

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт экологии и природопользования



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор  
по образовательной деятельности КФУ  
Проф. Таюрский Д.А.

\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Программа дисциплины**

Основы менеджмента и маркетинга Б1.В.ДВ.4

Направление подготовки: 21.03.02 - Землеустройство и кадастры

Профиль подготовки: Землеустройство

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Большов А.В.

**Рецензент(ы):**

Палей Т.Ф.

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Палей Т. Ф.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Учебно-методическая комиссия Института экологии и природопользования:

Протокол заседания УМК No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Регистрационный No

## Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Большов А.В. кафедра общего менеджмента Институт управления, экономики и финансов , AVBolshov@kpfu.ru

### 1. Цели освоения дисциплины

Цель - изучение системы научных знаний, которая составляет теоретические и практические основы современного менеджмента и маркетинга, обеспечивает практику менеджмента и маркетинга научными рекомендациями, формирует менеджерские навыки.

### 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.4 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 21.03.02 Землеустройство и кадастры и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 2 курсе, 3 семестр.

Изучению дисциплины "Основы менеджмента и маркетинга" предшествует освоение следующих дисциплин: "Микроэкономика", "Макроэкономика", "Философия", "Правоведение", "Социология". Данная дисциплина способствует освоению дисциплин "Финансовый менеджмент", "Стратегическое планирование", "Теория организации", "Исследование систем управления" и др.

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-13 (общекультурные компетенции)	Способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы
ОК-15 (общекультурные компетенции)	Владеть методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования
ОК-20 (общекультурные компетенции)	Учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности
ОК-5 (общекультурные компетенции)	Владеть культурой мышления, быть способным к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
ОК-7 (общекультурные компетенции)	Готовность к кооперации с коллегами, работать в коллективе
ПК-10 (профессиональные компетенции)	Способен участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию
ПК-31 (профессиональные компетенции)	Умеет применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- теоретические основы системы управления, роль и место элементов менеджмента и маркетинга в производственной системе;
- исторические этапы развития теории и практики менеджмента, особенности национальных школ менеджмента и маркетинга;
- классические функции управления и инструменты их реализации на практике;
- экономические и социальные аспекты эффективности менеджмента и маркетинга.

2. должен уметь:

- вырабатывать организационные цели;
- применять полученные в процессе обучения знания для принятия управленческих решений с учетом экономических, социальных, технических и других факторов;
- анализировать организационные отношения в системе управления;
- моделировать управленческие ситуации;
- определять факторы эффективности менеджмента и маркетинга.

3. должен владеть:

- управления личностью и коллективом;
- структурирования целей и определения стратегии и тактики достижения поставленных целей;
- разработки мероприятий по повышению эффективности деятельности организации.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- вырабатывать организационные цели;
- применять полученные в процессе обучения знания для принятия управленческих решений с учетом экономических, социальных, технических и других факторов;
- анализировать организационные отношения в системе управления;
- моделировать управленческие ситуации;
- определять факторы эффективности менеджмента и маркетинга;
- управления личностью и коллективом;
- структурирования целей и определения стратегии и тактики достижения поставленных целей;
- разработки мероприятий по повышению эффективности деятельности организации.

#### **4. Структура и содержание дисциплины/ модуля**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 3 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

#### **4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю**

##### **Тематический план дисциплины/модуля**

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практи- ческие занятия	Лабора- торные работы	
1.	Тема 1. Тема 1. Сущность управления в рыночной экономике	3		2	2	0	Эссе Устный опрос
2.	Тема 2. Тема 2. Эволюция менеджмента	3		2	0	0	Дискуссия Письменная работа
3.	Тема 3. Тема 3. Методология менеджмента	3		2	2	0	Письменная работа Дискуссия
4.	Тема 4. Тема 4. Инфраструктура менеджмента	3		2	0	0	Устный опрос Эссе
5.	Тема 5. Тема 5. Социальные факторы и этика менеджмента	3		2	0	0	Устный опрос Письменная работа
6.	Тема 6. Тема 6. Интеграционные процессы в менеджменте	3		2	2	0	Устный опрос Творческое задание Письменная работа
7.	Тема 7. Тема 7. Разработка управленческого решения в системе менеджмента	3		2	2	0	Контрольная работа Дискуссия
8.	Тема 8. Тема 8. Социально-экономические основы маркетинга	3		2	0	0	Устный опрос Письменная работа
9.	Тема 9. Тема 9. Управление маркетингом	3		2	2	0	Тестирование Письменная работа
10.	Тема 10. Тема 10. Инструментарий и приемы маркетинга	3		2	2	0	Устный опрос Письменная работа
11.	Тема 11. Тема 11. Маркетинговые исследования	3		2	0	0	Устный опрос Творческое задание
12.	Тема 12. Тема 12. Эффективность менеджмента	3		2	0	0	Устный опрос Эссе

