

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
 федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
 ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»**

УТВЕРЖДАЮ
 Первый проректор, проректор по учебной
 работе

_____ А.Е. Рудин

«30» июня 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.5.2	Основы менеджмента и маркетинга
<i>(Индекс дисциплины)</i>	<i>(Наименование дисциплины)</i>
Кафедра: 29	Менеджмента
<i>Код</i>	<i>Наименование кафедры</i>
Направление подготовки:	<u>27.03.01 Стандартизация и метрология</u>
Профиль подготовки:	<u>Стандартизация и сертификация</u>
Уровень образования:	<u>Бакалавриат</u>

План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Очно-заочное обучение	Заочное обучение
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Всего	144		
	Аудиторные занятия	51		
	Лекции	17		
	Лабораторные занятия			
	Практические занятия	34		
	Самостоятельная работа	57		
	Промежуточная аттестация	36		
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен	7		
	Зачет			
	Контрольная работа			
	Курсовой проект (работа)	7		
Общая трудоемкость дисциплины (зачетные единицы)		4		

Форма обучения:	Распределение зачетных единиц трудоемкости по семестрам											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Очная							4					
Очно-заочная												
Заочная												

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению 27.03.01 Стандартизация и метрология

на основании учебных планов № 1/1/142-1

1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре образовательной программы

Блок 1: Базовая Обязательная Дополнительно является факультативом
 Вариативная По выбору

1.2. Цель дисциплины

Сформировать компетенции в области теоретических основ управления промышленным предприятием, принятия управленческих решений и осуществления маркетинговой деятельности предприятия

1.3. Задачи дисциплины

- достижения понимания студентами основ теории менеджмента;
- формирование кругозора, путем освоения большого объема исторических и современных знаний о менеджменте и маркетинге;
- освоения методов анализа современных источников информации о состоянии и перспективах развития сферы производства в России и за рубежом;
- освоение методов формирования основных элементов маркетинга

1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования*
ПК-6	Способностью участвовать в проведении сертификации продукции, технологических процессов, услуг, систем качества, производств и систем экологического управления предприятия	<i>второй</i>
<p>Знать: основные подходы к принятию управленческих решений; ключевые управленческие факторы и факторы внешней среды, оказывающие влияние на процесс принятия решений; основные требования к управленческим решениям.</p> <p>Уметь: использовать типовые подходы к разработке управленческих решений; -применять основные методы управления деятельностью предприятия и коллектива;</p> <p>Владеть: навыками определения конкурентоспособности продукции</p>		

1.5. Дисциплины (практики) образовательной программы, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

- Экономика (ОК-3)

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Учебный модуль 1. Теоретические аспекты менеджмента			
Тема 1. Менеджмент и управление. Понятие менеджмента. Принципы и методы менеджмента. Организация и менеджмент. Социальная значимость менеджмента	6		
Тема 2. Функции менеджмента. Понятие функции менеджмента. А. Файоль о функциях менеджмента. Планирование, организация,	6		

