

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«21» 02 2023 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.О.27** Основы менеджмента и маркетинга

Учебный план: 2023-2024 29.03.04 ИПИ ТХОМ ЗАО №1-3-16.plx

Кафедра: **56** Экономической теории

Направление подготовки: 29.03.04 Технология художественной обработки материалов  
(специальность)

Профиль подготовки: Технология художественной обработки материалов  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

### План учебного процесса

| Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа<br>обучающихся |                   | Сам.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоёмкость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>аттестации |
|---------------------------|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------------|--------------------------------------|
|                           | Лекции                           | Практ.<br>занятия |                |                   |                      |                                      |
| 3                         | УП                               | 4                 | 32             |                   | 1                    |                                      |
|                           | РПД                              | 4                 | 32             |                   | 1                    |                                      |
| 4                         | УП                               | 4                 | 28             | 4                 | 1                    | Зачет                                |
|                           | РПД                              | 4                 | 28             | 4                 | 1                    |                                      |
| Итого                     | УП                               | 4                 | 60             | 4                 | 2                    |                                      |
|                           | РПД                              | 4                 | 60             | 4                 | 2                    |                                      |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 29.03.04 Технология художественной обработки материалов, утверждённым приказом Минобрнауки России от 18.09.2017 г. № 961

Составитель (и):

доктор технических наук, Профессор

\_\_\_\_\_

Архипов Александр  
Валентинович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой экономической теории

\_\_\_\_\_

Ильинский Игорь  
Валерьянович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Жукова Любовь  
Тимофеевна

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать компетенции обучающегося в области менеджмента и маркетинга, подготовить студента к самостоятельному решению задач анализа рынка, формированию системы менеджмента на предприятии, выбора и реализации управленческих решений.

**1.2 Задачи дисциплины:**

- Освоить принципы построения системы менеджмента предприятий
- Освоить методы современного маркетинга
- Изучить методы решения задач производственного менеджмента с использованием современных информационных систем.
- Приобрести навыки реализации маркетинговых концепций управления предприятием.

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

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

- Организационное поведение
- Экономика
- Основы проектной деятельности
- Правоведение

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

|   |
|---|
| <b>ОПК-9: Способен участвовать в маркетинговых исследованиях товарных рынков</b>  |
| <b>Знать:</b> Принципы организации работ по проведению маркетинговых исследований, методы разработки, оценки, анализа и выбора вариантов организационно-управленческих решений                    |
| <b>Уметь:</b> Формировать календарный план работ на рынке, распределять работы между партнерами, разрабатывать меры по стимулированию сотрудников, организовывать работу с конечным потребителем. |
| <b>Владеть:</b> Навыками проведения маркетинговых исследований художественно-промышленной продукции с целью увеличения ее конкурентоспособности.  |

## 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий   | Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа |               | СР<br>(часы) | Инновац.<br>формы<br>занятий |
|---|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|
|   |                           | Лек.<br>(часы)    | Пр.<br>(часы) |              |                              |
| Раздел 1. Управление в организационных системах. Основы общего менеджмента  | 3                         |                   |               |              |                              |
| Тема 1. Природа управления в организационных системах и исторические тенденции его развития. Условия и факторы возникновения и развития менеджмента. Этапы и школы в истории менеджмента. |                           | 1                 |               | 5            | ГД                           |
| Тема 2. Функции менеджмента.  |                           | 1                 |               | 9            | ГД                           |
| Тема 3. Управленческие решения. Модели выбора. Многокритериальные модели. Выбор в условиях  |                           | 1                 |               | 9            | ИЛ                           |
| Тема 4. Организационные схемы принятия решений. Социальные и психологические аспекты в деятельности   |                           | 1                 |               | 9            | ИЛ                           |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)   |                           | 4                 |               | 32           |                              |
| Консультации и промежуточная аттестация - нет   |                           | 0                 |               |              |                              |
| Раздел 2. Функциональный менеджмент   | 4                         |                   |               |              |                              |

