

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ХИМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Утверждено на заседании кафедры протокол № 10 от 06.06.2018 г. Зав. кафедрой .....	Согласовано: Председатель УМК химического факультета  Г.Г. Гарифуллина
--	--

**Рабочая программа дисциплины**

**Менеджмент и маркетинг**

**бакалавриат**

Вариативная часть, дисциплина по выбору

Направление подготовки

18.03.01 Химическая технология

Направленность (профиль) программы:

Технология и переработка полимеров

программа подготовки

академический бакалавриат

Разработчик (составитель) <u>Доцент, к.э.н</u>	/ <u>Хабибуллин Р.Г</u>
---	-------------------------

Для приема 2018

Уфа 2018 г.

Составитель / составители: Хабибуллин Р.Г., кандидат экономических наук, доцент кафедры управления проектами и маркетинга

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры протокол от «б» июня 2018 г. № 10

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры: обновлен перечень основной и дополнительной учебной литературы, обновлены базы данных и программное обеспечение, необходимой для освоения дисциплины, протокол № 5 от «14» января 2019 г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Ф.И.О/

**Список документов и материалов**

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы .....	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы .....	8
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся) .....	8
4. Фонд оценочных средств по дисциплине .....	12
4.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	12
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций .....	16
4.3 Рейтинг план дисциплины .....	19
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	34
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины .....	34
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины .....	34
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине .....	35

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

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	1.Знать: базовые экономические понятия (спрос, предложение, цена, стоимость, товар, деньги, доходы, расходы, прибыль, риск, собственность, управление, рынок, фирма, государство), объективные основы функционирования экономики и поведения экономических агентов (законы спроса и предложения, принципы ценообразования, принцип ограниченной рациональности, принцип альтернативных издержек, принцип изменения ценности денег во времени)	<b>ОК – 3</b> способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	
	2.Знать: основные виды финансовых институтов (банк, страховая организация, брокер, биржа, негосударственный пенсионный фонд, центральный банк, агентство по страхованию вкладов, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, ломбард) и финансовых инструментов (банковский вклад, кредит, договор страхования, акция, облигация, пластиковая карта, индивидуальный инвестиционный счет), основы функционирования финансовых рынков		
	3.Знать: сущность и составные части издержек производства, источники и способы оптимизации издержек и прибыли фирм		

	4.Знать: основы ценообразования на рынках товаров и услуг		
	5.Знать: условия функционирования национальной экономики, понятие и факторы экономического роста		
	6.Знать: состав, структуру и способы расчета основных показателей результатов национального производства (валовой внутренний продукт, валовой национальный продукт, национальный доход, личный доход)		
	7. Знать: значение государственной экономической политики в повышении эффективности экономики и роста благосостояния граждан, формы ее осуществления (денежно-кредитная, бюджетно-налоговая, социальная), основные методы и инструменты ее осуществления.		
	8. Знать: основы российской налоговой системы		
	9. Знать: основы управления рисками (основные виды рисков, методы идентификации, измерения и оценки рисков; методы управления рисками: уклонение от риска, превентивные меры, контроль риска и финансирование риска, разделение, страховая и не страховая передача рисков)		

	10.Знать: элементы экономического анализа и их применение в практической деятельности	<b>ПК – 3</b> готовность использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации продуктов и изделий, элементы экономического анализа в практической деятельности	
Умения	1.Уметь: использовать понятийный аппарат экономической науки для описания экономических и финансовых процессов	<b>ОК – 3</b> способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	
	2.Уметь: искать и собирать финансовую и экономическую информацию (цены на товары, валютные курсы, процентные ставки по депозитам и кредитам, уровень налогообложения, уровень зарплат при поиске работы)		
	3.Уметь: анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в сфере личных финансов (сравнивать предлагаемые товары и услуги в координатах «цена – качество», предложения по депозитам, кредитам, другим финансовым продуктам, адекватность валютных курсов, предложения по зарплате)		
	4.Уметь: оценивать процентные, кредитные, курсовые, рыночные, операционные, общеэкономические, политические риски неблагоприятных экономических и политических событий для личных финансов		

	5. Уметь: решать типичные задачи, связанные с личным финансовым планированием (рассчитать процентные ставки, оценить целесообразность взятия кредита с точки зрения текущих и будущих доходов и расходов, оценить эффективность страхования)		
	6. Уметь: применять нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации продуктов и изделий	<b>ПК – 3</b> готовность использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации продуктов и изделий, элементы экономического анализа в практической деятельности	
Владения (навыки / опыт деятельности)	1. Владеть: методами личного финансового планирования (бюджетирование, оценка будущих доходов и расходов, сравнение условий различных финансовых продуктов, управление рисками, применение инструментов защиты прав потребителя финансовых услуг	<b>ОК – 3</b> способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	
	2. Владеть: навыками работы с нормативными документами по качеству, стандартизации продуктов и изделий	<b>ПК – 3</b> готовность использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации продуктов и изделий, элементы экономического анализа в практической деятельности	

## **2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» является дисциплиной вариативной части, по выбору.

Дисциплина изучается на 5 курсе заочного отделения, в зимнюю сессию.

Цели изучения дисциплины является формирование у студентов целостного представления о принципах и методах современного управления, его роли в обеспечении жизнедеятельности и конкурентоспособности организации, а также методами маркетингового исследования товарного рынка продукции.

Для успешного освоения курса «Менеджмент и маркетинг» необходимы компетенции, сформированные в результате освоения таких дисциплин учебного плана, как «Философия», «Экономика».

