

Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»
Бендерский Политехнический филиал
Кафедра «Естественные и экономические науки»



И.о. директора БПФ ГОУ
«ПГУ им. Т.Г. Шевченко»

С.С. ИВАНОВА

(подпись, расшифровка подписи)

2021 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Б1.В.ДВ.04.01 «Основы менеджмента и маркетинга»

на 2021/2022 учебный год

(в комбинированном формате)

Направление подготовки:

2.23.03.03 «Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов»

Профиль подготовки

«Автомобили и автомобильное хозяйство»

квалификация выпускника:

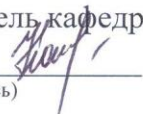
бакалавр

Форма обучения: **очная**

год набора 2021г.

Бендеры, 2021

Рабочая программа дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» разработана в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта ВО по направлению подготовки 2.23.03.03 «Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов» и основной профессиональной образовательной программы (учебного плана) по профилю подготовки «Автомобили и автомобильное хозяйство»

Составитель рабочей программы ст.преподаватель кафедры
«Естественные и экономические науки»  Н.А. Колесниченко
(подпись)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры «Естественные и экономические науки»

« 21 » сентября 2021г. протокол № 2

Зав. кафедры – разработчика

« 21 » сентября 2021г.  Н.Л.Миткевич
(подпись)

И.о. зав. выпускающей кафедры «Инженерные науки, промышленность и транспорт»,

« 22 » 09 2021г.  А.С. Янута
(подпись)

Зам. директора по УМР

« 01 » 09 2021г

 / И.М.Руснак /
(подпись)

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» является получение студентами теоретических знаний и приобретение практических навыков в организации процесса управления производством, формирования у студентов системы знаний в области деятельности современной организации на рынке в условиях активной конкуренции, а также получение студентами теоретических знаний в области анализа рынка, потребительского поведения покупателя, создания и продвижения товара на рынок.

Задачами дисциплины являются теоретическое изучение и апробация: основных элементов системы производственного менеджмента; методов и форм организации производственных процессов; задач и типов систем оперативного планирования; организации различных видов производств, а так же формирование у будущих бакалавров: представлений о маркетинге как философии ведения бизнеса, его значимости и необходимости, специфики маркетинговой деятельности; знания современной теории маркетинга и умения её практического использования; представлений о месте современной организации в конкурентной среде, о взаимодействии с этой средой; способностей анализа практических ситуаций, постановки маркетинговых проблем и их решения; практических навыков применения результатов маркетинговых исследований в процессе принятия управленческих решений и формирования маркетинговой стратегии организации в современных условиях.

2 Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» относится к вариативной части дисциплин по выбору основной образовательной программы подготовки бакалавров по профилю «Автомобили и автомобильное хозяйство» по направлению 2.23.03.03 «Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов». Для освоения дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» необходимы знания, умения и навыки, полученные в средней общеобразовательной школе.

3 Требования к результатам освоения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на формирование компетенций приведенных в таблице ниже:

Категория (группа) компетенций	Код и наименование	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Универсальные компетенции и индикаторы их достижения		
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИД _{УК-1.1} . Выбор информационных ресурсов для поиска информации в соответствии с поставленной задачей ИД _{УК-1.2} . Оценка соответствия выбранного информационного ресурса критериям полноты и аутентичности ИД _{УК-1.3} . Систематизация обнаруженной информации, полученной из разных источников, в соответствии с требованиями и условиями задачи ИД _{УК-1.4} . Логичное и последовательное изложение выявленной информации со ссылками на информационные ресурсы ИД _{УК-1.5} .

		Выявление системных связей и отношений между изучаемыми явлениями, процессами и/или объектами на основе принятой парадигмы
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИД_{УК-2.1}. Идентификация профильных задач профессиональной деятельности ИД_{УК-2.2}. Представление поставленной задачи в виде конкретных заданий ИД_{УК-2.3}. Определение потребности в ресурсах для решения задач профессиональной деятельности ИД_{УК-2.4}. Выбор правовых и нормативно-технических документов, применяемых для решения заданий профессиональной деятельности ИД_{УК-2.5}. Выбор способа решения задачи профессиональной деятельности с учётом наличия ограничений и ресурсов ИД_{УК-2.6}. Составление последовательности (алгоритма) решения задачи
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИД_{УК-3.1}. Восприятие целей и функций команды ИД_{УК-3.2}. Восприятие функций и ролей членов команды, осознание собственной роли в команде ИД_{УК-3.3}. Установление контакта в процессе межличностного взаимодействия ИД_{УК-3.4}. Выбор стратегии поведения в команде в зависимости от условий
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение	ИД_{УК-6.1}. Формулирование целей личностного и профессионального развития, условий их достижения ИД_{УК-6.2}. Оценка личностных, ситуативных и временных ресурсов