|   |  |     |   |    |
|---|--|-----|---|----|
| Тема 5. Практические занятия: основы производственного менеджмента. Постановка и описание целей; описание объекта управления; прогнозирование состояния объекта; планирование достижения целей; организация выполнения плана; учет, контроль, анализ выполнения плана; выбор управляющих решений. задачи календарного планирования; управление запасами; управление персоналом. |  | 0,5 | 3 | ИЛ |
| Тема 6. Практические занятия: основы менеджмента качества   |  | 0,5 | 4 | ИЛ |
| Тема 7. Практические занятия: основы управления инновациями. Инновационный цикл; финансирование инновационной деятельности; оценка эффективности инновационной деятельности предприятий   |  | 0,5 | 4 | ИЛ |
| Раздел 3. Основы маркетинга   |  |     |   |    |
| Тема 8. Практические занятия: цели, задачи и концепции маркетинга   |  | 0,5 | 3 | ИЛ |
| Тема 9. Практические занятия: рынок. задачи и методы исследования рынка. Сегментация рынка. Оценка емкости рынка; сегментация рынка по различным признакам  |  | 0,5 | 2 | ИЛ |
| Тема 10. Практические занятия: маркетинговые стратегии  |  | 0,5 | 2 | ГД |

|   |  |             |           |    |
|---|--|-------------|-----------|----|
| Тема 11. Практические занятия: товарная, ценовая, сбытовая и коммуникационная политика предприятия. Описание товара и товарного ассортимента предприятия; жизненный цикл товара; методы ценообразования; каналы сбыта; информационное обеспечение продвижения товаров |  | 0,5         | 6         | ИЛ |
| Тема 12. Практические занятия: основы электронного маркетинга   |  | 0,5         | 4         | ИЛ |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)   |  | 4           | 28        |    |
| Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)   |  | 0,25        |           |    |
| <b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>   |  | <b>8,25</b> | <b>60</b> |    |

#### 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-9           | Раскрывает принципы менеджмента и порядок маркетинговых исследований для производства и реализации продукции художественно-промышленного назначения. | Вопросы для устного собеседования. |
|                 | Раскрывает содержание работ по обоснованию и принятию управленческих решений.  | Вопросы для устного собеседования. |
|                 | Решает задачи по разработке, оценке, анализу и выбору решений в процессе создания и реализации на рынке художественно-промышленных изделий           | Практико-ориентированные задания.  |

##### 5.1.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания | Критерии оценивания сформированности компетенций   |                   |
|------------------|--|-------------------|
|                  | Устное собеседование   | Письменная работа |
| Зачтено          | Ответ полный, основанный на проработке обязательных источников информации.   |                   |
| Не зачтено       | Неспособность ответить на вопросы без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Неправильное решение практико-ориентированного задания |                   |

## 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   |
|--------|---|
| Курс 4 |   |
| 1      | Каковы особенности управления в организационных системах?   |
| 2      | Изобразите и поясните общую схему процесса управления.  |
| 3      | Перечислите основные функции менеджмента  |
| 4      | Раскройте содержание и технологию реализации функции целеполагания                                |
| 5      | Раскройте содержание и технологию реализации функций планирования и организации выполнения планов |
| 6      | Поясните содержание основных этапов процесса принятия управленческих решений                      |