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практи- ческие занятия	Лабора- торные работы	
.	Тема . Итоговая форма контроля	3		0	0	0	Зачет
	Итого			24	12	0	

## 4.2 Содержание дисциплины

### Тема 1. Тема 1. Сущность управления в рыночной экономике

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Потребность и необходимость управления в деятельности человека. Понятие, сущность, цели, задачи, значение и технология менеджмента. Перспективы менеджмента: возможное и вероятное. Опыт менеджмента за рубежом, возможности и пути его использования в России.

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Модели менеджмента. Характеристика основных категорий теории и практики менеджмента. Принципы эффективного управления современным предприятием. Разнообразие моделей менеджмента: американская, японская, европейская и др.

### Тема 2. Тема 2. Эволюция менеджмента

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Условия и предпосылки возникновения менеджмента. Этапы и школы менеджмента: Концепция научного управления Ф.У.Тейлора. Административный подход к управлению А.Файоля. Бихевиоризм в менеджменте. Э.Мэйо и Хотторнские эксперименты. Количественная школа управления. Развитие управления в России. Особенности современной российской экономики и российского менеджмента. Необходимость совершенствования организации управления в России. Особое значение антикризисного менеджмента.

### Тема 3. Тема 3. Методология менеджмента

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Цели, задачи и система управления предприятием. Виды менеджмента. Общие и специальные функции менеджмента как вида деятельности. Процессы управления: целеполагание и оценка ситуации. Ситуационный менеджмент.

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Механизмы менеджмента: средства и методы управления. Функции менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль и координация.

### Тема 4. Тема 4. Инфраструктура менеджмента

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Внешняя среда организации. Факторы прямого и косвенного воздействия. Потребности, интересы, ценности, ограничения. Внутренняя среда организации. Управление экономическими отношениями предприятия. Особенности управления внешнеэкономическими связями.

### Тема 5. Тема 5. Социальные факторы и этика менеджмента

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Роль бизнеса в обществе и социальная ответственность менеджеров. Культура и этика менеджмента. Этические нормативы. Стандарты этичного поведения. Правовые основы менеджмента. Этика делового общения. Психология менеджмента.

### Тема 6. Тема 6. Интеграционные процессы в менеджменте

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Коммуникационный менеджмент. Система информационных коммуникаций. Система информационного обеспечения управления. Использование мировых информационных ресурсов в менеджменте.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Элементы и этапы коммуникационного процесса. Способы достижения эффективных коммуникаций. Межличностные коммуникационные барьеры и способы их устранения. Методы воздействия на организационные барьеры коммуникаций.

**Тема 7. Тема 7. Разработка управленческого решения в системе менеджмента**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Сущность и виды управленческих решений. Процесс принятия и реализации управленческих решений. Информационное обеспечение разработки решения. Эффективность управленческих решений.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Методы обоснования, принятия и реализации управленческих решений. Моделирование ситуаций. Методологические принципы построения моделей, типы моделей.

**Тема 8. Тема 8. Социально-экономические основы маркетинга**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Понятие и роль маркетинга в деятельности организации в современных условиях. Производственная концепция маркетинга. Сбытовая концепция маркетинга. Товарная концепция маркетинга. Потребительская концепция маркетинга. Социально-этическая концепция маркетинга.

**Тема 9. Тема 9. Управление маркетингом**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Основные требования, предъявляемые для построения маркетинговой службы на предприятии. Принципы и функции, выполняемые маркетинговыми службами на предприятии. Построение маркетинговой службы по группам потребителей. Виды контроля деятельности маркетинговых служб.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Процесс организации маркетинговой деятельности на предприятии. Организационные структуры маркетинговых служб предприятия. Оценка эффективности маркетинговой деятельности на предприятии.

**Тема 10. Тема 10. Инструментарий и приемы маркетинга**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Цели и задачи сегментации рынков Классификация товаров потребительского назначения. Классификация товаров производственно-технического назначения. Основные стратегии охвата рынка. Критерии сегментации рынков.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование товара на рынке. Определение емкости рынка.

