

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Набережночелнинский институт (филиал)
Отделение информационных технологий и энергетических систем



Утверждаю

Первый заместитель директора
НЧИ КФУ Симонова Л. А.



_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Менеджмент и маркетинг Б1.Б.3

Направление подготовки: 15.04.02 - Технологические машины и оборудование

Профиль подготовки: Машины и аппараты пищевых производств

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2019

Автор(ы): Зубкова С.В.

Рецензент(ы): Фатихова Л.Э.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Бикулов Р. А.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 20__ г.

Учебно-методическая комиссия Высшей инженерной школы (Отделение информационных технологий и энергетических систем) (Набережночелнинский институт (филиал)):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 20__ г.

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
 - 6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения
 - 6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
 - 6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
 - 7.1. Основная литература
 - 7.2. Дополнительная литература
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Зубкова С.В. (Кафедра производственного менеджмента, Экономическое отделение), SVZubkova@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Выпускник, освоивший дисциплину, должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-3	способностью критически оценивать освоенные теории и концепции, переосмысливать накопленный опыт, изменять при необходимости профиль своей профессиональной деятельности
ОПК-4	способностью оценивать технико-экономическую эффективность проектирования, исследования, изготовления машин, приводов, оборудования, систем, технологических процессов, принимать участие в создании системы менеджмента качества на предприятии
ОПК-6	способностью обеспечивать защиту и оценку стоимости объектов интеллектуальной деятельности

Выпускник, освоивший дисциплину:

Должен знать:

- основные этапы развития менеджмента,
- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- роли, функции и задачи менеджера в современной организации;
- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;
- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами;
- определение маркетинга и его основных понятий;
- факторы маркетинговой среды и их классификации;
- состав и содержание комплекса маркетинга;
- методы, алгоритмы и инструменты маркетинговых исследований;
- варианты организации управления маркетинговой деятельностью на предприятии.

Должен уметь:

- анализировать организационную структуру и уметь разрабатывать предложения по ее совершенствованию;
- анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;
- организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;
- принимать маркетинговые управленческие решения с помощью основных методов;
- сегментировать рынок и позиционировать на нём товар;
- организовать коммуникационные отношения предприятия;
- разрабатывать план маркетинга.

Должен владеть:

- методами реализации основных управленческих функций;
- современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации;
- навыками составления опросных анкет и сбора первичных данных;
- навыками обработки статистическими методами собранной информации;
- методами составления плана маркетинга по конкретному товару;
- расчётом затрат на комплекс продвижения товара;
- расчётами по сегментированию рынка и построению позиционной карты;
- методами прогнозирования спроса на товар;
- анализом основных маркетинговых показателей работы предприятия.

Должен демонстрировать способность и готовность:

- применять результаты освоения дисциплины в профессиональной деятельности

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.Б.3 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 15.04.02 "Технологические машины и оборудование (Машины и аппараты пищевых производств)" и относится к базовой (общепрофессиональной) части.

Осваивается на 1 курсе в 2 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

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

Контактная работа - 26 часа(ов), в том числе лекции - 8 часа(ов), практические занятия - 18 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 46 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет во 2 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. История развития и современное состояние менеджмента. Теоретические основы менеджмента. Технология менеджмента. Теория организации.	2	2	4	0	11
2.	Тема 2. Характеристика современного менеджера. Организация управленческого труда. Организационное поведение.	2	2	4	0	11
3.	Тема 3. Основные понятия маркетинга, маркетинга-менеджмента. Маркетинговые исследования. Сегментирование рынка.	2	2	5	0	12
4.	Тема 4. Стратегические и тактические маркетинговые решения о товаре, по ценам, по сбыту товаров, по коммуникациям.	2	2	5	0	12
	Итого		8	18	0	46

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. История развития и современное состояние менеджмента. Теоретические основы менеджмента. Технология менеджмента. Теория организации.

