

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

Среднее профессиональное образование

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.11 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Специальность:

38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

Квалификация выпускника:

Товаровед-эксперт

Казань 2021

Московкина С.В. Основы менеджмента и маркетинга. Рабочая программа дисциплины. – Казань: Казанский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации, 2021. – 17 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 июля 2014 года № 835.

Рабочая программа:

обсуждена и рекомендована к утверждению решением Научно-методического совета «7» апреля 2021 г., протокол № 3.

© Казанский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации, 2021
© Московкина С.В., 2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	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. Количество часов на освоение дисциплины	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
2.1. Объем дисциплины и виды работы	6
2.2 Тематический план и содержание дисциплины.....	8
3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13
3.1 Требования к материально-техническому обеспечению	13
3.2. Перечень нормативных правовых документов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	13
3.3. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных, информационных справочных систем ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	14
3.4. Особенности реализации дисциплины для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	15
4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	16

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина относится к вариативной части общепрофессионального учебного 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;
- методiku 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 общих и профессиональных 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 команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), 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 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. Количество часов на освоение дисциплины

Объем образовательной программы дисциплины (суммарно) 120 часов, в том числе:

Обязательная часть 0 часов

Вариативная часть 120 часов

Объем образовательной программы дисциплины (суммарно) 120 часов, в том числе:

работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем 80 часа;

самостоятельная работа обучающегося 39 часов;

консультации 1 час.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды работы

очная форма обучения

Вид учебной деятельности	Объем часов
Учебная нагрузка обучающихся (суммарно)	120
Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем	80

В том числе:	
<i>лекции</i>	32
<i>практические занятия</i>	48
<i>консультации</i>	1
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	39
Промежуточная аттестация проводится в форме <i>Экзамена в 5 семестре</i>	

2.2 Тематический план и содержание дисциплины

очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов всего/ в том числе в форме практической подготовки	Формируемые компетенции
Раздел 1 Основы менеджмента			
Тема 1.1 Сущность и характерные черты современного менеджмента	Содержание учебного материала		
	1. Понятие менеджмента. Предмет и задачи. Этапы развития менеджмента. Характерные черты каждого этапа.	1	ОК 1. – ОК 9., ПК 3.1. –ПК 3.5.
	2. Сущность и характерные черты современного менеджмента.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Изучение лекционного материала, анализ дополнительной литературы.			
Тема 1.2 Основные функции современного менеджмента	Содержание учебного материала		ОК 1. – ОК 9., ПК 3.1. –ПК 3.5.
	1. Понятие организации деятельности. Цели организации. Принципы организации: дифференциация, рациональность, кооперация, стандартизация.	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	
	3. Мотивация к деятельности: понятие, методы мотивации: поощрение и наказание. Материальная, моральная и социальная мотивация работника.	1	
	4. Контроль деятельности: 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	
	Практические занятия	8	
	Разработка мотивационной политики организации.		
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Работа с учебником по изучению вопроса «Контроль деятельности». Составление			

	конспекта.		
Тема 1.3 Организационные структуры управления предприятием	Содержание учебного материала		ОК 1. – ОК 9., ПК 3.1. –ПК 3.5.
	1. Понятие организационной структуры управления. Признаки эффективной организационной структуры управления. Факторы влияния.	1	
	2. Виды организационных структур управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная, адаптивная, множественная структуры управления предприятием. Сущность, преимущества и недостатки.	1	
	Практические занятия	10	
	Задания на формирование различных организационных структур управления предприятием.		
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
	Работа с учебником по изучению множественной структура управления. Составление конспекта.		
Тема 1.4 Система методов управления	Содержание учебного материала		ОК 1. – ОК 9., ПК 3.1. –ПК 3.5.
	1. Организационно-распорядительные методы (организационно-административные)	1	
	2. Экономические методы управления, социально-психологические методы управления	1	
	Практические занятия	8	
	Разработка методов управления		
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
	Работа с учебником по изучению социально – психологических методов управления. Составление конспекта.		
Тема 1.5 Процесс принятия и реализации управленческих решений	Содержание учебного материала		ОК 1. – ОК 9., ПК 3.1. –ПК 3.5.
	1. Понятие управленческого решения. Черты управленческих решений. Классификация управленческих решений. Три стадии управленческих решений. Американский социолог М. Рубинштейн о принятии управленческих решений (10 правил).	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	1	