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
мотивация, контроль, анализ. Их содержание			
Тема 3. Организационная структура менеджмента. Организация, ее виды и структура. Требования к организационным структурам. Функциональные и линейные структуры. Гибкие структуры и обеспечение эффективности организации управления	6		
Тема 4. Организационные процессы. Понятие лидерства. Модели лидерства. Коммуникации в управлении. Принятие решений в организации. Управленческие решения, их виды. Технология разработки и принятия управленческих решений.	6		
Тема 5. Планирование деятельности предприятия. Задачи и принципы планирования. Виды планов предприятия. Перспективные и стратегические планы. Методы разработки планов. Понятие стратегии предприятия. Функциональные стратегии	6		
Текущий контроль 1 (устный опрос)	2		
Модуль 2. Маркетинг как система управления			
Тема 6. Управление маркетинговой деятельностью на предприятии. Общие принципы маркетинга как системы управления. Основные направления маркетинга. Информационная база и планирование маркетинга. Организация маркетинговой деятельности на предприятии. Понятие комплекса маркетинга на предприятии и его составляющие.	6		
Тема 7. Исследование рынка. Этапы маркетинговой деятельности предприятия по изучению рынка (возможностей сбыта). Изучение рыночного потенциала (емкости рынка). Анализ рыночной сегментации. Сегментация рынка: сегментация по основным потребителям, товарная сегментация, сегментация по основным конкурентам. Изучение информации о покупателях.	6		
Тема 8. Организация маркетинговой службы предприятия. Цели и задачи маркетинговой службы предприятия. Типы структур службы маркетинга: товарно-ориентированный, географический, матричный. Факторы, определяющие выбор типа структуры.	6		
Текущий контроль 2 (устный опрос)	2		
Учебный модуль 3.Составляющие комплекса маркетинга			
Тема 9. Товарная политика предприятия. Цели и основные направления исследования товара. Структура ассортимента и его основные характеристики. Стратегические решения в области ассортимента выпускаемой продукции. Теория жизненного цикла товара. Этапы разработки новой продукции.	6		
Тема10. Ценовая политика предприятия. Политика ценообразования и ее задачи. Взаимозависимость политики и задач ценообразования. Типовые решения в области ценообразования. Способы и методы ценообразования: ценообразование от спроса, от издержек, от конкурентов. Понятие ценовой конкуренции.	6		
Тема 11. Сбытовая политика предприятия. Понятие товародвижения. Стратегия каналов распределения товара. Вертикальные и горизонтальные системы распределения. Управление движением товара. Виды торговых посредников.	6		
Тема 12. Продвижение товара. Основные инструменты продвижения товара: реклама, PR, стимулирование сбыта. Виды и этапы планирования рекламной кампании. Роль и значение публичных рилейшнз. PR как система установления связей с общественностью. Стимулирование сбыта.	6		
Текущий контроль 3 (доклад)	2		
Текущий контроль (курсовая работа)	30		
Промежуточная аттестация по дисциплине (экзамен)	36		
ВСЕГО:	144		

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

3.1. Лекции

Номера изучаемых тем	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	7	1				
2	7	1				
3	7	2				
4	7	1				
5	7	1				
6	7	2				
7	7	2				
8	7	2				
9	7	1				
10	7	1				
11	7	2				
12	7	1				
ВСЕГО:		17				

3.2. Практические и семинарские занятия

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1,2	Предметные функции менеджмента. Семинар	7	2				
3	Компетенция менеджера. Дискуссия	7	2				
4	Принятие управленческих решений. Кейс-стади	7	2				
4	Социально-психологические функции менеджмента. Семинар	7	4				
5,6	Исследование потребителя. Проведение опроса методом анкетирования. Практикум	7	4				
7	Сегментация рынка по основным потребителям и выбор целевого сегмента. Практикум	7	4				
7	Сегментация рынка по параметрам продукции (товарная сегментация) Практикум.	7	4				
9	Сравнительный анализ товаров-конкурентов. Практикум	7	4				
11	Оценка конкурентоспособности продукции. Практикум	7	4				
10-12	Выбор метода ценообразования и установление цены товара. Практикум	7	4				
ВСЕГО:		34					

3.3. Лабораторные занятия (не предусмотрены)

4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

4.1. Цели и задачи курсовой работы (проекта)

Курсовая работа должна: закрепить приобретенные студентами знания по дисциплине ; обеспечить освоение студентами методов технико-экономических расчетов; развить у студентов навыки самостоятельной работы

- Закрепление, углубление и обобщение знаний о методах менеджмента и маркетинга, полученных в процессе изучения дисциплины;
- Развитие самостоятельной работы путем применения типовых методов и инструментов менеджмента и маркетинга для оценки возможных воздействий на нынешнее и будущее положение предприятия на рынке;
- Практическое овладение методами анализа рынка сбыта продукции предприятия

4.2. Тематика курсовой работы (проекта)

Тематика курсовой работы устанавливается единой для всех обучающихся в следующей формулировке: «Исследование рынка сбыта продукции предприятия». Данная тематика соответствует профилю подготовки, отвечает учебным задачам дисциплины. Для отражения специфики рассматриваемого в работе объекта, допускается использование подзаголовка к теме работы. Объект (предприятие) обучающиеся выбирают самостоятельно. Свой выбор обучающийся предварительно согласовывает с преподавателем. Курсовая работа носит учебный характер, предусмотрена рабочим учебным планом и является обязательной для всех обучающихся.

