

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«21» ___ 02 ___ 2023 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.26

Основы менеджмента и маркетинга

Учебный план: 2023-2024 29.03.04 ИПИ ТОДКИМ ОО №1-1-15.plx

Кафедра: **56** Экономической теории

Направление подготовки:
(специальность) 29.03.04 Технология художественной обработки материалов

Профиль подготовки: Технология обработки драгоценных камней и металлов
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

| Семестр (курс для ЗАО) | | Контактная работа обучающихся | | Сам. работа | Контроль, час. | Трудоёмкость, 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 29.03.04 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:

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:

Основы проектной деятельности

Правоведение

Экономика

Организационное поведение

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| |
|---|
| ОПК-9: Способен участвовать в маркетинговых исследованиях товарных рынков |
| Знать: Принципы организации работ по проведению маркетинговых исследований, методы разработки, оценки, анализа и выбора вариантов организационно-управленческих решений |
| Уметь: Формировать календарный план работ на рынке, распределять работы между партнерами, разрабатывать меры по стимулированию сотрудников, организовывать работу с конечным потребителем. |
| Владеть: 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 (курс для ЗАО) | Контактная работа | | СР (часы) | Инновац. формы занятий | Форма текущего контроля |
|---|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|-------------------------------|
| | | Лек. (часы) | Пр. (часы) | | | |
| Раздел 1. Управление в организационных системах. Основы общего менеджмента | 7 | | | | | 0,3 |
| 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 | | 4 | ИЛ | |
| Тема 2. Функции менеджмента. Практические занятия: построение "дерева целей"; описание объекта управления; прогнозирование состояния объекта; планирование достижения целей; Учет, контроль, анализ достижения целей; выбор управленческих решений. | | 2 | 2 | 4 | ИЛ | |

| | | | | | |
|---|---|---|------|----|-----|
| Тема 3. Управленческие решения. Модели выбора. Многокритериальные модели. Выбор в условиях неопределенности. Практические занятия: обоснование управленческих решений; формальные модели выбора. Парето-оптимальные решения; формы интегральных критериев; выбор в условиях риска | 2 | 4 | 2 | ИЛ | |
| Тема 4. Организационные схемы принятия решений. Социальные и психологические аспекты в деятельности менеджера. | 1 | | 4 | ИЛ | |
| Раздел 2. Функциональный менеджмент | | | | | |
| Тема 5. Основы производственного менеджмента. Практические занятия: календарное планирование работ; управление запасами; управление персоналом | 2 | 3 | 4 | ИЛ | |
| Тема 6. Основы менеджмента качества | 1 | | 2,75 | ИЛ | 3,0 |
| Тема 7. Основы управления инновациями. Практические занятия: инновационный цикл; финансирование инновационного развития предприятия; оценка эффективности инновационной деятельности | 2 | 2 | 3 | ИЛ | |
| Раздел 3. Основы маркетинга | | | | | |
| Тема 8. Цели, задачи и концепции маркетинга | 1 | | 2 | ИЛ | |
| Тема 9. Рынок. Задачи и методы исследования рынка. Сегментация рынка. Практические занятия: оценка емкости рынка; сегментация рынка по различным признакам. | 1 | 2 | 3 | ИЛ | 0,3 |
| Тема 10. Маркетинговые стратегии | 1 | | 1 | ИЛ | |

| | | | | | |
|---|-------|----|-------|----|--|
| Тема 11. Товарная, ценовая, сбытовая и коммуникационная политика предприятия. Практические занятия: описание товара и товарного ассортимента; жизненный цикл товара. структура цены и методы ценообразования; каналы сбыта; информационное обеспечение продвижения товаров. | 2 | 4 | 6 | ИЛ | |
| Тема 12. Основы электронного маркетинга. | 1 | | 2 | ИЛ | |
| 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-9 | Раскрывает принципы менеджмента и порядок маркетинговых исследований для производства и реализации продукции художественно-промышленного назначения. | Вопросы для устного собеседования. |
| | Анализирует содержание работ по обоснованию и принятию управленческих решений. | Практико-ориентированные задания. |
| | 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 |
|-----------|---|
| Семестр 7 | |
| 1 | Каковы особенности управления в организационных системах? |
| 2 | Какие факторы обуславливают необходимость реализации функции управления? |
| 3 | Дайте характеристику основных этапов развития менеджмента. |
| 4 | Изобразите и поясните общую схему процесса управления. |
| 5 | Перечислите основные функции менеджмента |
| 6 | Раскройте содержание и технологию реализации функции целеполагания |
| 7 | Раскройте содержание и технологию реализации функций планирования и организации выполнения планов |
| 8 | Поясните различие между функциями мотивации и стимулирования работников |
| 9 | Поясните содержание основных этапов процесса принятия управленческих решений |
| 10 | Какими свойствами обладают Парето-оптимальные решения? Как они устанавливаются и каково их значение в задачах выбора? |
| 11 | Назовите основные формальные методы обоснования управленческих решений |
| 12 | Назовите возможные источники неопределенности в задачах принятия решений. Как проявляется неопределенность? Какие возможны пути ее снижения? |
| 13 | Как соотносятся между собой понятия неопределенности и риска? |
| 14 | Поясните структуру модели выбора в условиях риска (модель лотереи) |
| 15 | Поясните особенности принятия коллегиальных решений. Поясните различия процедур голосования по правилам Борда и Кондорсе? |
| 16 | Поясните основные организационные формы принятия управленческих решений |
| 17 | Какие факторы и личные характеристики работников формируют отношения между ними. Как межличностные отношения влияют на эффективность совместной деятельности? |
| 18 | Какими личными качествами должен обладать лидер?. |
| 19 | Дайте характеристику различных стилей руководства. |
| 20 | Дайте характеристику различных методов управления коллективом |
| 21 | В чем состоит сущность конфликтов в коллективе? Каковы их виды? Дайте характеристику способов управления конфликтами |
| 22 | Приведите перечень основных задач производственного менеджмента |