Исторические предпосылки менеджмента. Основные этапы развития менеджмента как науки и профессии. Развитие управленческой мысли до 20 века. Научные школы менеджмента: основные школы, их характеристики, достоинства, недостатки, возможность применения в современных экономических условиях. Развитие отечественного управления. Современный российский менеджмент. Зарубежные модели менеджмента. Управление и менеджмент. Понятие менеджмента. Роль менеджмента в социально-экономическом развитии общества. Сущность, виды и система управления (менеджмента). Организация как объект управления. Научные подходы и основные принципы менеджмента. Методы управления и их особенности: организационно-распорядительные, экономические, социально-психологические. Роль и функции менеджмента в современной организации. Процесс и функции управления. Общие и специальные функции менеджмента как вида деятельности. Роль и значение коммуникаций в управлении. Организация обмена информацией внутри организации, между организацией и ее окружением. Вертикальные и горизонтальные коммуникации. Основные элементы и этапы коммуникационного процесса. Организация обмена информацией на предприятии. Управленческая информация. Управленческие решения, понятие, классификация управленческих решений. Алгоритм принятия и реализации управленческого решения. Основные факторы, влияющие на процесс принятия решения. Качество и эффективность управленческих решений. Понятие и сущность организации. Организация как система. Классификация организаций. Внутренняя и внешняя среда организаций. Организационная культура современной организации. Разделение труда в управлении. Состав функциональных подсистем в системе управления. Понятие и типы организационных структур управления организациями. Современные тенденции в развитии организаций. Управление организационными изменениями. Основные теории и подходы к осуществлению организационных изменений. Методы управления при сопротивлении изменениям. Стратегическое управление организацией. Структура стратегического управления.

Тема 2. Характеристика современного менеджера. Организация управленческого труда. Организационное поведение.

Менеджер: понятие, личные и деловые качества, выполняемые функции, их классификация. Руководство и лидерство. Концепции лидерства, основные теории лидерства. Понятие баланса власти. Лидерство, влияние и власть. Формы власти. Основные стили руководства, их природа, сильные и слабые стороны, возможность их сочетания. Управленческий труд: характеристика, особенности, виды. Самоменеджмент руководителя. Основные цели и функции самоменеджмента. Работа менеджера с информацией. Организация и проведение деловых совещаний, заседаний. Планирование рабочего времени менеджера. Определение эффективности организации труда менеджера. Трудовой коллектив (группа) и команда. Формальные и неформальные коллективы (группы). Участие работников в управлении. Сложности управления формальными и неформальными группами. Понятие и структура конфликта. Виды конфликтов. Стили поведения в конфликтной организации. Методы управления конфликтами.

Тема 3. Основные понятия маркетинга, маркетинга-менеджмента. Маркетинговые исследования. Сегментирование рынка.

Маркетинг как наука, философия бизнеса и вид деятельности на предприятии. Этапы развития маркетинга как науки. Современное состояние и перспективы развития маркетинга, преобразование маркетинга в маркетинг-микс, его слияние с менеджментом. Основные понятия и определения маркетинга - нужда, потребность, товар, рынок, маркетинг. Виды рынков. Функции маркетинга и их сущность. Назначение и область применения маркетинга в деятельности предприятия. Маркетинговая среда: факторы макро- и микросреды, их влияние на деятельность предприятия. Тенденции глобализации экономики и эволюция маркетинговых концепций поведения предприятия на рынке. Основные принципы управленческого подхода к маркетингу, принципы управления маркетингом. Менеджмент предприятия на основе маркетинга. Маркетинговая философия и способы её реализации. Понятия и направления маркетинговых исследований, процесс маркетингового исследования. Методы, алгоритмы и средства маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система предприятия. Основные подсистемы маркетинговой информационной системы и их прикладное назначение. Прикладное использование результатов маркетинговых исследований. Сегментирование рынка: основные факторы и принципы, в том числе географический, демографический, психографический, поведенческий для потребительских товаров. Подготовка аналитического отчёта о состоянии рынка. Особенности сегментирования рынка потребительских, промышленных товаров, услуг. Методы выбора целевых сегментов.

Тема 4. Стратегические и тактические маркетинговые решения о товаре, по ценам, по сбыту товаров, по коммуникациям.

