

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«30» 06 2020 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.24 Менеджмент и маркетинг

Учебный план: ФГОС3++_2020-2021_29.03.01_ИТМ_ОЗО_Тех обув и коже-галант изделий.plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки:
(специальность) 29.03.01 Технология изделий легкой промышленности

Профиль подготовки: Технология обувных и кожевенно-галантерейных изделий
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очно-заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
7	УП	17	17	37,75	0,25	2	Зачет
	РПД	17	17	37,75	0,25	2	
Итого	УП	17	17	37,75	0,25	2	
	РПД	17	17	37,75	0,25	2	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 29.03.01 Технология изделий легкой промышленности, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.09.2017 г. № 938

Составитель (и):

кандидат технических наук, Доцент

Чигиринова Марина
Владимировна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой менеджмента

Титова Марина
Николаевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Лобова Людмила
Владиславовна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции в области теоретических основ управления промышленным предприятием, принятия управленческих решений и осуществления маркетинговой деятельности в сфере разработки изделий легкой промышленности

1.2 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 изделий легкой промышленности в России и за рубежом;
- освоения закономерностей проектной деятельности в сфере разработки изделий;
- анализа особенностей маркетинга товаров швейного производства

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Социология
- Основы проектной деятельности
- Экономика
- Организационное поведение
- Деловые коммуникации в профессиональной деятельности

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-2: Способен участвовать в проектировании технологических процессов с учетом экономических, экологических, социальных и других ограничений
Знать: Знать - виды управленческой деятельности в сфере материального производства, подходы к организации и планированию выпуска продукции с учетом специфики технологических процессов, подходы к проектированию производства, технологических процессов на основании маркетинговой концепции
Уметь: Уметь - использовать методы менеджмента и маркетинга, ориентированные на рациональное использование производственных ресурсов и ориентацию на спрос при проектировании технологических процессов
Владеть: Владеть - навыками использования инструментов и методов менеджмента для определения параметров выпуска, требований к качеству продукции, запросов потребителей при планировании технологических процессов.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Концептуальные аспекты менеджмента	7					Р
Тема 1. Концепция менеджмента. Менеджмент и предпринимательство - общие черты и различия. Категории менеджмента. Практическое занятие: семинар "школы менеджмента и этапы развития теории менеджмента"		1	1	3		
Тема 2. Этапы развития менеджмента. Особенности современного этапа. Современные организации и предприятия. Практическое занятие: семинар "школы менеджмента и этапы развития теории менеджмента"		1	1	3		

<p>Тема 3. Инфраструктура менеджмента. Внутренняя и внешняя среда предприятия. Организационная структура предприятия. Типы организационных структур по М. Веберу и Г. Минцбергу. Бюрократические и адаптивные структуры. Вертикальные и горизонтальные коммуникации. Управление.</p> <p>Практическое занятие: семинар "школы менеджмента и этапы развития теории менеджмента"</p>	1	1	3		
<p>Тема 4. Функции менеджмента. Маркетинговая концепция управления. Организация производства. Типы производства: массовое, серийное, единичное</p> <p>Практическое занятие: семинар "школы менеджмента и этапы развития теории менеджмента"</p>	1	1	3		
<p>Тема 5. Принципы и методы, социально-психологические основы менеджмента. Экономические аспекты власти в организации. Экономическая ответственность. Виды стилей руководства.</p> <p>Практическое занятие: семинар "Эффективный руководитель"</p>	1	1	3	ГД	

<p>Тема 6. Функция планирования. Стратегическое планирование. Технология разработки и принятия управленческих решений. Управленческий анализ: цели, принципы и методы управленческого анализа. «Цепочка ценностей» Портера, система Mc Kinsey. Портфельный анализ: цели и основные этапы. Стратегические матрицы и модели. Методы анализа конкурентных преимуществ.</p> <p>Практическое занятие: имитационная задача</p>	1	1	1	АС	
<p>Раздел 2. Маркетинговая деятельность на предприятии</p>					
<p>Тема 7. Основные понятия и концепции маркетинга. Маркетинговые элементы и цели организации. Комплекс маркетинга. Практическое занятие: Сбор и анализ маркетинговой информации. Отработка приемов сбора первичной и вторичной маркетинговой информации для определения перспектив производства продукции ее объемов и характеристик.</p>	2	1	3	ИЛ	Д