| | |
|----|--|
| 23 | Дайте характеристику задач и принципов организации системы менеджмента качества на предприятии. Какова роль стандартов качества? |
| 24 | Дайте характеристику задач инновационного менеджмента. Какова роль инноваций в обеспечении экономического развития предприятия? |
| 25 | В чем состоит сущность маркетинга? Какова его роль в организации и планировании деятельности предприятия? |
| 26 | С какой целью проводятся маркетинговые исследования? Назовите основные методы сбора и обработки маркетинговой информации. |
| 27 | Поясните содержание понятия конкурентоспособность продукции и предприятия. Как оценивается уровень конкурентоспособности? |
| 28 | В чем смысл задачи позиционирования товара на рынке? |
| 29 | Поясните содержание ассортиментной (товарной) политики предприятия. |
| 30 | Поясните содержание ценовой политики предприятия. |
| 31 | Поясните содержание сбытовой политики предприятия. |
| 32 | Поясните содержание коммуникационной политики предприятия. |
| 33 | 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.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

| Автор | Заглавие | Издательство | Год издания | Ссылка |
|---|--|---|-------------|---|
| 6.1.1 Основная учебная литература | | | | |
| Сафонова, Л. А., Левченко, Т. М., Мухина, И. С. | Основы маркетинга | Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики | 2021 | https://www.iprbooks.hop.ru/117107.html |
| Ахметова, Г. З. | Основы менеджмента | Омск: Омский государственный технический университет | 2019 | https://www.iprbooks.hop.ru/115438.html |
| Архипов А. В. | Основы менеджмента | СПб.: СПбГУПТД | 2018 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018202 |
| Розова, Н. К. | Основы маркетинга | Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого | 2021 | https://www.iprbooks.hop.ru/116137.html |
| 6.1.2 Дополнительная учебная литература | | | | |
| Алешина, О. Г., Веремеенко, О. С., Суслова, Ю. Ю., Щербенко, Е. В., Юшкова, Л. В. | Маркетинг | Красноярск: Сибирский федеральный университет | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/84370.html |
| Песиков Э. Б. | Основы маркетинга. Практические занятия | СПб.: СПбГУПТД | 2017 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20178186 |
| Коротков, А. В. | Маркетинговые исследования | Москва: ЮНИТИ-ДАНА | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/71235.html |
| Тараненко Е. Ю. | Основы менеджмента и маркетинга. Практическая работа студентов. Самостоятельная работа студентов. Контрольные работы | СПб.: СПбГУПТД | 2017 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179189 |
| Соколова, Н. Г., Титова, О. В., Груздева, Т. В. | Основы маркетинговых исследований. Практикум | Ижевск: Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/73869.html |
| Архипов А. В. | Менеджмент и маркетинг | СПб.: СПбГУПТД | 2017 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=201772 |

| | | | | |
|--|--|--|------|---|
| Бондарева, Н. А. | Маркетинговый анализ и маркетинговая стратегия предприятия | Москва: Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/72596.html |
| Эриашвили, Н. Д., Лукашевич, В. В., Бородушка, И. В. | Основы менеджмента | Москва: ЮНИТИ-ДАНА | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/71768.html |
| Лунева, Е. А. | Современные маркетинговые технологии | Омск: Омский государственный технический университет | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/78471.html |

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

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

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

Microsoft Office Standart Russian Open No Level Academic

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

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