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» является необходимой для успешного прохождения государственной итоговой аттестации.

## **3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)**



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «Менеджмент и маркетинг»  
5 курс  
Заочная форма обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	4/144
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	12
практических/ семинарских	0
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)	
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	128
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	4

Форма (ы) контроля:  
Зачет 5 курс, зимняя сессия

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)					Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		Всего	ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СРС			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Модуль 1. Менеджмент</b>									
1	Введение. Исторические предпосылки возникновения управленческой мысли. Классификация научных направлений и школ менеджмента. Закономерности и принципы менеджмента. Структура организации, ее виды.	<b>11</b>	1			10	Осн. 1-4 доп. 5-7	Аналитический обзор литературы, подготовка к докладам, подготовка к вопросам текущего контроля	Выборочная проверка ответов на вопросы текущего контроля, доклад
2	Функции менеджмента. Планирование деятельности организации, формирование миссии и цели. Стратегический менеджмент (SWOT-, PEST-анализ). Содержание и виды управленческих решений. Методы и модели принятия эффективных управленческих решений.	<b>13</b>	1			12	Осн. 1-4 доп. 5-7	Аналитический обзор литературы, подготовка к докладам, подготовка к вопросам текущего контроля	Выборочная проверка ответов на вопросы текущего контроля, доклад
3	Регулирование и контроль в системе менеджмента. Построение эффективной системы контроля. Проектное управление. Менеджмент качества: сущность и основные направления. Управление инновациями.	<b>9</b>	1			8	Осн. 1-4 доп. 5-7	Аналитический обзор литературы, подготовка к докладам, подготовка к вопросам текущего контроля	Выборочная проверка ответов на вопросы текущего контроля, доклад решение ситуационных задач, тестирование
<b>Модуль 2. Маркетинг</b>									
4	Социально-экономические основы маркетинга. Маркетинговые реалии.	<b>13</b>	1			12	Осн. 1-4 доп. 5-7	Аналитический обзор литературы, подготовка к докладам, подготовка к вопросам текущего контроля	Выборочная проверка ответов на вопросы текущего контроля, доклад
5	Маркетинговые исследования и маркетинговая информация	<b>11</b>	1			10	Осн. 1-4 доп. 5-7	Аналитический обзор литературы, подготовка к докладам, подготовка к	Выборочная проверка ответов на

								вопросам текущего контроля	вопросы текущего контроля, доклад
6	Процесс маркетинга: рассмотрение продуктов, ценовая политика и тактика, исследование рынка, каналы распределения и методология	13	1			12	Осн. 1-4 доп. 5-7	Аналитический обзор литературы, подготовка к докладам, подготовка к вопросам текущего контроля	Выборочная проверка ответов на вопросы текущего контроля, доклад
7	Стратегия и планирование маркетинга: стратегия, планирование, координация и контроль.	11	1			10	Осн. 1-4 доп. 5-7	Аналитический обзор литературы, подготовка к докладам, подготовка к вопросам текущего контроля	Выборочная проверка ответов на вопросы текущего контроля, доклад
8	Управление комплексом маркетинговых коммуникаций	13	1			12	Осн. 1-4 доп. 5-7	Аналитический обзор литературы, подготовка к докладам, подготовка к вопросам текущего контроля	Выборочная проверка ответов на вопросы текущего контроля, доклад, тестирование
9	Оказания воздействия на поведение покупателя, личные убедительные влияния	11	1			10	Осн. 1-4 доп. 5-7	Аналитический обзор литературы, подготовка к докладам, подготовка к вопросам текущего контроля	Выборочная проверка ответов на вопросы текущего контроля, доклад
10	Электронный маркетинг. Брендинг.	11	1			10	Осн. 1-4 доп. 5-7	Аналитический обзор литературы, подготовка к докладам, подготовка к вопросам текущего контроля	Выборочная проверка ответов на вопросы текущего контроля, доклад
11	Моделирование ситуаций и разработка решений. Модели и методы принятия решений.	11	1			10	Осн. 1-4 доп. 5-7	Аналитический обзор литературы, подготовка к докладам, подготовка к вопросам текущего контроля	Выборочная проверка ответов на вопросы текущего контроля, доклад
12	Групповая динамика. Управление человеком и управление группой.	13	1			12	Осн. 1-4 доп. 5-7	Аналитический обзор литературы, подготовка к докладам, подготовка к вопросам текущего контроля	Написание и защита рефератов, итоговое тестирование
	Контроль	4				4			
	<b>Всего часов:</b>	<b>144</b>	<b>12</b>	<b>0</b>		<b>132</b>			