Товарные ассортимент и номенклатура, их характеристики. Особенности услуг как вида товара. Стратегические и тактические решения о развитии товарных линий и групп. Конкурентоспособность товара, методика её оценки. Жизненный цикл товара и стратегические маркетинговые решения в связи с ним. Инновации как способ повышения конкурентоспособности продукции предприятия. Модификация товара. Марочная политика, стратегия, тактика, правовая защита. Дизайн товара. Упаковка товара, психологическая упаковка услуги. Маркетинговые функции упаковки и решения об упаковке товара на предприятии. Сервисное обслуживание, виды сервиса. Позиционирование товара на выбранном рынке, проблемы позиционирования. Цели и задачи ценообразования, алгоритм формирования базисной цены. Виды цен и особенности их применения. Методы ценообразования ("затраты + прибыль", целевая цена, средняя рыночная цена, цена на основании ощущаемой ценности товара и т.д.). Ценовые стратегии предприятия, тактические решения по ценам. Особенности установления цен на услуги. Каналы распределения: назначение, уровни, организация, критерии оценки эффективности. Посредники, их виды, функции и мотивация. Товародвижение: решения по обработке заказов, созданию запасов готовой продукции, её хранению, транспортировке, выбор вида транспорта, зависимость цены товара от вида транспорта. Логистические подходы в маркетинге. Типы и структура коммуникаций предприятия, их цели, планирование и бюджет. Комплекс продвижения товара: реклама, пропаганда, стимулирование сбыта, личные продажи. Реклама: виды и средства. Порядок разработки и бюджет рекламы. Пропаганда и публичность. Методы персональных (личных) продаж. Стимулирование сбыта, стратегические и тактические формы стимулирования. Связь применения элементов комплекса продвижения товара с этапом жизненного цикла товара.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301).

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений".

Положение от 29 декабря 2018 г. № 0.1.1.67-08/328 "О порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Положение № 0.1.1.67-06/241/15 от 14 декабря 2015 г. "О формировании фонда оценочных средств для проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Положение № 0.1.1.56-06/54/11 от 26 октября 2011 г. "Об электронных образовательных ресурсах федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/66/16 от 30 марта 2016 г. "Разработки, регистрации, подготовки к использованию в учебном процессе и удаленного электронных образовательных ресурсов в системе электронного обучения федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/11/16 от 25 января 2016 г. "О балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/91/13 от 21 июня 2013 г. "О порядке разработки и выпуска учебных изданий в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
Семестр 2			

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
	Текущий контроль		
1	Устный опрос	ОК-3 , ОПК-4	1. История развития и современное состояние менеджмента. Теоретические основы менеджмента. Технология менеджмента. Теория организации. 2. Характеристика современного менеджера. Организация управленческого труда. Организационное поведение. 3. Основные понятия маркетинга, маркетинга-менеджмента. Маркетинговые исследования. Сегментирование рынка. 4. Стратегические и тактические маркетинговые решения о товаре, по ценам, по сбыту товаров, по коммуникациям.
2	Проверка практических навыков	ОПК-6 , ОПК-4 , ОК-3	1. История развития и современное состояние менеджмента. Теоретические основы менеджмента. Технология менеджмента. Теория организации. 2. Характеристика современного менеджера. Организация управленческого труда. Организационное поведение. 3. Основные понятия маркетинга, маркетинга-менеджмента. Маркетинговые исследования. Сегментирование рынка. 4. Стратегические и тактические маркетинговые решения о товаре, по ценам, по сбыту товаров, по коммуникациям.
3	Эссе	ОПК-6 , ОПК-4 , ОК-3	1. История развития и современное состояние менеджмента. Теоретические основы менеджмента. Технология менеджмента. Теория организации. 2. Характеристика современного менеджера. Организация управленческого труда. Организационное поведение. 3. Основные понятия маркетинга, маркетинга-менеджмента. Маркетинговые исследования. Сегментирование рынка. 4. Стратегические и тактические маркетинговые решения о товаре, по ценам, по сбыту товаров, по коммуникациям.
	Зачет	ОК-3, ОПК-4, ОПК-6	

