

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.24

Менеджмент и маркетинг

Учебный план: 2025-2026 29.03.01 ИТМ ТШИ ОЗО №1-2-1 .plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки:
(специальность) 29.03.01 Технология изделий легкой промышленности

Профиль подготовки: Технология швейных изделий
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очно-заочная

План учебного процесса

| Семестр (курс для ЗАО) | Контактная работа обучающихся | | Сам. работа | Контроль, час. | Трудоём- кость, ЗЕТ | Форма промежуточной аттестации |
|---------------------------|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|---------------------------|--------------------------------------|
| | Лекции | Практ. занятия | | | | |
| 7 | УП | 16 | 16 | 39,75 | 0,25 | Зачет |
| | РПД | 16 | 16 | 39,75 | 0,25 | |
| Итого | УП | 16 | 16 | 39,75 | 0,25 | |
| | РПД | 16 | 16 | 39,75 | 0,25 | |

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 Минобрнауки России от 19.09.2017 г. № 938

Составитель (и):

кандидат технических наук, Доцент

Чигиринова Марина
Владимировна

кандидат экономических наук, доцент

Любименко Анна Игоревна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой менеджмента

Титова Марина Николаевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Сурженко Евгений
Яковлевич

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:

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

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: 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: - использовать методы менеджмента и маркетинга, ориентированные на рациональное использование производственных ресурсов и ориентацию на спрос при проектировании технологических процессов

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. | | 1 | | 4 | | |

| | | | | | | |
|--|--|---|---|---|----|---|
| <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> | | 1 | 1 | 4 | 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 | |

| | | | | | | |
|---|--|-------|----|-------|----|--|
| 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. | | 1 | 1 | 4 | ГД | |
| 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. | | 2 | 2 | 4 | ГД | |
| 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 | | 3 | 2 | 4 | | |
| 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. | | 2 | 4 | 2,75 | ГД | |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО) | | 16 | 16 | 39,75 | | |
| Консультации и промежуточная аттестация (Зачет) | | 0,25 | | | | |
| Всего контактная работа и СР по дисциплине | | 32,25 | | 39,75 | | |

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 | <p>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.</p> <p>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.</p> | 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 | | | | |
| Л., Брэдфорд, Р., Коэн, 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 Паблишер | 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 |
| Плотникова, Ю. С. | Маркетинговые исследования | Омск: Омский государственный технический университет | 2021 | https://www.iprbookshop.ru/124834.html |
| Шамис, В. А., Левкин, Г. Г. | Маркетинг в отраслях и сферах деятельности | Москва: Ай Пи Ар Медиа | 2023 | https://www.iprbookshop.ru/124747.html |
| Зеньков, И. В. | Менеджмент и маркетинг | Красноярск: Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева | 2022 | https://www.iprbookshop.ru/124304.html |
| 6.1.2 Дополнительная учебная литература | | | | |
| Григорьев, Д. А. | Менеджмент | Москва, Саратов: Всероссийский государственный университет юстиции (РПА Минюста России), Ай Пи Эр Медиа | 2016 | http://www.iprbookshop.ru/59252.html |

| | | | | |
|-----------------------------|------------------------|--|------|---|
| Ультан, С. И. | Менеджмент | Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского | 2016 | http://www.iprbookshop.ru/59616.html |
| Чигиринова М. В. | Менеджмент и маркетинг | СПб.: СПбГУПТД | 2016 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3402 |
| 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 |
| Шамис, В. А., Левкин, Г. Г. | Маркетинг | Москва: Ай Пи Ар Медиа | 2023 | https://www.iprbookshop.ru/124162.html |

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

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 |

| | | | | | |
|----|--|-----------------------|-------|------------------------------|--------|
| | | выведения на рынок | роста | зрелости | упадка |
| | Сбыт | | | | |
| | Основные стратегические усилия | | | | |
| | Основные усилия маркетинга | | | | |
| | Распределение товара | | | | |
| 8 | Привести в соответствие виды маркетинга состояниям спроса (соединить стрелками) | | | | |
| | Виды спроса | | | Виды маркетинга | |
| | Спрос негативен | | | Противодействующий | |
| | Спрос отсутствует. | | | демаркетинг | |
| | Скрытый спрос. | | | поддерживающий маркетинг. | |
| | Падающий спрос | | | Синхромаркетинг | |
| | Нерегулярный спрос (колеблющийся) | | | Ремаркетинг | |
| | Полноценный спрос. | | | Развивающий | |
| | Чрезмерный спрос. | | | Стимулирующий маркетинг | |
| | Иррациональный спрос | | | конверсионный маркетинг. | |
| 9 | Провести сравнительный анализ ассоциативных составляющих бренда по след. позициям: 1. Атрибуты бренда — ассоциации, которые являются прикладными, сопутствуя товару, внешний вид товара, его физические характеристики 2. Выгоды для потребителя 3. Ценность бренда | | | | |
| 10 | Провести Анализ основных характеристик бренда по след. позициям: Признаки, относящиеся к товару: - товарная категория; - упаковка; - цена; - свойства продукта; Признаки, не относящиеся к товару: - моделирование и оценка рекламных материалов; - ассоциации; - образ пользователя; Символ Дизайнер / модный дом; Страна происхождения; Имидж компании; Знаменитости, рекламирующие товар; - оценка возможности реализации креатива средствами бренда. | | | | |