#### 4. Фонд оценочных средств по дисциплине

##### 4.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

**ОК-3:** Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	<p>Знать: 1. знать базовые экономические понятия (спрос, предложение, цена, стоимость, товар, деньги, доходы, расходы, прибыль, риск, собственность, управление, рынок, фирма, государство), объективные основы функционирования экономики и поведения экономических агентов (законы спроса и предложения, принципы ценообразования, принцип ограниченной рациональности, принцип альтернативных издержек, принцип изменения ценности денег во времени)</p> <p>2. знать основные виды финансовых институтов (банк, страховая организация, брокер, биржа, негосударственный пенсионный фонд, центральный банк, агентство по страхованию вкладов, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, ломбард) и финансовых инструментов (банковский вклад, кредит, договор страхования, акция, облигация, пластиковая карта, индивидуальный инвестиционный счет), основы функционирования финансовых рынков</p> <p>3. знать сущность и составные части издержек</p>	<p>Фрагментарные знания базовых экономических понятий; основных видов финансовых институтов; сущности и составных частей издержек производства, источников и способов оптимизации издержек и прибыли фирм; основ ценообразования на рынках товаров и услуг; условий функционирования национальной экономики, понятий и факторов экономического роста; состава, структуры и способов расчета основных показателей результатов национального производства; значения государственной экономической политики в повышении эффективности экономики и роста благосостояния граждан, форм ее осуществления, основных методов и инструментов ее осуществления; основ российской налоговой системы; основ управления рисками</p>	<p>Знание базовых экономических понятий; основных видов финансовых институтов; сущности и составных частей издержек производства, источников и способов оптимизации издержек и прибыли фирм; основ ценообразования на рынках товаров и услуг; условий функционирования национальной экономики, понятий и факторов экономического роста; состава, структуры и способов расчета основных показателей результатов национального производства; значения государственной экономической политики в повышении эффективности экономики и роста благосостояния граждан, форм ее осуществления, основных методов и инструментов ее осуществления; основ российской налоговой системы; основ управления рисками</p>

	<p>производства, источники и способы оптимизации издержек и прибыли фирм</p> <p>4. знать основы ценообразования на рынках товаров и услуг</p> <p>5. знать условия функционирования национальной экономики, понятие и факторы экономического роста</p> <p>6. знать состав, структуру и способы расчета основных показателей результатов национального производства (валовой внутренний продукт, валовой национальный продукт, национальный доход, личный доход)</p> <p>7. знать значение государственной экономической политики в повышении эффективности экономики и роста благосостояния граждан, формы ее осуществления (денежно-кредитная, бюджетно-налоговая, социальная), основные методы и инструменты ее осуществления</p> <p>8. знать основы российской налоговой системы</p> <p>9. знать основы управления рисками (основные виды рисков, методы идентификации, измерения и оценки рисков; методы управления рисками: уклонение от риска, превентивные меры, контроль риска и финансирование риска, разделение, страховая и не страховая передача рисков)</p>		
<p>Второй этап (уровень)</p>	<p>Уметь: 1. уметь использовать понятийный аппарат экономической науки для описания экономических и финансовых процессов</p> <p>2. уметь искать и собирать финансовую и экономическую информацию (цены на товары, валютные курсы, процентные ставки по депозитам и кредитам, уровень налогообложения, уровень зарплат при поиске работы)</p>	<p>Отсутствие или фрагментарные умения использовать понятийный аппарат экономической науки для описания экономических и финансовых процессов; искать и собирать финансовую и экономическую информацию; анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в сфере личных финансов;</p>	<p>В целом успешные умения использовать понятийный аппарат экономической науки для описания экономических и финансовых процессов; искать и собирать финансовую и экономическую информацию; анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для</p>

	<p>3. уметь анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в сфере личных финансов (сравнивать предлагаемые товары и услуги в координатах «цена – качество», предложения по депозитам, кредитам, другим финансовым продуктам, адекватность валютных курсов, предложения по зарплате)</p> <p>4. уметь оценивать процентные, кредитные, курсовые, рыночные, операционные, общеэкономические, политические риски неблагоприятных экономических и политических событий для личных финансов</p> <p>5. уметь решать типичные задачи, связанные с личным финансовым планированием (рассчитать процентные ставки, оценить целесообразность взятия кредита с точки зрения текущих и будущих доходов и расходов, оценить эффективность страхования)</p>	<p>оценивать процентные, кредитные, курсовые, рыночные, операционные, общеэкономические, политические риски неблагоприятных экономических и политических событий для личных финансов; решать типичные задачи, связанные с личным финансовым планированием</p>	<p>принятия обоснованных решений в сфере личных финансов; оценивать процентные, кредитные, курсовые, рыночные, операционные, общеэкономические, политические риски неблагоприятных экономических и политических событий для личных финансов; решать типичные задачи, связанные с личным финансовым планированием</p>
Третий этап (уровень)	<p>Владеть: методами личного финансового планирования (бюджетирование, оценка будущих доходов и расходов, сравнение условий различных финансовых продуктов, управление рисками, применение инструментов защиты прав потребителя финансовых услуг)</p>	<p>Отсутствие или фрагментарные владение методами личного финансового планирования</p>	<p>В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение методов личного финансового планирования</p>

**ПК-3:** готовность использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации продуктов и изделий, элементы экономического анализа в практической деятельности

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Незачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать: элементы экономического анализа и их применение в практической деятельности.	Отсутствие или фрагментарные представления об элементах экономического анализа и их применение в практической деятельности.	Сформированные представления об элементах экономического анализа и их применение в практической деятельности.
Второй этап (уровень)	Уметь: применять нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации продуктов и изделий.	Отсутствие или фрагментарные умения применять нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации продуктов и изделий.	В целом успешное использование нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации продуктов и изделий.
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками работы с нормативными документами по качеству, стандартизации продуктов и изделий.	Отсутствие или фрагментарные владение навыками работы с нормативными документами по качеству, стандартизации продуктов и изделий.	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков работы с нормативными документами по качеству, стандартизации продуктов и изделий.

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (для зачета: текущий контроль- максимум 50 баллов; рубежный контроль – максимум 50 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкалы оценивания:

зачтено – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов)

не зачтено – менее 60 баллов рейтинговых баллов.