6.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Семестр 2					
Текущий контроль					
Устный опрос	В ответе качественно раскрыто содержание темы. Ответ хорошо структурирован. Прекрасно освоен понятийный аппарат. Продemonстрирован высокий уровень понимания материала. Превосходное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Основные вопросы темы раскрыты. Структура ответа в целом адекватна теме. Хорошо освоен понятийный аппарат. Продemonстрирован хороший уровень понимания материала. Хорошее умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема частично раскрыта. Ответ слабо структурирован. Понятийный аппарат освоен частично. Понимание отдельных положений из материала по теме. Удовлетворительное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема не раскрыта. Понятийный аппарат освоен неудовлетворительно. Понимание материала фрагментарное или отсутствует. Неумение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	1
Проверка практических навыков	Продemonстрирован высокий уровень освоения навыков, достаточный для успешного решения задач профессиональной деятельности.	Продemonстрирован хороший уровень освоения навыков, достаточный для решения большей части задач профессиональной деятельности.	Продemonстрирован удовлетворительный уровень освоения навыков, достаточный для решения отдельных задач профессиональной деятельности.	Продemonстрирован неудовлетворительный уровень освоения навыков, недостаточный для решения задач профессиональной деятельности.	2

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Эссе	Тема полностью раскрыта. Превосходное владение материалом. Высокий уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Превосходный стиль изложения.	Тема в основном раскрыта. Хорошее владение материалом. Средний уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Хороший стиль изложения.	Тема частично раскрыта. Удовлетворительное владение материалом. Низкий уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Удовлетворительный стиль изложения.	Тема не раскрыта. Неудовлетворительное владение материалом. Недостаточный уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Неудовлетворительный стиль изложения.	3
	Зачтено		Не зачтено		
Зачет	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой дисциплины.		Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.		

6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Семестр 2

Текущий контроль

1. Устный опрос

Темы 1, 2, 3, 4

1. Основные положения научных школ менеджмента.
2. Особенности современного российского менеджмента.
3. Зарубежные модели менеджмента.
4. Понятие и сущность принципов управления.
5. Развитие системы принципов управления.
6. Методы управления: понятие, классификация.
7. Сущность и содержание экономических методов управления.
8. Социально-психологические методы управления.
9. Административные методы управления.
10. Понятие и состав процесса управления.
11. Планирование, организация, мотивация, контроль, координация как функции процесса управления.
12. Основные элементы и этапы коммуникационного процесса.
13. Характеристика видов коммуникаций.
14. Управленческое решение: понятие, классификация.
15. Процедура принятия решения.
16. Стадия выполнения решения.
17. Организационная структура управления предприятием: понятие, требования, факторы ее определяющие.
18. Традиционные (вертикальные) организационные структуры.
19. Основные направления совершенствования организационных структур.
20. Понятие и сущность стратегического управления.
21. Понятие и сущность эффективности управления.
22. Экономическая эффективность управления и способы ее расчета.
23. Социальная эффективность управления и методы ее оценки.
24. Понятие и уровни менеджеров.
25. Профессионализм и организаторские способности менеджера.
26. Лидерство менеджера.
27. Стиль деятельности менеджера.
28. Деловое общение и переговоры
29. Национальные особенности делового этикета.
30. Основные виды управленческого труда.

