

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра метрологии, стандартизации и сертификации

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.В.ОД.19 Менеджмент и маркетинг»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

27.03.02 Управление качеством
(код и наименование направления подготовки)

Общий профиль

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа прикладного бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2015

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра метрологии, стандартизации и сертификации

наименование кафедры

протокол № 5 от " 25 " 11 2015 г.

Заведующий кафедрой

Кафедра метрологии, стандартизации и сертификации

наименование кафедры

подпись

А.Л. Воробьев

расшифровка подписи

Исполнители:

Доцент

должность

подпись

Д.А. Косых

расшифровка подписи

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

27.03.02 Управление качеством

код наименование

личная подпись

расшифровка подписи

А.Л. Воробьев

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

Т.В. Истомкина

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись

Р.Х. Хасанов

расшифровка подписи

№ регистрации _____

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины менеджмент и маркетинг является формирование у студентов знаний, умений и навыков в области менеджмента организации.

Задачи:

- изучить сущность и содержание менеджмента;
- освоить методологию современного менеджмента;
- изучить сущность и содержание маркетинга;
- освоить этапы формирования ценовой политики, товарной, коммуникативной и т.д.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.19 Всеобщее управление качеством*

Постреквизиты дисциплины: *Б.2.В.П.2 Технологическая практика*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- сущность менеджмента, его объекты, виды;- законы и методы менеджмента;- содержание процессов маркетинга и менеджмента, их роль в управлении качеством. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- измерять эффективность и определять результативность процессов;- применять на практике методы менеджмента и маркетинга и решать производственные задачи с их помощью;- принимать обоснованные управленческие решения, ставить экономические задачи и оценивать эффективность их выполнения. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- методами мотивации персонала;- подходами к управлению предприятием;- инструментами анализа внутренней и внешней среды предприятия, которые влияют на эффективность его функционирования.	ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- факторы внешней и внутренней среды и их влияние на деятельность предприятия;- методы и инструменты маркетинга и менеджмента, позволяющие снизить риски деятельности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- формировать ценовую, сбытовую, товарную, коммуникативную политику предприятия. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- навыками проведения маркетингового исследования, управления персоналом.	ПК-11 способностью идти на оправданный риск при принятии решений

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	5 семестр	всего
Общая трудоёмкость	108	108
Контактная работа:	14,5	14,5
Лекции (Л)	6	6
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,5	0,5
Самостоятельная работа: - выполнение контрольной работы (КонтрР); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к практическим занятиям; - подготовка к рубежному контролю и т.п.)	93,5 +	93,5
Вид итогового контроля	зачет	

Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Понятие, сущность и содержание менеджмента	18	1	1	-	16
2	Эволюция менеджмента	18	1	1	-	16
3	Современные подходы к управлению	18	1	1	-	16
4	Методология менеджмента	18	1	2	-	15
5	Основные положения маркетинга и его роль в управлении качеством	18	1	1	-	16
6	Рынок как объект маркетингового исследования	18	1	2	-	15
	Итого:	108	6	8	-	94
	Всего:	108	6	8	-	94

4.2 Содержание разделов дисциплины

1. Понятие, сущность и содержание менеджмента. Менеджмент как наука и практика. Цели и задачи менеджмента. Законы и принципы управления.

2. Эволюция менеджмента. История управления как науки. Школы менеджмента. Особенности современного менеджмента.

3. Современные подходы к управлению. Системный подход в менеджменте. Основные положения процессного подхода. Целевой подход.

4. Методология менеджмента. Понятие и виды методов управления. Организационно-распорядительные методы. Административно-распорядительные методы. Экономические методы управления. Социально-психологические методы.

5. Основные положения маркетинга и его роль в управлении качеством. Понятие и сущность маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Основные составляющие маркетинга. Концепции микс-маркетинга.