**4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Оценочное средство
1-й этап Знания	Знать: 1. базовые экономические понятия (спрос, предложение, цена, стоимость, товар, деньги, доходы, расходы, прибыль, риск, собственность, управление, рынок, фирма, государство), объективные основы функционирования экономики и поведения экономических агентов (законы спроса и предложения, принципы ценообразования, принцип ограниченной рациональности, принцип альтернативных издержек, принцип изменения ценности денег во времени) 2. основные виды финансовых институтов (банк, страховая организация, брокер, биржа, негосударственный пенсионный фонд, центральный банк, агентство по страхованию вкладов, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, ломбард) и финансовых инструментов (банковский вклад, кредит, договор страхования, акция, облигация, пластиковая карта, индивидуальный инвестиционный счет), основы функционирования	<b>ОК-3</b> – Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	Вопросы текущего контроля, тестирование, вопросы на зачет



	<p>финансовых рынков  3. сущность и составные части издержек производства, источники и способы оптимизации издержек и прибыли фирм  4. основы ценообразования на рынках товаров и услуг  5. условия функционирования национальной экономики, понятие и факторы экономического роста  6. состав, структуру и способы расчета основных показателей результатов национального производства (валовой внутренний продукт, валовой национальный продукт, национальный доход, личный доход)  7. значение государственной экономической политики в повышении эффективности экономики и роста благосостояния граждан, формы ее осуществления (денежно-кредитная, бюджетно-налоговая, социальная), основные методы и инструменты ее осуществления  8. основы российской налоговой системы  9. основы управления рисками (основные виды рисков, методы идентификации, измерения и оценки рисков; методы управления рисками: уклонение от риска, превентивные меры, контроль риска и финансирование риска, разделение, страховая и не страховая передача рисков)</p>		
<p>2-й этап  Умения</p>	<p>Уметь: 1. использовать понятийный аппарат экономической науки для описания экономических и финансовых процессов  2. искать и собирать финансовую и экономическую информацию (цены на</p>	<p><b>ОК-3</b> – Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности</p>	<p>Решение задач, подготовка докладов, вопросы на зачет</p>

	<p>товары, валютные курсы, процентные ставки по депозитам и кредитам, уровень налогообложения, уровень зарплат при поиске работы)</p> <p>3. анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в сфере личных финансов (сравнивать предлагаемые товары и услуги в координатах «цена – качество», предложения по депозитам, кредитам, другим финансовым продуктам, адекватность валютных курсов, предложения по зарплате)</p> <p>4. оценивать процентные, кредитные, курсовые, рыночные, операционные, общеэкономические, политические риски неблагоприятных экономических и политических событий для личных финансов</p> <p>5. решать типичные задачи, связанные с личным финансовым планированием (рассчитать процентные ставки, оценить целесообразность взятия кредита с точки зрения текущих и будущих доходов и расходов, оценить эффективность страхования)</p>		
<p>3-й этап</p> <p>Владения (навыки / опыт деятельности)</p>	<p>Владеть: методами личного финансового планирования (бюджетирование, оценка будущих доходов и расходов, сравнение условий различных финансовых продуктов, управление рисками, применение инструментов защиты прав потребителя финансовых услуг)</p>	<p><b>ОК-3</b> – Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности</p>	<p>Написание реферата, решение задач, вопросы на зачет</p>

## Вопросы и задания для самостоятельной работы

### Модуль 1. Менеджмент

1. Дайте определения понятий PEST-анализ, децентрализация, школа научного управления в менеджменте с кратким пояснением контекста, в котором они употребляются в менеджменте.

2. Изложите современную точку зрения на соотношение значений понятий менеджмент и управление.

3. Как вы понимаете высказывание Питера Ф. Друкера: «Бизнес – это то, у чего есть клиент», и какое практическое значение эта мысль имеет для управления организацией?

4. Дайте определения понятий диапазон контроля, SWOT-анализ, авторитарный стиль руководства с кратким пояснением контекста, в котором они употребляются в менеджменте.

5. Сущность и эвристическое значение модели организации как открытой системы для науки и практики менеджмента.

6. Питер Ф. Друкер призывал различать смысл выражений: «Делать правильные вещи» и «Делать вещи правильно». В чем значение этого различия какова его практическая важность для управления организацией?

7. Дайте определения понятий административная школа в менеджменте, альтернатива, внешние переменные организации с кратким пояснением контекста, в котором они употребляются в менеджменте.

8. Школа научного менеджмента: сущность, представители, вклад в науку управления.

9. Что имел в виду Уоррен Беннис, говоря, что современные организации страдают от переменеджмента и недолидерства? Какие отличия менеджера и лидера лежат в основе такого высказывания?

10. Дайте определения понятий выходы в открытой системе, горизонт планирования, группа с кратким пояснением контекста, в котором они употребляются в менеджменте.

11. Классическая или административная школа в менеджменте: сущность, представители, вклад в науку управления.

12. Фредерик Герцберг выделил два типа факторов, влияющих на трудовое поведение человека в организации. Расскажите, что это за факторы и объясните, какие факторы и почему он назвал «гигиеническими».

13. Дайте определения понятий внутренние переменные организации, входы в открытой системе, делегирование полномочий и ответственности с кратким пояснением контекста, в котором они употребляются в менеджменте.

14. Системный подход в истории менеджмента: сущность, представители, вклад в развитие менеджмента.

15. Дайте определения понятий команда, коммуникация, контроль с кратким пояснением контекста, в котором они употребляются в менеджменте.

16. Рационалистическое и поведенческое направления в истории менеджмента: сущность, основные различия, взаимоотношения.

17. В чем отличия понимания объекта управления в модели открытой системы от традиционного понимания?

18. Дайте определения понятий лидерство, логический подход к пониманию эволюции менеджмента, менеджер с кратким пояснением контекста, в котором они употребляются в менеджменте.