31. Основные направления научной организации управленческого труда и их содержание.
32. Методы изучения содержания труда и затрат рабочего времени.
33. Современный трудовой коллектив: понятие, процесс создания, полномочия.
34. Неформальные группы.
35. Социологические и психологические исследования межличностных отношений.
36. Сущность понятий "нужда", "потребность", "спрос", "товар".
37. Методы выявления предпочтений потребителей.
38. Основные функции маркетинга.
39. Факторы макросреды, микросреды, их влияние на деятельность предприятия.
40. Основные составляющие маркетинговой информационной системы предприятия.
41. Понятие первичной и вторичной информации.
42. Методы сбора и обработки первичной информации.
43. Признаки и переменные сегментирования рынков потребительских товаров.
44. Особенности сегментирования рынков услуг.
45. Классификация товаров.
46. Этапы разработки новых товаров.
47. Организация испытаний товара в рыночных условиях.
48. Сущность и принципы позиционирования товара, построение позиционной карты.
49. Методы оценки конкурентоспособности товаров и услуг.
50. Понятие уровня обслуживания, системы сервиса, методы их измерения.
51. Принципы формирования товарного ассортимента.
52. Основные задачи ценообразования и их связь с целью предприятия.
53. Методы ценообразования.
54. Политика ценообразования.
55. Факторы, влияющие на определение окончательной цены.
56. Изучение психологии потребителя, влияние политики ценообразования на окончательный уровень цены.
57. Сущность и состав функций товародвижения.
58. Выбор вида транспорта, влияние управления запасами на маркетинговую стратегию предприятия.
59. Использование логистических подходов в маркетинге.
60. Виды сбыта товаров и услуг.
61. Понятие канала распределения, его характеристики.
62. Типы посредников.
63. Организация и управление каналом распределения товаров и услуг.
64. Состав комплекса стимулирования в маркетинге.
65. Характеристика основных элементов комплекса стимулирования.
66. Разработка рекламной кампании предприятия по товару, организация других элементов комплекса продвижения в зависимости от этапа жизненного цикла товара.
67. Понятие спроса на товара, видов спроса.
68. Методы прогнозирования спроса, в том числе на базе методов статистики, математического моделирования.

2. Проверка практических навыков

Темы 1, 2, 3, 4

1. Оценка деловых качеств менеджера.
2. Планирование рабочего времени менеджера.
3. Методы принятия решений: линейного программирования, матрицы решений.
4. Использование основных методов для оценки и планирования затрат рабочего времени персонала.
5. Определение соответствия организационной структуры существующего предприятия его целям.
6. Определение текущего положения предприятия на рынке с построением стратегической маркетинговой матрицы.
7. Определение конкурентоспособности предприятия методом профилей.
8. Выявление предпочтений потребителей с построением мультиатрибутивной модели товара.
9. Расчет цены товара с помощью не менее двух основных методов.
10. Планирование кампании маркетинговых коммуникаций.
11. Проектирование канала распределения для конкретного товара.

3. Эссе

Темы 1, 2, 3, 4

Примерный перечень тем для написания эссе:

1. Системный подход к управлению организацией в современных условиях
2. Разделение труда в управлении организацией
3. Организационные структуры в современном менеджменте и принципы их построения
4. Информация и коммуникации в управлении организацией
5. Мотивы, потребности и стимулы в управлении организацией

6. Лидерство и власть в управлении организацией
7. Эффективность системы управления в организации
8. Современные подходы и концепции менеджмента
9. Стиль работы менеджера в современных организациях
10. Развитие теории и практики управления в России
11. Принципы управления организацией и персоналом
12. Теория и практика мотивации труда персонала
13. Организационная культура и ее роль в современных организациях.
14. Делегирование полномочий в организации как процесс.
15. Разработка и проведение кадровой политики в организации.
16. Особенности деловых и личных качеств руководителя предприятия.
17. Стрессовые ситуации в менеджменте и пути их устранения.
18. Формирование группового поведения в организации.
19. Методы профилактики и разрешения конфликтов в организации.
20. Прогнозирование спроса и объема продаж продукции.
21. Ценообразование и анализ ценовой политики предприятия.
22. Организация службы маркетинга на предприятии.
23. Разработка новых продуктов и стратегия их продвижения на рынок.
24. Исследование поведения покупателей на рынке товара.
25. Формирование и ведение банка маркетинговой информации предприятия.
26. Стратегическое планирование маркетинга на предприятии.
27. Формирование и анализ комплекса продвижения товара на предприятии.
28. Формы и методы распределения товара.
29. Формирование и анализ программы маркетинговых коммуникаций.
30. Разработка и анализ стратегии и тактики конкурентной борьбы предприятия.
31. Маркетинговое исследование конкурентной среды рынка товара.