	всей жизни	ИДУК-6.3. Самооценка, оценка уровня саморазвития в различных сферах жизнедеятельности, определение путей саморазвития ИДУК-6.4. Определение требований рынка труда к личностным и профессиональным навыкам ИДУК-6.5. Выбор приоритетов профессионального роста, выбор направлений и способов совершенствования собственной деятельности ИДУК-6.6. Составление плана распределения личного времени для выполнения задач учебного задания
--	------------	---

4 Структура и содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости в з.е./часах по видам аудиторной и самостоятельной работы студентов по семестрам:

Распределение трудоемкости в з.е./часах по видам аудиторной и самостоятельной работы студентов по профилю подготовки «Автомобили и автомобильное хозяйство» направления 2.23.03.03 «Эксплуатация транспортно – технологических машин и комплексов»:

Семес тр	Количество часов						Форма итогового контроля
	Трудоемко сть, з.е./часы	В том числе					
		Аудиторных				Самост · работы	
		Всего	Лекций	Лаб. раб.	Практ. зан.		
2	3 з.е. /108	58	26	-	32	50	Зачет с оценкой
Итого:	3 з.е. /108	58	26	-	32	50	Зачет с оценкой

4.2. Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№ раз- дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Внеауд. работа (СР)
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Менеджмент.	53	12	16	-	25
2.	Маркетинг.	55	14	16	-	25
Итого:		108	26	32	-	50

4.3. Тематический план по видам учебной деятельности

Лекции

№ п/п	№ раздела	Объем часов	Тема лекции	Учебно-наглядные пособия
-------	-----------	-------------	-------------	--------------------------

1. Раздел. Менеджмент.

1	1	2	Теоретические основы менеджмента, понятие и сущность менеджмента, основные подходы в менеджменте, исторические школы менеджмента	Слайды, схемы.
2		2	Организация как объект современного менеджмента, организация как система управления, внешняя и внутренняя среда организации, организационные структуры предприятий	Слайды, схемы.
3		2	Основные процессы в системе менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль и координация	Слайды, схемы.
4		2	Коммуникации и принятие управленческого решения в менеджменте, сущность коммуникаций в менеджменте, принятие управленческого решения	Слайды, схемы.
5		2	Управление конфликтами, групповая динамика в менеджменте, управление конфликтами в менеджменте, групповая динамика	Слайды, схемы.
6		2	Лидерство и власть в системе менеджмента, основные подходы в лидерстве, власть и виды власти используемые в менеджменте	Слайды, схемы.
Итого по разделу часов		12		

2 Раздел. Маркетинг.

7	2	2	Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга.	Слайды, схемы.
8		2	Организация маркетинга. Система маркетинговых планов. Финансы и контроль маркетинга.	Слайды, схемы.
9		2	Концепции маркетинга. Маркетинговая среда и ее структура.	Слайды, схемы.
10		2	Маркетинговые коммуникации (реклама, пропаганда, связь с общественностью).	Слайды, схемы.
11		2	Комплекс маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение.	Слайды, схемы.
12		2	Товарная политика, продвижение товара.	Слайды, схемы.
13		2	Сегментация. Выбор целевого рынка. Стратегии маркетинга.	Слайды, схемы.
Итого по разделу часов		14		
ИТОГО		26		

