция	Самостоятельная работа обучающихся:			
	1.	План маркетинга как составная часть бизнес-плана предприятия	4	3
	2.	Планирование маркетинга. Базовые стратегии развития бизнеса	4	
	3.	Конкурентоспособность предприятия и товара. Конкурентный анализ	4	
	решение ситуационных задач		4	
работа с учебником по изучению приемов планирования маркетинговой деятельности.		4		

	Составление конспекта.		
		Итого часов по дисциплине: 148	4/6/138

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Учебная дисциплина реализуется в кабинете *менеджмента и маркетинга*.

Оборудование учебного кабинета:

Стандартная учебная мебель:

Столы аудиторные двухместные;

Стол письменный;

Стул;

Стулья ученические;

Доска аудиторная;

Кафедра.

Демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия:

Наглядное пособие «Межличностные способы управления конфликтами»;

Наглядное пособие «Коммуникативные барьеры»;

Наглядное пособие «Человек познает мир»;

Наглядное пособие «Школы управления»;

Наглядное пособие «Коммуникационный процесс»;

Оборудование, технические средства обучения:

Переносное мультимедийное оборудование.

Программное обеспечение:

1. Desktop School ALNG LicSAPk MVL.

a. Office ProPlus All Lng Lic/SA Pack MVL Partners in Learning

b. Windows 8/

2. Система тестирования INDIGO.

3. Интернет-браузеры Google Chrome, Firefox.

3.2 Информационное обеспечение обучения:

Основная литература:

1. Грибов, В.Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2018. — 224 с. - Режим доступа: <https://www.book.ru/book/926792>

2. Секерин, В.Д. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.Д. Секерин. — Москва : КноРус, 2016. — 231 с. - Режим доступа: <https://www.book.ru/book/919215>

3. Пустынникова, Е.В. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е.В. Пустынникова. — Москва : КноРус, 2016. — 315 с. - Режим доступа: <https://www.book.ru/book/920462>

4. Секерин, В.Д. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.Д. Секерин. — Москва : КноРус, 2016. — 231 с. - Режим доступа: <https://www.book.ru/book/919215>

5. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Я.Ю. Радюкова [и др.]. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 297 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=927209>

6. Егоршин, А.П. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: учебник / А.П. Егоршин. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 350 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=916114>

Дополнительная литература:

1. Умавов, Ю.Д. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ю.Д. Умавов, Т.А. Камалова. — Москва : КноРус, 2016. — 236 с. - Режим доступа: <https://www.book.ru/book/920768>

2. Егоров, Ю.Н. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: учебник / Ю.Н. Егоров. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 292 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=472903>

3. Гуськов, Ю.В. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: учебник / Ю.В. Гуськов. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 263 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=762424>

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, а также выполнения обучающимися самостоятельной работы.

Оценка качества освоения программы дисциплины включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию по итогам освоения дисциплины.

Результаты обучения (умения, знания)	Формы контроля результатов обучения
В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:	
планировать и организовывать работу подразделения	Тестовые задания, контрольная работа. Зачет/Экзамен
формировать организационные структуры управления	Тестовые задания, контрольная работа. Зачет/Экзамен
разрабатывать мотивационную политику организации	Тестовые задания, контрольная работа. Зачет/Экзамен
применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения	Тестовые задания, контрольная работа. Зачет/Экзамен
принимать эффективные решения, используя систему методов управления	Тестовые задания, контрольная работа. Зачет/Экзамен
учитывать особенности менеджмента и маркетинга в торговле	Тестовые задания, контрольная работа. Зачет/Экзамен
анализировать рынок, осуществлять его сегментацию и	Тестовые задания, контрольная

позиционирование	работа. Зачет/Экзамен
определять стратегию и тактику относительно ценообразования	Тестовые задания, контрольная работа. Зачет/Экзамен
В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:	
сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития	Тестовые задания, контрольная работа. Зачет/Экзамен
особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям)	Тестовые задания, контрольная работа. Зачет/Экзамен
внешнюю и внутреннюю среду организации	Тестовые задания, контрольная работа. Зачет/Экзамен
цикл менеджмента	Тестовые задания, контрольная работа. Зачет/Экзамен
процесс принятия и реализации управленческих решений	Тестовые задания, контрольная работа. Зачет/Экзамен
функции менеджмента в рыночной экономике	Тестовые задания, контрольная работа. Зачет/Экзамен
организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта	Тестовые задания, контрольная работа. Зачет/Экзамен
систему методов управления	Тестовые задания, контрольная работа. Зачет/Экзамен
методику принятия решений	Тестовые задания, контрольная работа. Зачет/Экзамен
стили управления, коммуникации, деловое общение	Тестовые задания, контрольная работа. Зачет/Экзамен
сущность и функции маркетинга	Тестовые задания, контрольная работа. Зачет/Экзамен
конъюнктуру рынка, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив	Тестовые задания, контрольная работа. Зачет/Экзамен