4.3. Требования к выполнению и представлению результатов курсовой работы

При выполнении курсовой работы обучающийся должен:

- изучить и проанализировать научную, учебно-методическую литературу по теме;
- определить и обосновать объект (предприятие);
- выбрать методы и выполнить анализ рынка сбыта продукции предприятия;
- обобщить результаты проведенного анализа, обосновать свои выводы и предложения;
- оформить курсовую работу в соответствии с требованиями;
- защитить работу в срок, установленный рабочим учебным планом.

Требования к структуре: курсовая работа должна иметь титульный лист, содержание, введение, основную часть (разделенную на главы и параграфы), заключение, список использованных источников и приложения.

Требования к содержанию: во введении обосновывается актуальность выбранной темы, определяется общая цель курсовой работы, конкретные ее задачи и методы исследования. Основная часть работы включает три главы, которые следует разбить на параграфы. Каждая глава посвящается решению задач, сформулированных во введении, и заканчивается подведением промежуточных итогов. Теоретические положения и определения необходимо давать со ссылкой на источник (плагиат не допускается). Обязательным элементом является авторская интерпретация результатов исследования, полученных в ходе анализа. Содержание работы следует иллюстрировать таблицами, рисунками, схемами, графиками, диаграммами и т. п.

Требования представлению результатов курсовой работы: пояснительная записка, список использованных источников и приложений представляется в соответствии с общими требованиями в данному виду работ. Курсовая работа представляются на проверку и защиту в папке-скоросшивателе, объемом 20-25 страниц печатного текста (формат листа – А 4), содержащего следующие обязательные элементы:

Введение

1 Характеристика выпускаемой продукции

2 Исследование спроса на товар

2.1 Постановка целей исследования

2.2 Исследование потребителя

2.2.1 Проведение опроса методом анкетирования

2.2.2 Сегментация рынка по основным потребителям и выбор целевого сегмента

2.2.3 Сегментация рынка по параметрам продукции (товарная сегментация)

2.3 Сравнительный анализ товаров-конкурентов

2.4 Оценка конкурентоспособности продукции

3 Определение ценовой политики предприятия

3.1 Постановка задач ценообразования

3.2 Выбор метода ценообразования и установление цены товара

Заключение.

5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Номера учебных	Форма	Очное обучение	Очно-заочное обучение	Заочное обучение
----------------	-------	----------------	-----------------------	------------------

модулей, по которым проводится контроль	контроля знаний	Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
1	Устный опрос	7	1				
2	Устный опрос	7	1				
3	Доклад	7	1				

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Виды самостоятельной работы обучающегося	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Усвоение теоретического материала	7	12				
Подготовка к практическим (семинарским) занятиям	7	15				
Подготовка к экзамену	7	36				
Курсовая работа	7	30				
ВСЕГО:		93				

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

7.1. Характеристика видов и используемых инновационных форм учебных занятий

Наименование видов учебных занятий	Используемые инновационные формы	Объем занятий в инновационных формах (часы)		
		очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Лекции	Лекция-диалог	4		
Практические и семинарские занятия	Опрос, поиск вариантов решения проблемных ситуаций (case-study)	4		
ВСЕГО:		8		

7.2. Балльно-рейтинговая система оценивания успеваемости и достижений обучающихся

Используется традиционная система оценивания

Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося

Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося

№ п/п	Вид деятельности обучающегося	Весовой коэффициент значимости, %	Критерии (условия) начисления баллов
1	Аудиторная активность: посещение лекций и практических занятий, прохождение промежуточного контроля	10	<ul style="list-style-type: none"> 2 балла за каждое занятие (всего 25 занятия в семестре), максимум 50 баллов; 2 балла за каждый правильный ответ на вопрос (всего 25 вопросов), максимум 50 баллов
2	Выполнение всех заданий на практических занятиях	15	20 баллов за каждое практическое задание (всего 5 задач), всего 100 баллов
3	Доклад	15	Максимальное количество баллов – 100
4	Сдача экзамена	60	<ul style="list-style-type: none"> • Ответ на теоретический вопрос (полнота, владение терминологией, затраченное время) – максимум 40 баллов; • Выполнение практического задания – максимум 60