**Тема 11. Тема 11. Маркетинговые исследования**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Цель, задачи и направления маркетинговых исследований. Методы проведения маркетинговых исследований. Этапы проведения маркетинговых исследований. Специфика проведения маркетинговых исследований в российских условиях. Разделы и содержание отчета о маркетинговом исследовании.

**Тема 12. Тема 12. Эффективность менеджмента**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Ресурсы, качество и эффективность управления. Экономические и социальные аспекты эффективности. Факторы и пути повышения эффективности менеджмента. Диверсификация менеджмента. Типология и выбор альтернатив эффективного управления. Инновационный потенциал менеджмента. Инновационная программа менеджера.



### 4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Тема 1. Сущность управления в рыночной экономике	3		Подготовить эссе-опровержение "Опыт западноевропейских и американских компаний неприменим в практике управления предприятиями"	2	эссе
2.	Тема 2. Тема 2. Эволюция менеджмента	3		Подготовить ответы на предложенные вопросы для самостоятельной работы	2	письменная работа
				Управленческая ситуация "Генри Форд и Ли Якокка"	2	дискуссия
3.	Тема 3. Тема 3. Методология менеджмента	3		Сопоставление и анализ различных теоретических подходов к менеджменту	2	письменная работа
				Управленческая ситуация ""Пять базовых направлений в работе менеджера"	2	дискуссия
4.	Тема 4. Тема 4. Инфраструктура менеджмента	3		Подготовить эссе-опровержение "На отечественных предприятиях невозможно создание эффективно действующей корпоративной культуры"	2	эссе
5.	Тема 5. Тема 5. Социальные факторы и этика менеджмента	3		Управленческая ситуация "Корпоративная культура"	2	письменная работа
6.	Тема 6. Тема 6. Интеграционные процессы в менеджменте	3		Подготовить эссе-опровержение "Использование технических средств и программных продуктов на российских предприятиях неэффективно, поскольку информация носит искаженный недостоверный характер"	2	письменная работа
				Управленческая ситуация "Деловые переговоры"	2	творческое задание в письменном виде
7.	Тема 7. Тема 7. Разработка управленческого решения в системе менеджмента	3		Решение задач с применением основных моделей и методов принятия решений	2	контрольная работа
				Управленческая ситуация "Стили принятия решений"	2	дискуссия



N	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
8.	Тема 8. Тема 8. Социально-экономические основы маркетинга	3		Анализ концепций маркетинга	2	письменная работа
				Решение кейса "ЗАО "Мултон"	2	письменная работа
9.	Тема 9. Тема 9. Управление маркетингом	3		Подготовка к контрольной работе	2	тестирование
				Решение кейса "Корпорация DAIKIN"	2	письменная работа
10.	Тема 10. Тема 10. Инструментарий и приемы маркетинга	3		Решение кейса "Оценка конкурентоспособности услуг"	2	письменная работа
11.	Тема 11. Тема 11. Маркетинговые исследования	3		Решение кейса "Сеть ресторанов "Канпай"	2	творческое задание
12.	Тема 12. Тема 12. Эффективность менеджмента	3		Подготовить эссе-опровержение "Бегство капитала за рубеж- результат неблагоприятного инвестиционного климата в экономики России"	2	эссе
	Итого				36	

## 5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

В учебном процессе используется анализ деловых ситуаций, разбор бизнес-кейсов, подготовка презентаций, участие в имитационных управленческих и маркетинговых деловых играх.

## 6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

### Тема 1. Тема 1. Сущность управления в рыночной экономике

эссе , примерные темы:

Письменная работа оценивается преподавателем путем рецензирования и по результатам защиты. Подготовить эссе-опровержение "Опыт западноевропейских и американских компаний неприменим в практике управления предприятиями"

### Тема 2. Тема 2. Эволюция менеджмента

дискуссия , примерные вопросы:

Основаны на общем обсуждении тех или иных проблем конкретной ситуации и присуждении качественных оценок предлагаемым позициям. Оцениваются по результатам принимаемых решений.