19. Ситуационный подход в истории менеджмента: сущность, представители, вклад в развитие менеджмента.

20. Что должно находиться в поле зрения менеджмента при определении комплекса целей организации?

21. Процессное понимание управления: сущность и практические следствия.

22. Какие аспекты практики управления организациями могут быть существенно улучшены с опорой на знание психологии управления?

23. Управление как создание условий. Свойства управления.

24. Планирование как управленческое действие: назначение и основные виды.

25. Дайте определения понятий организация как организм, планирование, попустительский стиль руководства с кратким пояснением контекста, в котором они употребляются в менеджменте.

26. Организация как управленческое действие: назначение и основные составляющие.

27. Руководство как управленческое действие: назначение и основные составляющие.

28. Управление часто рассматривают как поддержание баланса интересов. О чьих и каких интересах идет речь, как можно их сбалансировать?

29. Дайте определения понятий организационный эффект, организация как механизм, принятие решений с кратким пояснением контекста, в котором они употребляются в менеджменте.

30. Контроль как управленческое действие: назначение и принципы эффективности.

31. Принятие решений как сквозное, связующее управленческое действие.

32. Дайте определения понятий проблема, процессный подход в менеджменте, решетка менеджмента с кратким пояснением контекста, в котором они употребляются в менеджменте.

33. Коммуникация как сквозное, связующее управленческое действие.

34. По какому основанию определены базовые виды управленческих действий?

35. Дайте определения понятий стратегия, субъект управления, теория «У» с кратким пояснением контекста, в котором они употребляются в менеджменте..

36. Из каких шагов складывается алгоритм подготовки и принятия управленческого решения?

37. Дайте определения понятий стратегическое видение организации, теория «Х», теория ожидания с кратким пояснением контекста, в котором они употребляются в менеджменте.

37. Принятие решений иногда называют «хлебом управления», но решения принимают в своей жизни все люди. В чем особенности управленческих решений и почему им придаётся столь большое значение в управлении?

38. Дайте определения понятий теория черт, типы организационного поведения, управление по целям (МВО) с кратким пояснением контекста, в котором они употребляются в менеджменте.

39. Стратегический менеджмент: сущность, задачи, причины появления.

## **Модуль 2. Маркетинг**

40. Необходимость и методы анализа внешней среды организации.

41. Назовите 4 основных идеи, лежащих в основе маркетинговой деятельности фирмы.

42. Основные отличия между стратегическим и операционным маркетингом в компании.

43. Что означает термин «микросегментация рынка»?

44. Назовите основные этапы анализа конкурентной среды на товарном рынке.

45. Какие количественные показатели используются для анализа развития конкуренции? Совокупность каких показателей дает характеристику концентрации рыночной власти?
46. Что показывает индекс Линда?
47. Что представляют собой качественные показатели рыночной концентрации? Назовите Основные из них ? (не менее 8-ми).
48. Назовите основные типы развития конкуренции на товарных рынках со стороны продавца и покупателя. Назовите характерные черты каждого рынка по следующим показателям: количество участников, однородность товара, возможность смены поставщика, уровень доходности.
49. Какие стратегические направления развития характерны для фирмы работающей на конкурентном рынке?
50. Какую стратегию выберет фирма, работающая в условиях монополистической конкуренции?
51. Существует ли необходимость стратегического планирования для фирмы, занимающей монопольное положение? Почему? Ответ обоснуйте.
52. Для какого типа развития конкуренции характерно явление ценовых войн. Почему? Ответ обоснуйте.
53. Что означает термин «конкурентное преимущество»? Какое преимущество называется «внешним», а какое «внутренним»?
54. Какое из этих преимуществ позволяет фирме воспользоваться стратегией дифференциации? В чем суть этой стратегии.
55. Назовите 4 основных внешних силы, воздействующих на рынок, согласно расширенной концепции соперничества Портера? Назовите основные угрозы для фирмы со стороны этих сил и способы их нейтрализации.
56. Существуют 3 базовые стратегии развития предприятия (стратегия дифференциации, лидерство по издержкам и концентрации). Назовите основные риски, связанные с применением данных стратегий.
57. Фирма в качестве основной цели ставит увеличение объема продаж. Назовите 3 основных направления в которых фирма может это сделать.
58. Перечислите стратегии ценообразования на новые товары/рынки? Каковы особенности их применения?
59. Назовите основные стратегии ценообразования на существующие товары. В чем их различия?
60. Перечислите основные стратегии повышения и понижения цен? Как определить влияние скидок на итоговые результаты деятельности компании?
61. Назовите основные этапы принятия решений по построению канала товародвижения?
62. Назовите факторы, влияющие на структуру канала распределения? На выбор стратегии товародвижения?
63. Какова роль коммуникационных стратегий в каналах распределения?
64. Назовите особенности применения стратегии вталкивания.
65. В чем различия между селективным и эксклюзивным каналом распределения. В чем преимущества и недостатки каждого из них?
66. Перечислите пять основных целей коммуникации? Какие из них рассчитаны на краткосрочный эффект?
67. Для чего служит матрица Мэлоуни? Пользуясь матрицей попытайтесь подобрать 2-3 рекламных сюжета для рекламы шампуня.
68. Существует три уровня оценки эффективности рекламной компании. Дайте характеристику каждому из них.
69. В чем различие между планом маркетинга и стратегией маркетинга?

70. Цели и концепции электронного бизнеса. Место и задачи электронного маркетинга в электронном бизнесе.