		баллов
Итого (%):	100	

Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

Баллы	Оценка по нормативной шкале	
86 - 100	5 (отлично)	Зачтено
75 – 85	4 (хорошо)	
61 – 74		
51 - 60		
40 – 50	3 (удовлетворительно)	Не зачтено
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	
1 – 16		
0		

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

- Егорова, Т. И. Основы менеджмента / Т. И. Егорова; под редакцией А. Я. Волкова. — Москва, Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2019. — 136 с. — ISBN 978-5-4344-0633-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/97371.html>
- Козлова, О. А. Основы маркетинга: учебное пособие для бакалавров вузов, обучающихся по направлению 38.03.06 «Торговое дело» / О. А. Козлова. — Нижневартонск: Нижневартонский государственный университет, 2016. — 122 с. — ISBN 978-5-00047-298-9. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/92806.html>
- Морозов, Ю. В. Основы маркетинга: учебное пособие / Ю. В. Морозов. — 8-е изд. — Москва: Дашков и К, 2018. — 148 с. — ISBN 978-5-394-02156-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85280.html>
- Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие / Л. А. Дробышева. — 5-е изд. — Москва: Дашков и К, 2019. — 152 с. — ISBN 978-5-394-02732-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85241.html>

б) дополнительная учебная литература

- Костылева С.Ю. Экономический маркетинг [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика», «Менеджмент»/ Костылева С.Ю.— Саратов: Вузовское образование, 2015.— 187 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34306>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
- Соколова, Н. Г. Основы маркетинга: практикум / Н. Г. Соколова. — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 266 с. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/54505.html>

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Эффективная аудиторная и самостоятельная работа обучающихся [Электронный ресурс]: методические указания / сост. С. В. Спицкий. — СПб.: СПбГУПТД, 2015. — Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2015811, по паролю.
- Организация самостоятельной работы обучающихся [Электронный ресурс]: методические указания / сост. И. Б. Караулова, Г. И. Мелешкова, Г. А. Новоселов. — СПб.: СПГУТД, 2014. — 26 с. — Режим доступ http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2014550, по паролю.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс]. URL: <http://window.edu.ru/>
- Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru>.

8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Windows 10,
2. OfficeStd.

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Стандартно оборудованная аудитория.
2. Компьютерный класс.

8.6. Иные сведения и (или) материалы

Раздаточный материал

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
Лекции	<p>Лекции обеспечивают теоретическое изучение дисциплины. На лекциях излагается основное содержание курса, иллюстрируемое конкретными примерами, широко используется зарубежный и отечественный опыт по соответствующей тематике.</p> <p>Освоение лекционного материала обучающимся предполагает следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проработка рабочей программы в соответствии с целями и задачами, структурой и содержанием дисциплины; • конспект лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы и формулировки; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. • Проверка терминов, понятий: осуществлять с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь; • работа с теоретическим материалом (конспектирование источников): найти ответ на вопросы в рекомендуемой литературе. <p>Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации или на практическом занятии.</p>
Практические занятия	На практических занятиях (семинарах) разъясняются теоретические положения курса, обучающиеся работают с конкретными ситуациями, овладевают навыками сбора, анализа и обработки информации для принятия самостоятельных решений, навыками подготовки информационных обзоров и аналитических отчетов по соответствующей тематике
Лабораторные занятия	Не предусмотрены
Самостоятельная работа	Данный вид работы предполагает расширение и закрепление знаний, умений и навыков, усвоенных на аудиторных занятиях путем самостоятельной проработки учебно-методических материалов по дисциплине и другим источникам информации

**10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

10.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

10.1.1. Показатели оценивания компетенций на этапах их формирования

Код компетенции / этап освоения	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
ПК-6	Формулирует теоретические подходы к разработке управленческих решений, воспроизводит содержание основных разделов менеджмента и маркетинга	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов для устного собеседования (34 вопроса)
	Разрабатывает управленческие решения	Практическое	Комплект

Код компетенции / этап освоения	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
	разными способами; - определяет специфику управленческого подхода к решению различных ситуаций на предприятии легкой промышленности	задание	практических заданий (3 задания)
	Проводит оценку конкурентоспособности выпускаемых или планируемых к выпуску продукции	Практическое задание	Комплект практических заданий (3 задания)

10.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

Критерии оценивания сформированности компетенций

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций
		Устное собеседование
86 - 100	5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
75 – 85	4 (хорошо)	Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
61 – 74		Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
51 - 60	3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
40 – 50		Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
1 – 16		Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
0		Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки). Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.