письменная работа , примерные вопросы:

Письменная работа оценивается преподавателем путем рецензирования и по результатам защиты. Управленческая ситуация "Генри Форд и Ли Якокка"

### **Тема 3. Методология менеджмента**

дискуссия , примерные вопросы:

Основаны на общем обсуждении тех или иных проблем конкретной ситуации и присуждении качественных оценок предлагаемым позициям. Оцениваются по результатам принимаемых решений. Управленческая ситуация ""Пять базовых направлений в работе менеджера"

письменная работа , примерные вопросы:

Письменная работа оценивается преподавателем путем рецензирования и по результатам защиты. Сопоставление и анализ различных теоретических подходов к менеджменту

### **Тема 4. Инфраструктура менеджмента**

эссе , примерные темы:

Письменная работа оценивается преподавателем путем рецензирования и по результатам защиты. Подготовить эссе-опровержение "На отечественных предприятиях невозможно создание эффективно действующей корпоративной культуры"

### **Тема 5. Социальные факторы и этика менеджмента**

письменная работа , примерные вопросы:

Письменная работа оценивается преподавателем путем рецензирования и по результатам защиты. Управленческая ситуация "Корпоративная культура"

### **Тема 6. Интеграционные процессы в менеджменте**

письменная работа , примерные вопросы:

Письменная работа оценивается преподавателем путем рецензирования и по результатам защиты. Подготовить эссе-опровержение "Использование технических средств и программных продуктов на российских предприятиях неэффективно, поскольку информация носит искаженный недостоверный характер"

творческое задание в письменном виде , примерные вопросы:

Письменная работа оценивается преподавателем путем рецензирования и по результатам защиты. Управленческая ситуация "Деловые переговоры"

### **Тема 7. Разработка управленческого решения в системе менеджмента**

дискуссия , примерные вопросы:

Основаны на общем обсуждении тех или иных проблем конкретной ситуации и присуждении качественных оценок предлагаемым позициям. Оцениваются по результатам принимаемых решений. Управленческая ситуация "Стили принятия решений"

контрольная работа , примерные вопросы:

Оценивается посредством письменного опроса по контрольным вопросам темы Решение задач с применением основных моделей и методов принятия решений

### **Тема 8. Социально-экономические основы маркетинга**

письменная работа , примерные вопросы:

Письменная работа оценивается преподавателем путем рецензирования и по результатам защиты. Исходя из исторических этапов развития классического маркетинга, охарактеризовать основные концепции маркетинга

письменная работа , примерные вопросы:

Письменная работа оценивается преподавателем путем рецензирования и по результатам защиты. Исходя из исторических этапов развития классического маркетинга, охарактеризовать основные концепции маркетинга

### **Тема 9. Управление маркетингом**

письменная работа , примерные вопросы:

Письменная работа оценивается преподавателем путем рецензирования и по результатам защиты. Решение кейса "Корпорация DAIKIN"

тестирование , примерные вопросы:

Оценивается посредством опроса по контрольным вопросам темы 1. Цель деятельности организации заключается в: а) получении прибыли б) удовлетворении потребностей в) удовлетворении потребностей и получении за счет этого прибыли 2. В ходе разработки стратегии маркетинга маркетолог должен считать наиболее перспективным источником увеличения прибыли: а) увеличение цен на товары (услуги) б) снижение издержек производства в) увеличение объема продаж 3. Доля рынка рассчитывается как: а) отношение объема продаж товара конкретного производителя к суммарному объему продаж данного товара на рынке б) отношение объема продаж товара конкретного производителя к суммарному объему продаж товара тремя ведущими конкурентами в) отношение объема продаж товара конкретного производителя к объему продаж основного конкурента

### **Тема 10. Тема 10. Инструментарий и приемы маркетинга**

письменная работа , примерные вопросы:

Письменная работа оценивается преподавателем путем рецензирования и по результатам защиты. Решение кейса "Оценка конкурентоспособности услуг"

### **Тема 11. Тема 11. Маркетинговые исследования**

творческое задание , примерные вопросы:

Основаны на общем обсуждении тех или иных проблем конкретной ситуации и присуждении качественных оценок предлагаемым позициям. Оцениваются по результатам принимаемых решений. Решение кейса "Сеть ресторанов "Канпай"

### **Тема 12. Тема 12. Эффективность менеджмента**

эссе , примерные темы:

Письменная работа оценивается преподавателем путем рецензирования и по результатам защиты. Подготовить эссе-опровержение "Бегство капитала за рубеж- результат неблагоприятного инвестиционного климата в экономики России"

### **Итоговая форма контроля**

зачет (в 3 семестре)

Примерные вопросы к итоговой форме контроля

Вопросы к зачету по дисциплине "Основы менеджмента и маркетинга"

