

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.27 Основы менеджмента и маркетинга

Учебный план: 2024-2025 29.03.04 ИПИ ТХОМ ЗАО №1-3-16.plx

Кафедра: **56** Экономической теории

Направление подготовки:
(специальность) 29.03.04 Технология художественной обработки материалов

Профиль подготовки: Технология художественной обработки материалов
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

| Семестр (курс для ЗАО) | Контактная работа обучающихся | | Сам. работа | Контроль, час. | Трудоёмкость, ЗЕТ | Форма промежуточной аттестации |
|---------------------------|-------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------------|--------------------------------------|
| | Лекции | Практ. 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

Лизовская Вероника
Владимировна

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

| |
|---|
| 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 |
|---|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|
| | | Лек. (часы) | Пр. (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 | | | | |
| 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. | 4 | 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 | | |
| Всего контактная работа и СР по дисциплине | | 8,25 | 60 | |

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

$A = \{A1, A2, A3, A4, A5\}$. 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 ЛППР.

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 |
|--|--|---|-------------|---|
| 6.1.1 Основная учебная литература | | | | |
| Розова, Н. К. | Основы маркетинга | Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого | 2021 | https://www.iprbooks.hop.ru/116137.html |
| Архипов А. В. | Основы менеджмента | СПб.: СПбГУПТД | 2018 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018202 |
| Ахметова, Г. З. | Основы менеджмента | Омск: Омский государственный технический университет | 2019 | https://www.iprbooks.hop.ru/115438.html |
| 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 |
| 6.1.2 Дополнительная учебная литература | | | | |
| Эриашвили, Н. Д., Лукашевич, В. В., Бородушка, И. В. | Основы менеджмента | Москва: ЮНИТИ-ДАНА | 2017 | https://www.iprbooks.hop.ru/71768.html |
| Архипов А. В. | Менеджмент и маркетинг | СПб.: СПбГУПТД | 2017 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=201772 |
| Коротков, А. В. | Маркетинговые исследования | Москва: ЮНИТИ-ДАНА | 2017 | https://www.iprbooks.hop.ru/71235.html |
| Лунева, Е. А. | Современные маркетинговые технологии | Омск: Омский государственный технический университет | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/78471.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 |
| Алешина, О. Г., Веремеенко, О. С., Сулова, Ю. Ю., Щербенко, Е. В., Юшкова, Л. В. | Маркетинг | Красноярск: Сибирский федеральный университет | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/84370.html |
| Бондарева, Н. А. | Маркетинговый анализ и маркетинговая стратегия предприятия | Москва: Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/72596.html |
| Песиков Э. Б. | Основы маркетинга. Практические занятия | СПб.: СПбГУПТД | 2017 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20178186 |
| 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 |

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

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 |