		контролем выполнения решений.		
	3.	Понятие методов принятия решений. Экспертные, неэкспертные, психологические методы. Коллективные и индивидуальные методы управления.	1	
	Практические занятия		6	
	Задание на выявление проблемы и разработки управленческого решения по ней.			
	Самостоятельная работа обучающихся		6	
	Работа с учебником по изучению неэкспертных методов принятия управленческого решения. Составление конспекта.			
Тема 1.6 Стили управления, коммуникация, деловое общение	Содержание учебного материала			ОК 1. – ОК 9., ПК 3.1. –ПК 3.5.
	1.	Стили управления: авторитарный, демократический, либеральный, ситуационный стили управления. Достоинства и недостатки.	1	
	2.	Понятие коммуникации в управлении. Процесс коммуникации как совокупность этапов передачи управленческой информации. Коммуникационные сети: горизонтальные, вертикальные, диагональные.	1	
	3.	Понятие делового общения. Правила делового общения. Этапы и фазы. Типы собеседников. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных переговоров.	1	
	Практические занятия		6	
	Отработка приемов делового и управленческого общения.			
	Самостоятельная работа обучающихся		6	
	Работа с учебником по изучению коммуникационных сетей. Составление конспекта			
Раздел 2 Основы маркетинга				
Тема 2.1 Сущность и функции маркетинга	Содержание учебного материала			ОК 1. – ОК 9., ПК 3.1. –ПК 3.5.
	1.	Маркетинг: сущность, основные виды, цели. Маркетинговые концепции. Функции маркетинга.	1	
	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.	1	
	3	Самостоятельная работа обучающихся	2	
	Составление глоссария по теме на следующие термины: виды маркетинга:			

		конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, демаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий маркетинг; конъюнктура рынка, рыночный сегмент, рыночное окно.		
Тема 2.2 Маркетинговые исследования рынка	Содержание учебного материала			ОК 1. – ОК 9., ПК 3.1. –ПК 3.5.
	1.	Анализ рынка как инструмент исследования рынка. Понятие анализа рынка, цели, задачи, способы. Задачи: сегментация рынка, позиционирование товара, анализ конкурентной среды	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.	1	
	3.	Прогнозирование рынка. Составление прогноза долгосрочных перспектив развития рынка в сфере общественного питания на основе динамики спроса и предложения.	1	
	Практические занятия		2	
	Изучение конъюнктуры рынка потребительских товаров, в т.ч. динамики спроса и предложения; составление прогноза развития; осуществление сегментации рынка в торговле; позиционирование.			
	Самостоятельная работа обучающихся		2	
Подготовка к практическим занятиям по проведению анализа (сбор информации)				
Тема 2.3 Разработка стратегий	Содержание учебного материала			ОК 1. – ОК 9., ПК 3.1. –ПК 3.5.
	1.	Понятие маркетинговой стратегии. Стратегии относительно ценообразования, товарные стратегии. Применение.	1	
	Практические занятия		2	
Задания на определение стратегии и тактики относительно ценообразования; задания на определение стратегии относительно товара.				
Тема 2.4 Реализация стратегий	Содержание учебного материала			ОК 1. – ОК 9., ПК 3.1. –ПК 3.5.
	1.	Понятие товарной политики. Цели. Инструменты реализации.	1	
	2.	Понятие ценовой политики. Цели. Инструменты реализации.	1	
	3.	Понятие коммуникационной политики. Цели. Инструменты реализации.	1	
	4.	Понятие сбытовой политики. Цели. Инструменты реализации.	1	
Практические занятия		4		

	Задачи на определение товарных и ценовых стратегий фирмы		
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
	Работа с учебником по изучению приемов стимулирования сбыта (как инструмента коммуникационной политики). Составление конспекта.		
Тема 2.5 Планирование маркетинговой деятельности. Конкуренция	Содержание учебного материала		ОК 1. – ОК 9., ПК 3.1. –ПК 3.5.
	1. План маркетинга как составная часть бизнес-плана предприятия	2	
	2. Планирование маркетинга. Базовые стратегии развития бизнеса	2	
	3. Конкурентоспособность предприятия и товара. Конкурентный анализ	2	
	Практические занятия	2	
	Решение ситуационных задач		
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
	Работа с учебником по изучению приемов планирования маркетинговой деятельности. Составление конспекта.		
	Консультации	1	
	Всего	120	

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Требования к 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. Перечень нормативных правовых документов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

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>

3.3. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных, информационных справочных систем ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая профессиональные базы данных