Зачет

Вопросы к зачету:

1. Понятие менеджмента, его роль.
2. Основные области деятельности менеджера.
3. Основные школы менеджмента: основные положения и принципы.
4. Определение организации, общие характеристики организации.
5. Формальные и неформальные группы, управление ими.
6. Характеристика управленческого труда и роли руководителя.
7. Уровни управления в организации.
8. Внутренняя среда организации, ее характеристики.
9. Внешняя среда организации, ее характеристики, факторы международной среды.
10. Влияние, баланс власти.
11. Формы власти и влияния.
21. Основные подходы к теории лидерства, стили руководства.
22. Делегирование, две концепции полномочия.
23. Структура организации, этапы проектирования организационной структуры.
24. Вопросы, решаемые составляющими управленческой деятельности (планированием, организацией, мотивацией, контролем).
25. Виды управленческих решений.
26. Стратегическое планирование, его составляющие и особенности.
27. Конфликт, виды конфликта.
28. Основные понятия маркетинга, маркетинга-менеджмента.
29. Понятие рынка. Виды рынков.
30. Факторы и переменные сегментирования рынка.
31. Позиционирование товара (услуги) на рынке.
32. Факторы ценообразования.
33. Методы ценообразования.
34. Методы и особенности установления цены на новый товар.
35. Система анализа маркетинговой информации.
36. Методы маркетингового исследования и сбора информации.
37. Каналы распределения товаров и услуг, их классификация.
38. Стратегии ценообразования.
39. Стратегия (этапы) разработки новых товаров (услуг).
40. Управление и контроль каналом распределения.

41. Организация и принципы товародвижения.
42. Проблемы, стратегии и методы маркетинговой коммуникации.
43. Общая классификация товаров, этапы жизненного цикла товара (услуги).
44. Комплекс стимулирования маркетинга; характеристика его элементов.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В КФУ действует балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся. Суммарно по дисциплине (модулю) можно получить максимум 100 баллов за семестр, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов.

Для зачёта:

56 баллов и более - "зачтено".

55 баллов и менее - "не зачтено".

Для экзамена:

86 баллов и более - "отлично".

71-85 баллов - "хорошо".

56-70 баллов - "удовлетворительно".

55 баллов и менее - "неудовлетворительно".

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
Семестр 2			
Текущий контроль			
Устный опрос	Устный опрос проводится на практических занятиях. Обучающиеся выступают с докладами, сообщениями, дополнениями, участвуют в дискуссии, отвечают на вопросы преподавателя. Оценивается уровень домашней подготовки по теме, способность системно и логично излагать материал, анализировать, формулировать собственную позицию, отвечать на дополнительные вопросы.	1	10
Проверка практических навыков	Практические навыки проверяются путём выполнения обучающимися практических заданий в условиях, полностью или частично приближенных к условиям профессиональной деятельности. Проверяется знание теоретического материала, необходимое для правильного совершения необходимых действий, умение выстроить последовательность действий, практическое владение приёмами и методами решения профессиональных задач.	2	20
Эссе	Обучающиеся пишут на заданную тему сочинение, выражающее размышления и индивидуальную позицию автора по определённому вопросу, допускающему неоднозначное толкование. Оцениваются эрудиция автора по теме работы, логичность, обоснованность, оригинальность выводов.	3	20
Зачет	Зачёт нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Обучающийся получает вопрос (вопросы) либо задание (задания) и время на подготовку. Зачёт проводится в устной, письменной или компьютерной форме. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.		50

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература:

1. Маркетинг для магистров [Электронный ресурс]: Учебник / Под общ. ред. И.М.Синяевой - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с.: 60x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-9558-0419-4 - (Магистратура) - Режим доступа: <https://znanium.com/bookread2.php?book=501125>
2. Маркетинг инноваций [Электронный ресурс]: Конспект лекций / Киреев В.С. - М.: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 115 с.: ISBN 978-5-906818-91-1 - (Магистратура) - Режим доступа: <https://znanium.com/bookread2.php?book=767187>
3. Теория менеджмента: история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение [Электронный ресурс]: Учебник/ Межов И.С. - Новосиб.:НГТУ, 2014. - 703 с.: ISBN 978-5-7782-2404-9 - (Магистратура) - Режим доступа: <https://znanium.com/bookread2.php?book=556571>