10.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

10.2.1. Перечень вопросов (тестовых заданий), разработанный в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Формулировка вопросов	№ темы
1	Понятие менеджмента. Принципы и методы менеджмента	1
2	Понятие функции менеджмента. А. Файоль о функциях менеджмента	2
3	Функции менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль, анализ.	2

	Их содержание	
4	Организация, ее виды и структура	3
5	Требования, предъявляемые к организационным структурам организации. Функциональные и линейные структуры организации.	3
6	Гибкие структуры и обеспечение эффективности организации управления	3
7	Понятие лидерства. Модели лидерства	4
8	Коммуникации в управлении	4
9	Принятие решений в организации. Управленческие решения, их виды	4
10	Задачи и принципы планирования. Виды планов предприятия	5
11	Понятие стратегии предприятия. Функциональные стратегии	5
12	Общие принципы маркетинга как системы управления. Основные направления маркетинга	6
13	Организация маркетинговой деятельности на предприятии	6
14	Понятие комплекса маркетинга на предприятии и его составляющие	6
15	Этапы маркетинговой деятельности предприятия по изучению рынка (возможностей сбыта)	7
16	Изучение рыночного потенциала (емкости рынка)	7
17	Анализ рыночной сегментации. Сегментация рынка: сегментация по основным потребителям, товарная сегментация, сегментация по основным конкурентам	7
18	Изучение информации о покупателях	7
19	Типы структур службы маркетинга: товарно-ориентированный, географический, матричный.	8
20	Факторы, определяющие выбор типа структуры службы маркетинга	8
21	Цели и основные направления исследования товара.	9
22	Средства и основные процессы исследования товара и формирования ассортимента	9
23	Структура ассортимента и его основные характеристики	9
24	Стратегические решения в области ассортимента выпускаемой продукции	9
25	Теория жизненного цикла товара. Анализ структуры ассортимента в зависимости от стадии жизненного цикла товара.	9
26	Этапы разработки новой продукции	9
27	Политика ценообразования и ее задачи. Взаимозависимость политики и задач ценообразования.	10
28	Способы и методы ценообразования: ценообразование от спроса, от издержек, от конкурентов	10
29	Понятие товародвижения. Стратегия каналов распределения товара. Вертикальные и горизонтальные системы распределения	11
30	Управление движением товара. Виды торговых посредников	11
31	Основные инструменты продвижения товара: реклама, PR, стимулирование сбыта	12
32	Виды и этапы планирования рекламной кампании	12
33	PR как система установления связей с общественностью и создание общественного мнения	12
34	Стимулирование сбыта. Особенности ценовых и неценовых методов стимулирования сбыта	12

Вариант тестовых заданий, разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций (не предусмотрено)

10.2.2. Перечень тем докладов (рефератов, эссе, пр.), разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

Вариант типовых заданий (задач, кейсов), разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Условия типовых задач (задач, кейсов)	Ответ
1	В основе матрицы БКГ лежит модель жизненного цикла товара. Указать, на какой стадии жизненного цикла товара находятся позиции, указанные в первой графе таблицы: а) выход на рынок; б) рост; в) зрелость; г) спад.	б, г, а, в

	Товар	Стадия жизненного цикла		
	Звезда			
	Собака			
	Знак вопроса			
	Дойная корова			

10.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности), характеризующих этапы формирования компетенций

10.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче (экзамена, зачета и / или защите курсовой работы) и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета)

10.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная письменная компьютерное тестирование иная*

*В случае указания формы «Иная» требуется дать подробное пояснение

10.3.3. Особенности проведения (экзамена, зачета и / или защиты курсовой работы)

- отсутствие возможности пользоваться конспектом, иными материалами;
- время на письменный ответ (вопрос и решение задачи) – 60 минут, после проверки работ всех студентов – сообщение результатов обучающимся.