|    |   |
|----|---|
| 7  | Какими свойствами обладают Парето-оптимальные решения? Как они устанавливаются и каково их значение в задачах выбора?   |
| 8  | Назовите основные формальные методы обоснования управленческих решений  |
| 9  | Как соотносятся между собой понятия неопределенности и риска?   |
| 10 | Поясните структуру модели выбора в условиях риска (модель лотереи)  |
| 11 | Поясните основные организационные формы принятия управленческих решений   |
| 12 | Какие факторы и личные характеристики работников формируют отношения между ними. Как межличностные отношения влияют на эффективность совместной деятельности? |
| 13 | Какими личными качествами должен обладать лидер?.   |
| 14 | Дайте характеристику различных стилей руководства.  |
| 15 | Дайте характеристику различных методов управления коллективом   |
| 16 | В чем состоит сущность конфликтов в коллективе? Каковы их виды? Дайте характеристику способов управления конфликтами  |
| 17 | В чем состоит сущность маркетинга? Какова его роль в организации и планировании деятельности предприятия?   |
| 18 | С какой целью проводятся маркетинговые исследования? Назовите основные методы сбора и обработки маркетинговой информации.                                     |
| 19 | Поясните содержание понятия конкурентоспособность продукции и предприятия. Как оценивается уровень конкурентоспособности?                                     |
| 20 | В чем смысл задачи позиционирования товара на рынке?  |
| 21 | Поясните содержание ассортиментной (товарной) политики предприятия.   |
| 22 | Поясните содержание ценовой политики предприятия.   |
| 23 | Поясните содержание сбытовой политики предприятия.  |
| 24 | Поясните содержание коммуникационной политики предприятия.  |
| 25 | В чем сущность и каков инструментарий электронного маркетинга?  |

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1) Заданы: конечное множество альтернатив, значения каждого из локальных критериев и направления их улучшения (максимизация или минимизация). Требуется графическим методом выделить в предъявленном множестве Парето-оптимальные решения для всех четырех вариантов задания экстремальных требований.

Экстремальные требования:

- а)  $f_1 \rightarrow \max$ ,  $f_2 \rightarrow \max$ , б)  $f_1 \rightarrow \max$ ,  $f_2 \rightarrow \min$ ,  
 в)  $f_1 \rightarrow \min$ ,  $f_2 \rightarrow \max$ , г)  $f_1 \rightarrow \min$ ,  $f_2 \rightarrow \min$ ,

Альтернатива Критерий  $f_1$  Критерий  $f_2$

|    |   |   |
|----|---|---|
| A1 | 3 | 8 |
| A2 | 7 | 7 |
| A3 | 2 | 6 |
| A4 | 9 | 3 |
| A5 | 2 | 3 |
| A6 | 6 | 2 |

2) Множество альтернатив включает пять вариантов

$A = \{A_1, A_2, A_3, A_4, A_5\}$ . Альтернативы оцениваются по трем критериям  $f_1, f_2, f_3$ , значения которых для каждой из альтернатив представлены в таблице исходных данных:

Набор экстремальных требований имеет вид:

$f_1 \rightarrow \max, f_2 \rightarrow \max, f_3 \rightarrow \max$ .

Коэффициенты относительной важности локальных критериев имеют следующие значения:  $\lambda_1 = 0,5; \lambda_2 = 0,3; \lambda_3 = 0,2$ .

Требуется выбрать наиболее предпочтительные решения с использованием:

- а) линейной свертки;  
 б) метода минимакса;

Альтернатива Критерий  $f_1$  Критерий  $f_2$  Критерий  $f_3$

|    |     |     |     |
|----|-----|-----|-----|
| A1 | 0,3 | 0,1 | 0,8 |
| A2 | 0,7 | 0,5 | 0,7 |
| A3 | 0,2 | 0,8 | 0,6 |
| A4 | 0,9 | 0,6 | 0,3 |
| A5 | 0,2 | 0,4 | 0,3 |

3) Задано множество альтернатив, включающее три варианта  $a_1, a_2$  и  $a_3$ . При выборе альтернативы  $a_1$  возможно наступление одного из трех исходов, при выборе  $a_2$  возможны два исхода и, наконец, при выборе  $a_3$  – четыре исхода. Для каждого исхода указаны оценки вероятности наступления и его полезности с точки зрения ЛПР.

Требуется выбрать наилучшую альтернативу, используя критерий максимума средневзвешенной полезности. Исходные данные представлены в таблице.

4) Группа из 25 участников должна выбрать одну из четырех альтернатив  $a, b, c, d$ . Выбрать групповое решение, пользуясь правилами Борда и Кондорсе.

Заданы профиль предпочтений, выявленный на первом этапе решения задачи, и правило начисления альтернативам очков за занятые ими места в индивидуальных упорядочениях.