<p>Тема 8. Маркетинговая информация: система сбора, обработки и анализа информации. Методы исследования рынка. Емкость рынка. Практическое занятие: Сбор и анализ маркетинговой информации. Отработка приемов сбора первичной и вторичной маркетинговой информации для определения перспектив производства продукции ее объемов и характеристик.</p>	1	1	4	ИЛ
<p>Тема 9. Покупательское поведение, сегментация рынка и позиционирование. Клиентоориентированная деятельность предприятия. Практическое занятие: Сбор и анализ маркетинговой информации. Отработка приемов сбора первичной и вторичной маркетинговой информации для определения перспектив производства продукции ее объемов и характеристик.</p>	1	1	4	ГД
<p>Тема 10. Брендинг в системе современных стратегий маркетинговых коммуникаций. Товарная марка, элементы, позиционирование. Имидж компании и организационная структура. Практическое занятие: Сбор и анализ маркетинговой информации. Отработка приемов сбора первичной и вторичной маркетинговой информации для определения перспектив производства продукции ее объемов и характеристик.</p>	2	2	4	ГД

<p>Тема 11. Жизненный цикл товара, технологии, спроса, инноваций. Управление жизненным циклом, влияние уровня дизайна. Жизненный цикл и ассортимент. Ассортиментная концепция. Управление инновациями. Практическое занятие: Деловая игра по инновационной деятельности. Разработка новой продукции с учетом особенностей потребительского спроса и характеристик рынка</p>	3	2	4	
<p>Тема 12. Продвижение продукции. Концепция рекламного воздействия. Модель рекламного воздействия. Показатели воздействия. Бюджет и эффективность рекламы. Методы формирования рекламного бюджета. Показатели эффективности рекламы. Практическое занятие: Деловая игра по рекламной деятельности. Рассмотрение особенностей рекламирования художественной продукции. Создание проекта рекламной кампании.</p>	2	4	2,75	ГД
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	17	17	37,75	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине	34,25		37,75	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ОПК-2	Характеризует основные виды технологических процессов и оборудования производства изделий легкой промышленности. Проектирует технологические процессы с учетом экономических, экологических, социальных и других ограничений; оценивать технические возможности предприятия для изготовления изделий легкой промышленности. Научно-обосновано выбирает оборудование и оснастку для производства изделий легкой промышленности; способен оценивать оптимальность решения по выбору оборудования для проектируемых технологических процессов с учетом экономических, экологических, социальных и других ограничений.	Перечень устных вопросов и практикоориентированных заданий

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Обучающийся своевременно выполнил задания; возможно допуская несущественные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
Не зачтено	Обучающийся не выполнил (выполнил частично) задания; допустил существенные ошибки в ответе на	

	вопросы преподавателя. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
--	--	--

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 7	
1	Предмет и метод менеджмента.
2	Функции управления.
3	Общие принципы управленческой деятельности.
4	Классификация видов управленческой деятельности.
5	Виды управленческой деятельности в сфере материального производства
6	Организация, ее виды и структура.
7	Управленческая структура организации. Понятие, взаимосвязь организационной и управленческой структур.
8	Виды управленческих структур организаций и предприятий.
9	Сущность управленческого стиля. Выбор стиля.
10	Виды стилей управления.
11	Технология разработки и принятия управленческих решений.
12	Функция планирования, как важнейшая функция менеджмента.
13	Перспективные и стратегические планы.
14	Методы портфельного анализа.
15	Маркетинг, сущность и значение в рыночной экономике.
16	Концепции и виды маркетинга.
17	Информационная база и планирование маркетинга. Методы исследования рынка.
18	Первичная и вторичная маркетинговая информация. Методы получения.
19	Инструменты планирования маркетинговой деятельности на предприятии.
20	Комплекс маркетинга.

21	Планирование ассортиментной политики. Теория жизненного цикла товара.
22	Планирование ценовой политики.
23	Планирования ассортимента. Характеристики ассортимента. Ассортиментная матрица
24	Политика продвижения: инструменты и их воздействие.
25	Рекламная деятельность. Бюджет и эффективность рекламы.
26	Стимулирование сбыта: методы и основные виды.
27	Мерчандайзинг. Классификация POS- материалов.
28	Товародвижение: понятие, особенности. Виды торговых посредников.
29	Параметры каналов сбыта.
30	Функции торговых посредников по этапам совершения сделки.

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

«Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы) находятся в Приложении к данной РПД».