71. Модели электронного бизнеса: B2B, B2C и др. Характеристика моделей электронного бизнеса. Приведите практические примеры.

72. Формы взаимодействия участников рынка в B2B-модели бизнеса.

73. Модели получения доходов в электронном бизнесе.

74. Сеть Интернет как канал коммуникации. Отличия сети Интернет как канала коммуникации от традиционных каналов маркетинговых коммуникаций.

75. Бренд. Брендинг. Характеристика основных понятий и особенности их проявления на электронном рынке.

76. Правовые аспекты реализации маркетинговой деятельности в сети Интернет.

#### Описание методики оценивания:

Критерии оценивания ответа на контрольный вопрос	Оценка
Дан полный, развернутый, обоснованный ответ, в соответствии с правилом ТАП («тезис» - «аргумент» - «поддержка»): ответ содержит верный тезис или формулировку определения, логически верное обоснование, или апелляцию к теоретической модели, пример из практики, или описание решения в конкретной ситуации	5
Дан в целом верный ответ, однако один из элементов ТАП в структуре ответа отсутствует, неверен или противоречит верному ответу («тезису»): в логическом рассуждении наличествуют ошибки, противоречия или отсутствует «поддержка» - пример из практики, или описание решения в конкретной ситуации	4
Дан неполный ответ, однако один из элементов ТАП в структуре ответа отсутствует, неверен или противоречит верному ответу («тезису»): в логическом рассуждении наличествуют ошибки, противоречия или отсутствует «поддержка» - пример из практики, или описание решения в конкретной ситуации	3
Дан в целом неверный ответ, или два элемента ТАП в структуре ответа отсутствуют, неверны или противоречат верному ответу («тезису»)	2

#### Тестовые задания

Пример заданий для тестового контроля уровня усвоения учебного материала

#### Пример заданий для тестового контроля уровня усвоения учебного материала:

1. К маркетинговой микросреде не относят ...
  - 1) население региона
  - 2) клиентуру
  - 3) поставщиков
  - 4) посредников
2. Что такое менеджмент?

- 1) система организации и управления производственно-сбытовой и торговой деятельностью;
  - 2) система управления предприятием, ориентированная на удовлетворение общественных потребностей;
  - 3) наука о функционировании предприятия;
  - 4) учение об обществе.
2. Обратная связь нужна для того, чтобы:
- 1) понять реакцию получателя информации;
  - 2) понять, в какой мере сообщение воспринято и понято;
  - 3) подавлять шумы при общении;
  - 4) получатель и отправитель поменялись коммуникационными ролями.
3. Какие внекабинетные методы исследования рынка используются маркетологами:
- 1) пробные продажи товаров
  - 2) анализ справочной литературы
  - 3) сплошное наблюдение
  - 4) выборочное наблюдение
  - 5) все выше сказанное
4. К какому типу организационных структур относится дивизиональная структура?
- 1) адаптивная структура;
  - 2) структура с различной степенью централизации;
  - 3) бюрократический тип.
  - 4) нет верного ответа
5. Значимые переменные среды внешнего косвенного действия на организацию:  
а – конкуренты, б – состояние экономики, в – политическая обстановка, г – законодательство, д – социокультурные факторы, с – потребители:
- 1) б, в, д;
  - 2) а, б, в, г, е;
  - 3) а, е;
  - 4) б, в, г, д;
  - 5) а, в, г, е.
6. Теория игр – это:
- 1) метод, когда требуется установить, какая альтернатива способна внести наибольший вклад в достижение целей;
  - 2) метод, используемый для оценки влияния какого-либо действия на конкурентов;
  - 3) метод, позволяющий оптимально разместить заказы на ресурсы.
7. Какое из определений технологии наиболее полно отражает его сущность?  
Технология – это:
- 1) средство преобразования сырья в искомые продукты и услуги;
  - 2) сочетание навыков, оборудования, инфраструктуры, инструментов и технических знаний;
  - 3) способ, который позволяет преобразовывать сырье в желаемый продукт;
  - 4) любое средство, с помощью которого входящие в производство элементы преобразуются в выходящие;
  - 5) изобретения, машины, инструменты, механизмы.
8. Что такое организация?

- 1) любая группа людей;
- 2) любая толпа людей;
- 3) более двух человек, считающих себя группой с единой целью;
- 4) группа людей, которые вместе работают, учатся;
- 5) группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общих целей;
- 6) группа людей, объединенных одной целью.

9. Для фабрики кондитерских изделий ключевыми при проведении анализа внешней среды будут выступать факторы:

- 1) экологические, международные, экономические
- 2) социально-демографические, экономические, международные
- 3) экономические, политические, технологические

10. Менеджмент как обеспечение выполнения работы с помощью других лиц определяет:

- 1) Анри Файоль;
- 2) Абрахам Маслоу;
- 3) Мерри Паркер Фоллет;
- 4) Фредерик Уильям Тейлор;
- 5) Фредерик Герцберг;
- 6) Лилия Гилбрет.

11. Дайте определение модели:

- 1) воспроизведение предмета в уменьшенном или увеличенном виде;
- 2) представление предмета, системы или идеи в форме, отличной от самой целостности;
- 3) объект или идея в единственном виде.

12. Комплекс маркетинга - это набор следующих факторов

- 1) товар
- 2) реклама
- 3) методы распределения
- 4) производство
- 5) цена
- 6) методы стимулирования

13. В условиях неэластичного спроса на товар и отсутствия сильных конкурентов, фирме целесообразно использовать стратегию...