7.2. Дополнительная литература:

1. Репина Е. А. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. А. Репина. - Москва: ООО 'Научно-издательский центр ИНФРА-М', 2013. - 240 с. - ISBN 978-5-16-004659-4. - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=407685>.
2. Балашов А.П. Теория менеджмента [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.П. Балашов. - Москва: вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 352 с. - ISBN 978-5-9558-0307-4. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=406197>.
3. Морозов Ю.В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / Морозов Ю.В., Гришина В.Т., - 9-е изд. - М.: Дашков и К, 2018. - 448 с.: ISBN 978-5-394-02263-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=415400>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Информационно-правовая база данных "КонсультантПлюс" - <http://www.consultant.ru>

Федеральная служба государственной статистики - <http://www.gks.ru>

Электронная библиотека деловой литературы и документов "Административно-управленческий портал" - <http://www.aup.ru>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Лекционные занятия предназначены для теоретического осмысления и обобщения сложных разделов дисциплины, которые освещаются, в основном, на проблемном уровне. При подготовке к лекционным занятиям студент должен проработать рекомендуемую по данной теме литературу, сформировать список возможных вопросов по теме преподавателю, выработать свое мнение по изучаемой в лекции проблематике.
практические занятия	Работа на практических занятиях предполагает активное участие в обсуждении выдвинутых в рамках тем вопросов. Для подготовки к практическим занятиям рекомендуется обращать внимание на проблемные вопросы, затрагиваемые преподавателем в лекции, и группировать информацию вокруг них. При работе с терминами необходимо обращаться к словарям, в том числе в Интернет.
самостоятельная работа	Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по литературе, рекомендованной для выполнения индивидуальных заданий по курсу, при выполнении самостоятельной работы следует руководствоваться материалом лекционных занятий для очерчивания круга информации для самостоятельной проработки, также следует прорабатывать самостоятельно материал лекций и практических занятий по рекомендуемой литературе.
эссе	При написании эссе следует руководствоваться общими теоретическими знаниями, полученными как в ходе лекционных и практических занятий, так и в ходе самостоятельной работы. Оно должно содержать сжатое, четкое и ясное отражение выбранного студентом вопроса для изучения, показывать его мнение и отношение к рассматриваемой теме.
устный опрос	Устный опрос служит для закрепления полученных в ходе лекций теоретического материала и разрешения возникших вопросов студента в процессе его самостоятельной проработки. При подготовке к устному опросу следует опираться на материал лекций, а также на информацию, полученную в ходе самостоятельной работы.
проверка практических навыков	При подготовке к выполнению заданий по проверке практических навыков следует приложить получаемую теоретическую базу к фактической деятельности конкретного предприятия (организации) (на котором работает студент или люди, с которыми студент лично знаком), таким образом проверяя и уточняя предлагаемые для выполнения таких заданий методики.
зачет	При подготовке к зачету следует опираться на весь полученный лекционный материал, также на выработанные в процессе выполнения заданий навыки, на проработанный в ходе самостоятельной работы практический и теоретический материал, руководствоваться информацией, полученной в ходе разбора каждой изучаемой темы в ходе устного опроса и обсуждения возникших по темам вопросов, информацией из рекомендуемой по курсу литературы и интернет-ресурсов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Освоение дисциплины "Менеджмент и маркетинг" предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows Professional 7 Russian

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 2010 Professional Plus Russian

Браузер Google Chrome

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. 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, учебно-методические комплексы, 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 образования (ФГОС ВО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен обучающимся. Многопрофильный образовательный ресурс "Консультант студента" является электронной библиотечной системой (ЭБС), предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Полностью соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования к комплектованию библиотек, в том числе электронных, в части формирования фондов основной и дополнительной литературы.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Освоение дисциплины "Менеджмент и маркетинг" 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.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;

- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 15.04.02 "Технологические машины и оборудование" и магистерской программе Машины и аппараты пищевых производств