

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

Очная

Год набора 2016



## 1 Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель (цели)** освоения дисциплины:

- формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области менеджмента и маркетинга современного предприятия.

**Задачи:**

- изучить основы менеджмента и его современные концепции;
- освоить методологию менеджмента;
- изучить сущность и содержание маркетинга;
- овладеть современными методиками маркетингового исследования, разработки плана маркетинга.

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

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
- навыками проведения маркетингового исследования, управления персоналом.	

## 4 Структура и содержание дисциплины

### 4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	3 семестр	всего
<b>Общая трудоёмкость</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Контактная работа:</b>	<b>34,25</b>	<b>34,25</b>
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
<b>Самостоятельная работа:</b> - <i>написание реферата (Р);</i> - <i>самостоятельное изучение разделов (Эволюция менеджмента ь);</i> - <i>самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий);</i> - <i>подготовка к практическим занятиям;</i> - <i>подготовка к коллоквиумам;</i> - <i>подготовка к рубежному контролю и т.п.)</i>	<b>73,75</b>	<b>73,75</b>
<b>Вид итогового контроля</b>	<b>зачет</b>	

Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Понятие, сущность и содержание менеджмента	18	1	2		15
2	Эволюция менеджмента	18	3	2		13
3	Современные подходы к управлению	18	3	2		13
4	Методология менеджмента	18	4	4		10
5	Основные положения маркетинга и его роль в управлении качеством	18	3	2		13
6	Рынок как объект маркетингового исследования	18	4	4		10
	Итого:	108	18	16	-	74
	Всего:	108	18	16	-	74

## 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	Законы менеджмента.	1
2	1	Практические задачи современного менеджмента.	1
3	2	Школы менеджмента.	1
4	2	Сравнительный анализ положений школ менеджмента	1
5	3	Миссия, стратегия, цели компании. Обзор практических примеров миссий компаний.	1
6	3	Разработка СМАРТ-целей.	1
7	4	Методы управления в решении задач управления.	1
8	4	Организационно-распорядительные методы.	1
9	4	Экономические методы управления.	1
10	4	Современные методы управления и мотивации персоналом.	1
11	5	Обзор концепций 4 Р, 7 Р.	1
12	5	Практические задачи маркетинга в управлении качеством.	1
13	6	Источники маркетинговой информации.	1
14	6	Этапы маркетингового исследования.	1
15	6	Методы кабинетных и полевых исследований.	1
16	6	Разработка отчета маркетингового исследования.	1
		Итого:	16

## 5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

### 5.1 Основная литература

1 Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие / Л.А. Дробышева. - 4-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 152 с. : ил. - ISBN 978-5-394-02648-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453875> (04.02.2019).

2 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>.

3 Синяева, И.М. Маркетинг торговли: учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев; под ред. Л.П. Дашкова. - 4-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 750 с. : ил. - Библиогр.: с. 725-730. - ISBN 978-5-394-02387-3; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453934> .

4 Красина, Ф.А. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Ф.А. Красина; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР). - 2-е изд., доп. - Томск: Эль Контент, 2015. - 126 с.: схем., табл. - Библиогр.: с. 112. - ISBN 978-5-4332-0250-4; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480760> .

### 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 Герчикова, И.Н. Менеджмент: практикум: учебное пособие / И.Н. Герчикова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 799 с.: табл., граф., схемы - (Золотой фонд российских учебников). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00889-9; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115014> .

3 Афонасова, М.А. Маркетинг: учебное пособие / М.А. Афонасова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. - Томск: ТУСУР, 2015. - 106 с. - Библиогр.: с. 96-97.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480577> .

### 5.3 Периодические издания

1 Стандарты и качество+Business excellence/ Деловое соглашение : комплект. - : , 2016.;

### 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 современных информационных технологий

1. Операционная система - Microsoft Windows;
2. Пакет настольных приложений - Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, OneNote, Outlook, Publisher, Access);
3. Бесплатное средство просмотра файлов PDF - Adobe Reader;
4. Архиватор – WinRAR;
5. Свободный файловый архиватор - 7-Zip;
6. Технорма / Документ [Электронный ресурс] : [система программных продуктов] / ООО Глосис-Сервис, ФБУ КВФ Интерстандарт. – Версия 1.11.36. – Электрон. дан. и прогр. –[Москва; Санкт-Петербург], [1999–2013]. – Режим доступа осуществляется в локальной сети ОГУ.
7. Консультант Плюс [Электронный ресурс] : справочно-правовая система / Компания Консультант Плюс. – Электрон. дан. – Москва, [1992–2016]. – Режим доступа : в локальной сети ОГУ <\\fileserv1!\CONSULT\cons.exe>
8. Гарант [Электронный ресурс] : справочно-правовая система / НПП Гарант-Сервис. – Электрон. дан. - Москва, [1990–2016]. – Режим доступа <\\fileserv1\GarantClient\garant.exe> в локальной сети ОГУ.

## 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.

### ***К рабочей программе прилагаются:***

- Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.