1. Понятие, цели, задачи менеджмента.
2. Корпус менеджеров по П.Друкеру.
3. Общие и специальные функции менеджмента как вида деятельности.
4. Механизмы менеджмента: средства и методы управления.
5. Коммуникационный процесс в организации.
6. Сущность и виды управленческих решений.
7. Миссия и цели организации.
8. Система планов организации.
9. Эталонные стратегии бизнеса.
10. Организационная структура управления: понятие и взаимосвязь элементов.
11. Иерархические организационные структуры управления.
12. Дивизиональные организационные структуры управления.
13. Адаптивные организационные структуры управления.
14. Иерархия потребностей А.Маслоу.
15. Теория приобретенных потребностей Д. МакКлелланда.
16. Теория справедливости С.Адамса.
17. Теория ожидания В.Врума.
18. Природа и цель контроля. Разновидности контроля.
19. Формальное и неформальное управление.
20. Формирование групп в организации.

21. Личность менеджера. Основные качества менеджера, особенности его работы.
22. Деятельность и полномочия. Источники власти и влияния.
23. Авторитарный и демократический стили руководства.
24. Стили руководства по Д. МакГрегору (теории X и Y).
25. Управленческая решетка Блейка-Мутона.
26. Понятие, концепции и задачи маркетинга.
27. Основные концепции маркетинга.
28. Стратегическое планирование организации: понятие, процесс.
29. Макросреда организации.
30. Модель поведения потребителя.
31. Сегментирование потребительских и деловых рынков.
32. Выбор целевых сегментов рынка.
33. Жизненный цикл товара и маркетинговые стратегии.
34. Каналы распределения потребительских и промышленных товаров
35. Стимулирование сбыта.
36. Разработка и управление рекламной программой.

### **7.1. Основная литература:**

- 1.Исаев, Р. А. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : Учебник / Р. А. Исаев. - М. : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2013. - 264 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=414940>
- 2.Резник С. Д. Введение в менеджмент: Учебное пособие / С. Д. Резник, И.А. Игошина; Под ред. проф. С. Д. Резника - 2-е изд., доп. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 416 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/bookread.php?book=244308>
- 3.Егоров Ю. Н.Основы маркетинга: Учебник / Ю.Н. Егоров. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 272 с. - (Высшее образование: Бакалавриат) Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=363020>

### **7.2. Дополнительная литература:**

- 1.Веснин В.Р., Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебник / В.Р. Веснин. - М. : Проспект, 2015. - 320 с. - ISBN 978-5-392-16383-0 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392163830.html>
2. Морозов, Ю. В. Основы маркетинга [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Ю. В. Морозов. - 8-е изд., испр. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2018. - 148 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=415044>
- 3.Ключников А.В., Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. В. Ключников. - М. : Советский спорт, 2010. - 172 с. (Профессиональное туристское образование) - ISBN 978-5-9718-0448-2 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785971804482.html>

### **7.3. Интернет-ресурсы:**

Административно-управленческий портал. Содержит ссылки на огромное количество книг по управлению предприятием (менеджменту). Есть раздел библиотека, форум и многое другое - <http://www.aup.ru/management/>

Деловая пресса. Сайт содержит огромное количество статей, касающихся бизнеса - <http://www.businesspress.ru>

Отличная помощь для студента, который хочет стать менеджером - <http://dlastudenta.narod.ru/management>

Сайт "Корпоративный менеджмент". Представлен полный архив журнала "Менеджмент в России и за рубежом", публикации, семинары по менеджменту - <http://www.cfin.ru>

Сайт освещает экономические проблемы. Есть неплохой подбор ссылок на периодические экономические издания - <http://www.nickgs.narod.ru>

Современный менеджмент. Всё, что нужно для того, чтобы стать хорошим менеджером - <http://1st.com.ua/>

Федеральный портал "Экономика. Социология. Менеджмент". Содержит большое количество литературы, Интернет ресурсов, программ по трём предметам, вынесенным в название сайта - <http://ecsocman.edu.ru>

Электронный журнал по менеджменту. Сайт содержит множество терминов, касающихся менеджмента, статей и новостей о менеджменте - <http://www.ts-ru.com>

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)**

Освоение дисциплины "Основы менеджмента и маркетинга" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Мультимедийная аудитория

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 21.03.02 "Землеустройство и кадастры" и профилю подготовки Землеустройство

Автор(ы):

Большов А.В. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Палей Т.Ф. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.