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная

Письменная

Компьютерное тестирование

Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Время на подготовку ответа 0.5 часа

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Грошев, И. В., Краснослободцев, А. А.	Системный бренд-менеджмент	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/71225.html
Григорьев, Д. А.	Менеджмент	Москва, Саратов: Всероссийский государственный университет юстиции (РПА Минюста России), Ай Пи Эр Медиа	2016	http://www.iprbookshop.ru/59252.html
Л., Брэдфорд, Р., Козн, Энни, Донелон, Л., Финк, Дж., Фомбран, Дана, Гринберг, Т., Холл, Д., Джик, Мосс, Кантер, Дж., Левицки, Рузвельт, Томас- младший, Б., Вейл, Исаенко, А., Лисовский, А.	Курс MBA по менеджменту	Москва: Альпина Пабlishер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82701.html
Егорова, М. М., Логинова, Е. Ю., Швайко, И. Г.	Маркетинг	Саратов: Научная книга	2019	http://www.iprbookshop.ru/81021.html
Ультан, С. И.	Менеджмент	Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского	2016	http://www.iprbookshop.ru/59616.html

	Курс по менеджменту	Новосибирск: Сибирское университетское издательство, Норматика	2017	http://www.iprbookshop.ru/65204.html
Чаплина, А. Н., Герасимова, Е. А., Еронкевич, Н. Н.	Введение в менеджмент	Красноярск: Сибирский федеральный университет	2016	http://www.iprbookshop.ru/84326.html
Попович А. М.	Стратегический менеджмент	Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского	2016	http://www.iprbookshop.ru/59657.html

6.1.2 Дополнительная учебная литература

Никитина С. В.	Маркетинг	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017252
----------------	-----------	----------------	------	---

Любименко А. И.	Маркетинг	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017403
Чигиринова М. В.	Менеджмент и маркетинг	СПб.: СПбГУПТД	2016	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3402

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. Менеджмент и организация управления» [Электронный ресурс]. http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.76.2
 Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows
 Microsoft Windows
 MicrosoftOfficeProfessional

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

Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска

Приложение

рабочей программы дисциплины __ Бизнес-модели предприятий легкой промышленности по направлению подготовки __ 29.03.01 Технология изделий легкой промышленности наименование ОП (профиля): _ Технология обувных и кожевенно-галантерейных изделий