Практические (семинарские) занятия

№ п/п	№ раздела	Объем часов	Тема практического занятия	Учебно- наглядные пособия
1. Раздел. Менеджмент.				
1	1	2	Предмет и сущность менеджмента, категории, менеджмент как процесс управления, виды менеджмента.	Слайды, схемы.
2		2	Исторические школы в менеджменте: школа научного управления; административная школа управления; школа человеческих отношений, школа поведенческих наук, наука управления, количественный подход.	Слайды, схемы.
3		2	Организация, её основные составляющие в процессе менеджмента, методы управления, внутренняя и внешняя среда в организации, организационные структуры управления организацией	Слайды, схемы.
4		4	Система менеджмента, его основные процессы : планирование и прогнозирование в системе менеджмента ;организация как процесс менеджмента; управленческая пирамида Т. Парсонса; мотивация деятельности в менеджменте; пирамида потребностей человека Абрахама Маслоу; контроль и координация в менеджмента.	Слайды, схемы.
5		4	Коммуникации, принятие управленческого решения, управление конфликтами в трудовом коллективе , виды и функции конфликтов	Слайды, схемы.
6		2	Соотношение лидерства и власти в современном менеджменте, основные теории лидерства, характерные черты лидера	Слайды, схемы.
Итого по разделу часов		16		
2. Раздел. Маркетинг.				
7	2	2	Понятие и сущность маркетинга, основные категории маркетинга, виды маркетинга	Слайды, схемы.
8		2	Исторические этапы развития маркетинга.	Слайды, схемы.
9		2	Основные элементы маркетингового исследования рынка, комплекс маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение.	Слайды, схемы.
10		2	Сегментация, выбор целевого рынка, стратегии маркетинга.	Слайды, схемы.
11		2	Организация маркетинговой деятельности (планы, финансы, контроль), маркетинговые коммуникации организации.	Слайды, схемы.
12		2	Товарная политика организации, продвижение товара.	Слайды,

				схемы.
13		2	Сегментация. Выбор целевого рынка. Стратегии маркетинга.	Слайды, схемы.
14		2	Особенности международного маркетинга.	Слайды, схемы.
Итого по разделу часов		16		
ИТОГО		32		

Лабораторные работы не предусмотрены.

Самостоятельная работа студента

Самостоятельная работа студентов			
№ п/п	№ раздела	Тема и вид СРС	Трудоемкость (в часах)
1 Раздел. Менеджмен.			
1	1	Эффективность и качество менеджмента. Эффективность менеджмента, Качество менеджмента. (вид СРС - реферат)	2
2		Основные функции и методы менеджмента. Сущность и классификация функций менеджмента, методы менеджмента. . (вид СРС - реферат)	3
3		Социальная ответственность и этика менеджмента. Сущность этики менеджмента, социальная ответственность. . (вид СРС - сообщение)	2
4		Методы трансформации организационных форм управления . Метод дезинтеграции при трансформации организационной формы управления. Метод интеграции. . (вид СРС - реферат)	3
5		Методы поиска новых идей и решений. Мозговой штурм и его разновидности. Конференция идей. Синектика. Пул мозговой записи. Идея Дельфи. Идейная инженерия. Метод коллективного блокнота. Триггерная техника. Метод гирлянд, случайностей и ассоциаций. Метод контрольных вопросов. . (вид СРС - сообщение)	3
6		Совершенствование методов управления Основные принципы дефицита времени. Анализ использования рабочего времени. Основные пути совершенствования системы управления. . (вид СРС - реферат)	3
7		Планирование рабочего времени менеджера. Метод упорядочения планов рабочего времени. Оперативное планирование деятельности исполнителей. . (вид СРС - реферат)	3
8		Организационные формы управления Этапы создания предприятия. Проектирование организации. Алгоритм создания организационной формы управления. Характеристики и типы организаций. . (вид СРС - сообщение)	3
9		Типы административного аппарата. Виды организационных полномочий. Типы организационных структур управления. Матричная структура управления. . (вид СРС - реферат)	3
Итого часов по разделу			25
8	2	Стратегическое планирование маркетинга.	2

		Особенности и этапы стратегического планирования. Основные направления и виды деловой стратегии. (вид СРС - доклад)	
9		Тактика маркетинговой деятельности организации. Задачи тактики маркетинга и маркетинговые приемы, маркетинговый контроль. Планирование в системе маркетинга. . (вид СРС - доклад)	2
10		Типы рынков и маркетинговая деятельность компаний. Понятие рынка, условия его возникновения и развития, типы и виды рынков, сегментация рынка. . (вид СРС - реферат)	2
11		Конъюнктура рынка Понятие, виды и цель исследования конъюнктуры рынка, факторы её определяющие, источники информации, показатели и методы изучения конъюнктуры рынка. (вид СРС - реферат)	3
12		Маркетинговая информация организации. Информационная база маркетинговых исследований, маркетинговые информационные системы. . (вид СРС - сообщение)	2
13		Ценообразование и ценовая политика фирмы. Структура цены, задачи ценовой политики, стратегия и тактика предприятия, постановка целей ценообразования. . (вид СРС - доклад)	3
14		Потребительское поведение и анализ потребителей. Факторы, влияющие на потребителей, модель принятия решений о покупке, типы и анализ потребителей. . (вид СРС - реферат)	3
15		Торговые посредники в процессе сбыта товаров Виды торговых посредников, анализ конкурентов. . (вид СРС - сообщение)	2
16		Формы активного продвижения товаров. Сущность, факторы, задачи и средства стимулирования сбыта товаров, реклама: сущность, значение, виды и средства рекламы, оценка ее эффективности, имидж, товарный знак продукции. . (вид СРС - реферат)	2
17		Процесс управления маркетингом. Анализ рыночных возможностей, разработка комплекса маркетинга. . (вид СРС - реферат)	2
18		Организация и деятельность маркетинговой службы. Организационные структуры управления маркетингом, службы маркетинга в организациях их взаимосвязь с другими подразделениями фирмы. . (вид СРС - реферат)	2
Итого часов по разделу			25
ИТОГО			50