5) выполнить позиционирование товара в группе товаров-субститутов по заданным значениям цен и показателей качества.

### 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

При проведении промежуточной аттестации студент получает два вопроса и практическое задание. Время на подготовку ответа 30 мин. Не разрешается пользоваться конспектом лекций и другими учебными материалами, в том числе, доступными через мобильный интернет. В течение семестра выполняется контрольная работа.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

| Автор                                    | Заглавие           | Издательство   | Год издания | Ссылка  |
|--|--------------------|----------------|-------------|---|
| <b>6.1.1 Основная учебная литература</b> |                    |                |             |   |
| Архипов А. В.                            | Основы менеджмента | СПб.: СПбГУПТД | 2018        | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018202">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018202</a> |

|   |                    |   |      |   |
|---|--------------------|---|------|---|
| Розова, Н. К.   | Основы маркетинга  | Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого   | 2021 | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/116137.html">https://www.iprbooks.hop.ru/116137.html</a> |
| Сафонова, Л. А.,<br>Левченко, Т. М.,<br>Мухина, И. С. | Основы маркетинга  | Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики | 2021 | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/117107.html">https://www.iprbooks.hop.ru/117107.html</a> |
| Ахметова, Г. З.                                       | Основы менеджмента | Омск: Омский государственный технический университет                              | 2019 | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/115438.html">https://www.iprbooks.hop.ru/115438.html</a> |

#### 6.1.2 Дополнительная учебная литература

|  |  |  |      |   |
|--|--|--|------|---|
| Архипов А. В.  | Менеджмент и маркетинг                       | СПб.: СПбГУПТД   | 2017 | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=201772">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=201772</a>     |
| Лунева, Е. А.  | Современные маркетинговые технологии         | Омск: Омский государственный технический университет                             | 2017 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/78471.html">http://www.iprbookshop.ru/78471.html</a>   |
| Песиков Э. Б.  | Основы маркетинга. Практические занятия      | СПб.: СПбГУПТД   | 2017 | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20178186">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20178186</a> |
| Соколова, Н. Г.,<br>Титова, О. В.,<br>Груздева, Т. В.      | Основы маркетинговых исследований. Практикум | Ижевск: Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова | 2017 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/73869.html">http://www.iprbookshop.ru/73869.html</a>   |
| Эриашвили, Н. Д.,<br>Лукашевич, В. В.,<br>Бородушка, И. В. | Основы менеджмента                           | Москва: ЮНИТИ-ДАНА   | 2017 | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/71768.html">https://www.iprbooks.hop.ru/71768.html</a>                                       |

|   |  |  |      |   |
|---|--|--|------|---|
| Алешина, О. Г.,<br>Веремеенко, О. С.,<br>Суслова, Ю. Ю.,<br>Щербенко, Е. В.,<br>Юшкова, Л. В. | Маркетинг  | Красноярск: Сибирский федеральный университет                        | 2017 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/84370.html">http://www.iprbookshop.ru/84370.html</a>   |
| Тараненко Е. Ю.   | Основы менеджмента и маркетинга. Практическая работа студентов. Самостоятельная работа студентов. Контрольные работы | СПб.: СПбГУПТД   | 2017 | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179189">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179189</a> |
| Бондарева, Н. А.  | Маркетинговый анализ и маркетинговая стратегия предприятия   | Москва: Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ | 2017 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/72596.html">http://www.iprbookshop.ru/72596.html</a>   |
| Коротков, А. В.   | Маркетинговые исследования   | Москва: ЮНИТИ-ДАНА   | 2017 | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/71235.html">https://www.iprbooks.hop.ru/71235.html</a>                                       |

#### 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. Информатика и информационные технологии» [Электронный ресурс]. URL: [http://window.edu.ru/catalog/?p\\_rubr=2.2.75.6](http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6)

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

#### 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

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

| Аудитория         | Оснащение   |
|-------------------|---|
| Лекционная        | Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска |
| Учебная аудитория | Специализированная мебель, доска                              |