- 1) Установления «цен-приманок»
- 2) Захвата рынка
- 3) Ценовой дискриминации
- 4) «Снятия сливок»

14. Назовите основные функции управления, применимые ко всем организациям:

- 1) планирования, координация, контроль, распоряжение;
- 2) руководство, коммуникация, принятие решений, исследования;
- 3) планирование, организация, мотивация, контроль;
- 4) распорядительство, оценка и подбор персонала, ведение переговоров.

15. В теории маркетинга продуктовая организационная структура маркетинга имеет следующие особенности...



- 1) обязанности менеджера по товару - координация всей деятельности, связанной с маркетингом конкретного товара
- 2) целесообразна, если организация обновляет ассортимент продукции
- 3) обязанности менеджера по товару - разработка новых товаров
- 4) целесообразна, если объем продаж каждого вида товара окупает затраты на маркетинг по товару

16. Интуитивное решение – это:

- 1) выбор, обусловленный знаниями и накопленным опытом;
- 2) выбор, сделанный на основе ощущений того, что он правилен;
- 3) выбор, осуществленный на основе расчетов.

17. Помехой в информационных обменах с использованием слов как символов является:

- 1) различия в восприятии;
- 2) семантические расхождения;
- 3) плохая обратная связь;
- 4) шум в информационной системе.

18. В теории и практике маркетинга выделяют следующие меры воздействия государства на регулирование маркетинга:

- 1) централизованное планирование объемов выпуска продукции производителями
- 2) установление фиксированных цен на определенные виды товаров
- 3) установление рейтинга производителей товаров
- 4) законодательство по защите прав потребителей

19. Дайте определение делегированию:

- 1) узаконенная власть для направления своих подчиненных на достижение поставленных целей;
- 2) передача задач и полномочий лицу, которое принимает на себя ответственность за их выполнение;
- 3) средство, при помощи которого руководство распределяет среди сотрудников бесчисленные задачи, которые должны быть выполнены для достижения целей организации.

20. Назовите этапы процесса коммуникации:

- а – зарождение идеи;
- б – сообщение;
- в – кодирование и выбор канала;
- г – передача;
- д – помехи;
- е – декодирование;
- ж – обратная связь:
- 1) а, б, в, д;
- 2) а, б, в, ж;
- 3) а, в, г, е, д, ж;
- 4) а, в, г, е;
- 5) а, г, ж.

21. На какой стадии жизненного цикла товара активную и наибольшую по сравнению с другими методами продвижения роль играет стимулирование сбыта:

- 1) внедрения
- 2) спада

- 3) зрелости
- 4) роста

22. К вопросам стратегии не относится:

- 1) разработка рекламной компании
- 2) формулировка целей фирмы и ее потенциальных возможностей
- 3) оценка портфеля стратегических хозяйственных подразделений
- 4) обеспечение конкурентоспособности предприятия на рынке

23. Что такое структура организации?

1) это логические взаимоотношения уровней управления и функциональных областей, построенные в таких формах, которые позволяют наиболее эффективно достигать целей организации;

2) это иерархия управленческих уровней, возникающая в результате отделения работы по координации от непосредственного выполнения решения;

3) это выбор функциональных областей на основе закрепления определенного вида работы за специалистами, которые способны выполнить ее лучше всех с точки зрения организации как единого целого.

24. Какие элементы включает предварительный контроль?

а – осуществление замера выполненных работ;

б – составление плановых показателей;

в – сравнение готового результата с плановым;

г – составление структуры организации;

д – подготовка должностных инструкций:

1) а, б, в, г, д;

2) а, в, д;

3) б, г, д;

4) а, б, д.

25. Понятие маркетинга раскрывает определение...

1) деятельность по организации рекламных кампаний с целью продвижения товаров к потребителю

2) деятельность по организации сбыта товаров, производимых фирмой, с целью максимального увеличения объемов продаж

3) деятельность по организации «паблик рилейшнз» с целью продвижения товаров к потребителю

4) процесс управления, направленный на определение потребностей и удовлетворение потребителя с целью получения фирмой прибыли

26. Выпуск шампуня от перхоти для мужчин относится к стратегии \_\_\_\_\_ маркетинга.

1) концентрированного

2) традиционного

3) массового

4) дифференцированного

27. Хоторнский эффект – это:

1) увеличение производительности за счет улучшения условий труда;

2) увеличение производительности в связи с увеличением заработной платы;

3) увеличение производительности ввиду появления интереса работающих к эксперименту.

28. В практике маркетинга потребители выделяют следующие негативные результаты маркетинговой деятельности:

- 1) продажа некачественных или небезопасных в обращении товаров
- 2) практика запланированного устаревания товаров
- 3) повышение доходов производителей
- 4) сегментирование потребителей по различным признакам

29. Принципы управления Анри Файоля:

а – единоначалие; б – демократический дух организации; в – полномочия и ответственность; г – дисциплина; д – уважение подчиненных; е – разделение труда; ж – единство направления; з – корпоративный дух; и – скалярная цепь; к – векторное поле; л – централизация; м – иерархия управления; н – справедливость; о – стабильность рабочего места; р – индивидуализм:

- 1) а, р;
- 2) а, б, в, г, е, к, л, о, п, р;
- 3) а, в, г, е, ж, з, и, л, м, н, о, п;
- 4) б, в, г, д, ж, з, и, к, н, о, р;
- 5) а, в, г, д, е, ж, и, к, р.

30. Решение, основанное на суждениях – это:

- 1) выбор, обусловленный знаниями и накопленным опытом;
- 2) выбор, сделанный на основе ощущений того, что он правилен;
- 3) выбор, осуществленный на основе расчетов.