5. Примерная тематика курсовых проектов (работ):
Не предусмотрены

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

6.1. Обеспеченность обучающихся учебниками, учебными пособиями

№ п/п	Наименование учебника, учебного пособия	Автор	Год издания	Кол-во экземпляров	Электронная версия	Место размещения электронной версии
	<i>Основная литература</i>					

	Основы менеджмента учебник	Бородушко И.В., Лукашевич В.В.	2012		в наличии	электронная библиотека БПФ
	Менеджмент	Виханский О.С., Наумова А.И.	2014		в наличии	электронная библиотека БПФ
	Менеджмент	Драчева Е.Л., Юликов Л.И.	2016		в наличии	электронная библиотека БПФ
	Управление персоналом, теория и практика	Кибанов А.Я., Захаров Д.К.	2013		В наличии	электронная библиотека БПФ
	Основы менеджмента	Семенов А.К., Набоков В.И.	2008		В наличии	электронная библиотека БПФ
	Основы маркетинга	Котлер Ф.	2007		В наличии	электронная библиотека БПФ
	Основы маркетинга	Сарафанова Е.В.	2007		В наличии	электронная библиотека БПФ
	Маркетинг Учебник	Акулич И.Л.	2009		В наличии	электронная библиотека БПФ
	Маркетинг (учебник)	Панкрухин А.П.	2007	1	В наличии	электронная библиотека БПФ
	Маркетинг (Краткий курс)	Попова Г.В.	2010		В наличии	электронная библиотека БПФ
	Маркетинг	Фомичева, Железняков и др	2016		В наличии	электронная библиотека БПФ
	<i>Дополнительная литература</i>					
	Менеджмент	Герчикова И.Н.	2010		В наличии	электронная библиотека БПФ
	Менеджмент	Макаров В.М., Попова Г.В.	2011		В наличии	электронная библиотека БПФ
	Производственный менеджмент	Малюк В.И., Немчин А.М.	2008		В наличии	электронная библиотека БПФ
	Маркетинговые исследования	Е.П.Голубков	2000		В наличии	электронная библиотека БПФ
	Маркетинг	Кондратенко Н.М.	2011		В наличии	электронная библиотека БПФ
	Маркетинг (Учебное пособие)	Бронникова Т.С., Чернявский, А.Г.	2008		В наличии	электронная библиотека БПФ
	Маркетинг	Романов А.А.	2012		В наличии	электронная библиотека БПФ
	Маркетинг (Краткий курс)	Попова Г.В.	2010		В наличии	электронная библиотека БПФ
<i>Итого по дисциплине: % печатных изданий 0%; % электронных 100;</i>						

6.2. Программное обеспечение

1. <http://vspmr.org/> Верховный совет ПМР

2. <http://www.mepmr.org/> Министерство экономического развития ПМР,
3. <http://www.minfin-pmr.org/index.php/links> Министерство финансов ПМР.
4. <http://tiraspol.ru/> Торгово-промышленная палата ПМР.
5. www.consultant.ru-нормативные документы
6. www.vopreco.ru - Вопросы экономики
7. www.worldneweconomy.ru - Мир новой экономики
8. www.imemo.ru - Мировая экономика и международные отношения (МЭиМО)
www.rej.guu.ru - Российский экономический журнал (РЭЖ)
9. www.finans.rusba.ru - Финансы и экономика

6.3. *Методические указания и материалы по видам занятий* – приведены в УМКД:
Поросеч Д.А., УзунИ.Н., Колесниченко Н.А. Маркетинг (курс лекций), 2017

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.