6. Рынок как объект маркетингового исследования. Задачи и этапы маркетингового исследования. Методы маркетингового исследования. Конкурентный анализ. Сегментация рынка. Позиционирование. Емкость рынка.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1,2	Законы менеджмента. Школы менеджмента.	2
2	3,4	Разработка миссии, политики в области качества. Смарт-цели. Методы управления.	2
3	4,5	Процессный подход к управлению. Задачи маркетингового исследования.	2
4	6	Источники информации для маркетингового исследования. Этапы и методы маркетингового исследования.	2
		Итого:	8

4.4 Контрольная работа (5 семестр)

1. Выработка целей и стратегии развития фирмы.
2. Обзор примеров удачных и неудачных миссий организаций.
3. Процесс принятия и реализации управленческих решений.
4. Информационное обеспечение менеджмента.
5. Обзор основных школ и законов управления.
6. Процесс коммуникаций и эффективность управления.
7. Внутрифирменное планирование как функция управления.
8. Мотивация как функция управления.
9. Общие принципы управления организациями.
10. Инновационный менеджмент.
11. Общая характеристика стратегического менеджмента.
12. Социально-экономическая сущность маркетинга
13. Исследование регионального рынка конкретного товара
14. Товар, товарная политика
15. Маркетинг товарного ассортимента
16. Маркетинг в сфере услуг

17. Сегментирование рынка по потребителям
18. Каналы распределения и товародвижение
19. Маркетинг в розничной торговле
20. Маркетинг в оптовой торговле
21. Ценообразование в маркетинге
22. Управление маркетингом
23. Позиционирование товара
24. Реклама как инструмент маркетинга
25. Паблик рилейшнз как элемент системы маркетинговых коммуникаций
26. Стимулирование сбыта
27. Ярмарки и выставки в системе рынка
28. Личные продажи – элемент маркетинговых коммуникаций
29. Некоммерческий маркетинг
30. Маркетинг интеллектуального продукта
31. Международный маркетинг

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1 Герчикова, И.Н. Менеджмент: учебник / И.Н. Герчикова. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: 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 Менеджмент: учебник / под ред. М.М. Максимцов, М.А. Комаров. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 343 с. : табл., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02247-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115008>.

3 Ефимов, А.Н. Менеджмент: практикум: учебное пособие / А.Н. Ефимов, Е.Н. Барикаев. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 119 с.: табл., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01606-1; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115011>.

5.2 Дополнительная литература

1 Сергеева, Е.А. Менеджмент и Маркетинг: учебное пособие / Е.А. Сергеева, А.С. Брысаев; Федеральное агентство по образованию, Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Казанский государственный технологический университет». - Казань: Издательство КНИТУ, 2010. - Ч. 1. Основы менеджмента. - 199 с.: ил., табл., схем. - Библиогр. в кн.. - ISBN 978-5-7882-0834-3; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259050>.

2 Акулич, И.Л. Маркетинг / И.Л. Акулич. – 8-е изд., перераб. и доп. – Минск: Вышэйшая школа, 2014. – 545 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450394>.

3 Маркетинг. Основы маркетинга / С.В. Аливанова, В.В. Куренная, О.А. Чередниченко, Ю.В. Рыбасова. – Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2015. – 100 с.: табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438721>.

5.3 Периодические издания

1 Стандарты и качество+Business excellence/ Деловое соглашение : комплект. - : , 2015.;

5.4 Интернет-ресурсы

<http://ecsocman.hse.ru/>

<http://www.cfin.ru>

<https://www.coursera.org/> - «Coursera»

<https://openedu.ru/> - «Открытое образование»

<https://universarium.org/> - «Универсариум»

<https://www.edx.org/> - «EdX»

<https://www.lektorium.tv/> - «Лекториум»

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1 Специальная подборка правовых документов и учебных материалов [Электронный ре-сурс] : Программа информационной поддержки российской науки и образования 'КонсультантПлюс: Высшая школа': учеб. пособие для студентов юрид., финанс. и экон. специальностей / гл. ген. директор компании Д.Б. Новиков; Вып. 23; К весеннему семестру 2014-2015 учебного года. - [Б. м.] : КонсультантПлюс, 2014-2015. - 1 электрон. диск.- (Электронная библиотека студента).

2 Технорма/Документ [Электронный ресурс]: электронная версия библиографического указателя национальных стандартов Российской Федерации с возможностью просмотра полного содержания документов. Система содержит структурированный список всех стандартов, имеющих силу на 8 момент выхода данной версии базы данных. / Разработчик Фирма "ИНТЕРСТАНДАРТ", Москва. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\gost\Install\ndoc_setup.exe.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой подключенной к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.