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

№ п/п	Условия типовых практико-ориентированных заданий (задач, кейсов)																											
1	<p>Предприятие ООО «Хозяйка» осуществляет пошив постельного белья и находится в одном из районов областного центра с численностью населения 216 тыс. чел. Предприятие работает два года, ежегодно реализуя в среднем 10–15 тыс. комплектов постельного белья. Аналогичную продукцию в указанном районе реализуют городская швейная фабрика (12 тыс. комплектов), а также иногородние швейные предприятия и оптовые поставщики (65 тыс. комплектов). Реально сложились следующие ассортимент и структура спроса на продукцию ООО «Хозяйка».</p> <p style="text-align: center;">Структура реализации продукции</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Продукция</th> <th style="text-align: center;">Удельный вес в объеме, %</th> <th style="text-align: center;">Цена единицы, р.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">1,5-спальные комплекты постельного белья</td> <td style="text-align: center;">60</td> <td style="text-align: center;">715</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2-спальные комплекты постельного белья</td> <td style="text-align: center;">16</td> <td style="text-align: center;">860</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Пододеяльники</td> <td style="text-align: center;">24</td> <td style="text-align: center;">385</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Простыни</td> <td style="text-align: center;">24</td> <td style="text-align: center;">204</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Наволочки (2 шт. на комплект)</td> <td style="text-align: center;">24</td> <td style="text-align: center;">126</td> </tr> </tbody> </table> <p>Определите: 1) потенциальный спрос в районе на постельное белье; 2) потенциальную емкость рынка постельного белья в районе; 3) реальную емкость рынка постельного белья. Составьте план сбыта постельного белья ООО «Хозяйка» на год в натуральных единицах и денежном выражении.</p>	Продукция	Удельный вес в объеме, %	Цена единицы, р.	1,5-спальные комплекты постельного белья	60	715	2-спальные комплекты постельного белья	16	860	Пододеяльники	24	385	Простыни	24	204	Наволочки (2 шт. на комплект)	24	126									
Продукция	Удельный вес в объеме, %	Цена единицы, р.																										
1,5-спальные комплекты постельного белья	60	715																										
2-спальные комплекты постельного белья	16	860																										
Пододеяльники	24	385																										
Простыни	24	204																										
Наволочки (2 шт. на комплект)	24	126																										
2	<p>Обувная фабрика «Малыш» специализируется на производстве детской обуви. Производство и реализация детской обуви на планируемый квартал характеризуется следующими данными.</p> <p style="text-align: center;">План производства продукции</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2" style="text-align: center;">Обувь</th> <th rowspan="2" style="text-align: center;">Объем производства, пар</th> <th colspan="2" style="text-align: center;">Остаток нереализованной продукции на складе, пар</th> <th rowspan="2" style="text-align: center;">Цена, р./пара</th> </tr> <tr> <th style="text-align: center;">на начало квартала</th> <th style="text-align: center;">на конец квартала</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Ботинки</td> <td style="text-align: center;">2 000</td> <td style="text-align: center;">–</td> <td style="text-align: center;">120</td> <td style="text-align: center;">530</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Туфли</td> <td style="text-align: center;">3 200</td> <td style="text-align: center;">100</td> <td style="text-align: center;">300</td> <td style="text-align: center;">320</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Сапожки</td> <td style="text-align: center;">1 800</td> <td style="text-align: center;">250</td> <td style="text-align: center;">50</td> <td style="text-align: center;">870</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Полуботинки</td> <td style="text-align: center;">3 900</td> <td style="text-align: center;">100</td> <td style="text-align: center;">–</td> <td style="text-align: center;">385</td> </tr> </tbody> </table> <p>Определите: 1) объем продаж каждого вида обуви, нат.ед.; 2) планируемую выручку от реализации обуви за квартал, тыс. р.</p>	Обувь	Объем производства, пар	Остаток нереализованной продукции на складе, пар		Цена, р./пара	на начало квартала	на конец квартала	Ботинки	2 000	–	120	530	Туфли	3 200	100	300	320	Сапожки	1 800	250	50	870	Полуботинки	3 900	100	–	385
Обувь	Объем производства, пар			Остаток нереализованной продукции на складе, пар			Цена, р./пара																					
		на начало квартала	на конец квартала																									
Ботинки	2 000	–	120	530																								
Туфли	3 200	100	300	320																								
Сапожки	1 800	250	50	870																								
Полуботинки	3 900	100	–	385																								
3	<p>Объем товарной продукции по отчету прошлого года составил на предприятии 5 400 тыс. р. Численность рабочих – 600 чел. По плану на следующий год предусматривается рост производительности труда на 10 % и снижение численности рабочих на 20 чел.</p>																											
4	<p>План сбыта продукции на год содержит следующие данные.</p> <p style="text-align: center;">План сбыта продукции на год</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2" style="text-align: center;">Продукция</th> <th colspan="2" style="text-align: center;">Отчет предыдущего года</th> <th colspan="2" style="text-align: center;">Планируемый год</th> </tr> <tr> <th style="text-align: center;">Объем продаж, тыс. шт.</th> <th style="text-align: center;">Цена, р.</th> <th style="text-align: center;">Объем продаж, тыс. шт.</th> <th style="text-align: center;">Цена, р.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="height: 20px;"> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	Продукция	Отчет предыдущего года		Планируемый год		Объем продаж, тыс. шт.	Цена, р.	Объем продаж, тыс. шт.	Цена, р.																		
Продукция	Отчет предыдущего года		Планируемый год																									
	Объем продаж, тыс. шт.	Цена, р.	Объем продаж, тыс. шт.	Цена, р.																								

	Изделие 1	170	120	196	182
	Изделие 2	10	200	17	260
	Изделие 3	270	30	138	55
	<p>Определите:</p> <p>1) плановую выручку от реализации по каждому виду продукции и по предприятию в целом;</p> <p>2) планируемый процент роста объема выручки от реализации.</p>				
5	<p>По плану предприятия на год предусмотрен рост объема товарной продукции на 7 % и увеличение численности рабочих на 2 %. Фактический уровень производительности труда одного рабочего по отчету прошлого года составил 4 200 р.</p> <p>Определите:</p> <p>1) плановый процент роста производительности труда;</p> <p>2) плановый уровень производительности труда, р.</p>				
6	<p>Планом предприятия предусмотрена выручка от реализации продукции в сумме 2 890 тыс. р. Затраты на 1 р. реализованной продукции – 0,80 р. Средняя цена реализации – 578 р.</p> <p>Определите:</p> <p>1) себестоимость объема реализованной продукции;</p> <p>2) себестоимость единицы продукции.</p>				
7	<p>Согласно плановой смете затрат на производство, затраты на материалы составили 2 180 тыс. р., расходы на оплату труда – 540 тыс. р., амортизационные отчисления – 135 тыс. р., отчисления на социальные нужды – 30 %, прочие расходы – 87 тыс. р., коммерческие расходы составляют 2 % от производственной себестоимости. Стоимость товарной продукции планируется в сумме 4 025 тыс. р. Средняя цена одного изделия – 805 р.</p> <p>Определите:</p> <p>1) производственную и полную себестоимость всего объема продукции;</p> <p>2) себестоимость одного изделия;</p> <p>3) затраты на 1 р. товарной продукции.</p>				