Для проведения всех видов учебной подготовки дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» должна быть обеспечена необходимой материально-технической базой, включающей в себя:

- лекционные аудитории с видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет, электронной доской, учебной мебелью;
- помещения для проведения практических занятий, должны быть оснащены персональными компьютерами с локальной сетью, мультимедийным проектором, учебной мебелью;
- библиотеку, имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет.

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины: Приведены в УМКД Основание Пр.№941-ОД от 14.06.2017г.

В учебном процессе для формирования и развития профессиональных навыков студентов должны использоваться следующие формы работы:

1. Лекции с мультимедийной презентацией информации.
2. Активные и интерактивные методы проведения занятий:
 - проблемный;
 - диалоговый;
 - игровой;
 - исследовательский;
 - модульный;
 - критических ситуаций;
 - автоматизированного обучения

Рабочая учебная программа по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» составлена в соответствии с требованиями Федерального Государственного образовательного стандарта ВПО по профилю подготовки «Автомобили и автомобильное хозяйство» направления 2.23.03.03 «Эксплуатация транспортно – технологических машин и комплексов», утвержденного приказом Министерства образования и науки российской Федерации от 14 декабря 2015 года №1470.

9. Технологическая карта дисциплины

Курс 1 группы БП21ДР62АХ1 семестр 2

Преподаватель – лектор: Н.А.Колесниченко

Преподаватель, ведущий практические занятия: Н.А.Колесниченко

Кафедра «Естественные и экономические науки»

Весовой коэффициент дисциплины в совокупной рейтинговой оценке, рассчитываемой по всем дисциплинам 3з.е.

Форма текущей аттестации	Расшифровка	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Контроль посещаемости занятий	<i>Посещение лекционных занятий</i>	0	10
	<i>Посещение семинарских и практических занятий</i>	0	0
Текущий контроль работы на семинарских и практических занятиях	Тема 1. Предмет и сущность менеджмента, категории, менеджмент как процесс управления, виды менеджмента.	2	4
	Тема 2. Исторические школы в менеджменте: школа научного управления; административная школа управления; школа человеческих отношений, школа поведенческих наук, наука управления, количественный подход.	2	4
	Тема 3. Организация, её основные составляющие в процессе менеджмента, методы управления, внутренняя и внешняя среда в организации, организационные структуры управления организацией	2	4
	Тема 4. Система менеджмента, его основные процессы : планирование и прогнозирование в системе менеджмента ;организация как процесс менеджмента; управленческая пирамида Т. Парсонса; мотивация деятельности в менеджменте; пирамида потребностей человека Абрахама Маслоу; контроль и координация в менеджмента.	2	5
	Тема 5. Коммуникации, принятие управленческого решения, управление конфликтами в трудовом коллективе , виды и функции конфликтов	2	5
	Тема 6. Соотношение лидерства и власти в современном менеджменте, основные теории лидерства, характерные черты лидера	2	4
	Тема 7. Понятие и сущность маркетинга, основные категории	2	4

	и власти в современном менеджменте, основные теории лидерства, характерные черты лидера		
	Тема 7. Понятие и сущность маркетинга, основные категории маркетинга, виды маркетинга	2	4
	Тема 8. Исторические этапы развития маркетинга.	2	4
	Тема 9. Основные элементы маркетингового исследования рынка, комплекс маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение.	2	5
	Тема 10. Сегментация, выбор целевого рынка, стратегии маркетинга.	2	4
	Тема 11. Организация маркетинговой деятельности (планы, финансы, контроль), маркетинговые коммуникации организации.	2	4
	Тема 12. Товарная политика организации, продвижение товара.	2	4
	Тема 13. Сегментация. Выбор целевого рынка. Стратегии маркетинга.	2	5
	Тема 14. Особенности международного маркетинга.	2	4
Рубежный контроль	1. Контрольная работа №1	6	15
	2. Контрольная работа №2	6	15
Итого количество баллов по текущей аттестации		40	100
Промежуточная аттестация	Зачет с оценкой	10	30
Итого по дисциплине		40	100

Составитель  Н.А. Колесниченко

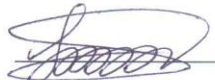
Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры ЕиЭН

Протокол № 2 от 21. 09 20__ г.

И.о. зав. кафедрой ЕиЭН  / Н.Л. Миткевич/

Согласовано:

И.о. зав. кафедрой ИНПиТ

 / А.С. Янута /

Зам. директора по УМР ВО

 / И.М. Руснак/