- <https://www.book.ru/> - ЭБС Book.ru
- <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС IPRbooks
- <https://ibooks.ru/> - ЭБС Айбукс.ru/ibooks.ru
- <https://rucont.ru/> - ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Руконт»
- <http://znanium.com/> - ЭБС Znanium.com
- <https://dlib.eastview.com/> - База данных East View

2. Информационно-справочные системы

СПС КонсультантПлюс. Компьютерная справочная правовая система, широко используется учеными, студентами и преподавателями (подписка на ПО)

3. Лицензионно программное обеспечение

1. Desktop School ALNG LicSAPk MVL.

a. Office ProPlus All LngLic/SA Pack MVL Partners in Learning (лицензия на пакет Office Professional Plus)

b. Windows 8

2. Консультант + версия проф.- справочная правовая система
3. Система тестирования INDIGO.
4. 1С: Предприятие 8

4. Свободно распространяемое программное обеспечение
 1. Adobe Acrobat – свободно-распространяемое ПО
 2. Интернет-браузеры Google Chrome, Firefox – свободно-распространяемое ПО

3.4. Особенности реализации дисциплины для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Организация учебного процесса, в том числе промежуточной аттестации для студентов имеющих ограниченные возможности здоровья и (или) инвалидов осуществляется с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее - индивидуальных особенностей).

Создание безбарьерной среды направлено на потребности следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья: с нарушениями зрения; с нарушениями слуха; с ограничением двигательных функций.

Предусмотрена возможность альтернативных устройств ввода информации: специальная операционная система Windows, такая как экранная клавиатура, с помощью которой можно вводить текст, настраивать действия Windows при вводе с помощью клавиатуры или мыши. Для слабослышащих студентов имеется в наличии звукоусиливающая аппаратура, мультимедийные средства и видеоматериалы.

Обучающиеся инвалиды, как и все остальные студенты, могут обучаться по индивидуальному учебному плану в установленные сроки с учетом особенностей и образовательных потребностей обучающегося.

Вся образовательная информация, представленная на официальном сайте университета, соответствует стандарту обеспечения доступности web-контента (WebContentAccessibility). Веб-контент доступен для широкого круга пользователей с ограниченными возможностями здоровья. В университете установлена лицензионная программа Website x5 free 10 (программа для бесплатного создания сайтов).

При необходимости для прохождения учебной практики имеется возможность создания рабочего места в учебном корпусе.

Государственная итоговая аттестация выпускников вуза с ограниченными возможностями здоровья является обязательной и осуществляется после освоения основной образовательной программы в полном объеме, включая защиту выпускной квалификационной (дипломной) работы.

Выпускники с ограниченными возможностями здоровья при подготовке к государственной итоговой аттестации и в период ее проведения

имеют возможность доступа в аудитории, к библиотечным ресурсам института.

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 и оценивания
В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:	
планировать и организовывать работу подразделения	Тестовые задания, контрольная работа. Экзамен
формировать организационные структуры управления	Тестовые задания, контрольная работа. Экзамен
разрабатывать мотивационную политику организации	Тестовые задания, контрольная работа. Экзамен
применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения	Тестовые задания, контрольная работа. Экзамен
принимать эффективные решения, используя систему методов управления	Тестовые задания, контрольная работа. Экзамен
учитывать особенности менеджмента и маркетинга в торговле	Тестовые задания, контрольная работа. Экзамен
анализировать рынок, осуществлять его сегментацию и позиционирование	Тестовые задания, контрольная работа. Экзамен
определять стратегию и тактику относительно ценообразования	Тестовые задания, контрольная работа. Экзамен
В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:	
сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития	Тестовые задания, контрольная работа. Экзамен
особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям)	Тестовые задания, контрольная работа. Экзамен
внешнюю и внутреннюю среду организации	Тестовые задания, контрольная работа. Экзамен
цикл менеджмента	Тестовые задания, контрольная работа. Экзамен
процесс принятия и реализации управленческих решений	Тестовые задания, контрольная работа. Экзамен
функции менеджмента в рыночной экономике	Тестовые задания, контрольная работа. Экзамен
организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта	Тестовые задания, контрольная работа. Экзамен
систему методов управления	Тестовые задания, контрольная работа. Экзамен

методику принятия решений	Тестовые задания, контрольная работа. Экзамен
стили управления, коммуникации, деловое общение	Тестовые задания, контрольная работа. Экзамен
сущность и функции маркетинга	Тестовые задания, контрольная работа. Экзамен
конъюнктуру рынка, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив	Тестовые задания, контрольная работа. Экзамен