Описание методики оценивания:

Число правильных ответов теста от 45 до 59% соответствует начальному (пороговому) уровню овладения компетенцией, от 60 до 80 % - базовому уровню, от 81 до 100 % - повышенному (продвинутому) уровню сформированности компетенции.

Процент правильных ответов	Оценка
85 - 100 %	5
65 - 84%	4
45 - 64%	3
0 - 44%	2

### Примерная тематика докладов

Студенты самостоятельно в индивидуальном порядке изучают эти вопросы и готовят доклад и презентацию по выбранной теме.

1. Организация как объект управления.
2. Особенности профессиональной деятельности менеджеров.
3. Управление, направленное на успех.
4. Школа научного управления.
5. Классическая (административная) школа управления.
6. Школа человеческих отношений.
7. Школа науки о поведении.
8. Процессный подход.
9. Системный подход.

10. Ситуационный подход.
11. Внутренняя среда организации.
12. Внешняя среда организации.
13. Социальная ответственность и этика организации.
14. Система управления.
15. Методы анализа внешней среды.
16. Аналитика в управлении.
17. Виды коммуникаций в организации.
18. Процесс коммуникаций и эффективность управления.
19. Процесс принятия решений в организации.
20. Модели и методы принятия решений.
21. Подходы и методы прогнозирования.
22. Типы и виды моделирования в процессе принятия решений.
23. Сущность функции и выгоды стратегического планирования.
24. Стратегический план.
25. Контроль и оценка стратегического плана.
26. Делегирование, ответственность и полномочия.
27. Эффективная организация распределения полномочий.
28. Централизованные и децентрализованные организации.
29. Смысл и эволюция понятия "мотивация".
30. Содержательная процессуальная теория мотивации.
31. Сущность и смысл контроля.
32. Характеристики эффективного контроля.
33. Групповая динамика. Группы и их значимость.
34. Власть, формы власти и влияния.
35. Лидер и его функции.
36. Природа конфликта в организации.
37. Формирование и развитие трудовых ресурсов.
38. Системный подход к управлению операциями.
39. Планирование как функция управления.
40. Проектирование работ и нормирование труда.
41. Оперативное управление производством.
42. Управление проектом, и его методы.
43. Обеспечение качества.
44. Комплексный подход к вопросам производительности.
45. Новое в управлении производительностью труда.
46. Организация как функция управления.
47. Руководство как функция управления.
48. Контроль как функция организации.
49. Психология управления.
50. Управление персоналом.

Описание методики оценивания:

Критерии оценивания	Оценка
выставляется студенту, если студент сделал доклад с презентацией, привел схемы и таблицы, статистические данные и исследование на конкретном примере, уверенно владел материалом, давал развернутые ответы на дополнительные вопросы аудитории.	55

выставляется студенту, если студент раскрыл тему доклада в основном вопрос семинара, однако в работе и/ или при ответе на дополнительные вопросы допущены неточности.	4
выставляется студенту, если студент при выступлении с докладом допустил несколько существенных ошибок, а также затруднялся ответить на дополнительные вопросы	3
выставляется студенту, если студента продемонстрировал неполное знание материала и не смог ответить на один дополнительный вопрос	2

**Примерная тематика рефератов  
по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»**

1. Современный менеджмент как профессия.
2. Эволюция теории менеджмента в XX веке.
3. Современные теоретические концепции в менеджменте.
4. Сравнительное исследование национальных моделей менеджмента.
5. Менеджмент в России: особенности становления и развития.
6. Организационные структуры: основные принципы построения (изучения).
7. Реинжиниринг бизнес-процессов: теория и практика применения.
8. Составляющие успеха компании.
9. Процесс принятия управленческих решений.
10. Фирма в российском институциональном окружении.
11. Внешняя среда современных компаний.
12. Планирование как функция управления.
13. Планирование и стратегическое управление.
14. Управление развитием организации.
15. Жизненный цикл организаций.
16. Мотивация и принятие решений в системе управления персоналом организации.
17. Эволюция теории управления человеческими ресурсами.
18. Лидерство: природа и основные теории.
19. Менеджмент как особая профессиональная деятельность.
20. Менеджер как субъект управления. Работа и основные качества менеджера.
21. Самоменеджмент и имидж руководителя. Организация рабочего дня менеджера.
22. Управленческие революции.
23. Управленческий контроль.
24. Стратегическое планирование.
25. Методы управленческих решений.
26. Управленческие решения как продукт деятельности менеджера.
27. Анализ в управлении.
28. Управление качеством.
29. Инновационный менеджмент.
30. Социальные проблемы менеджмента.
31. Бизнес-план как составная часть функции планирования.
32. Особенности развития теории и практики управления в России.
33. Характерные черты менеджмента в Японии, США и Германии
34. Информационное обеспечение маркетинга на базе мировых информационных ресурсов.
35. Особенности системы и стратегии маркетинга в России.
36. Специфика маркетинговой деятельности российских предприятий на внешних рынках.
37. Особенности прогнозирования спроса на новый товар.

38. Роль и место маркетинга и маркетингового управления в работе с хозяйствующими субъектами.
39. Оценка эффективности информационного обеспечения маркетинговых решений.
40. Исследование потенциала повышения цены товара на основе анализа его конкурентоспособности.
41. Роль бренда в деятельности компаний.
42. Технологии E-mail маркетинга как инструмент продвижения.
43. Методические подходы к разработке и реализации стратегий развития в розничной торговле.
44. Особенности правил торговли в России.
45. Нормативно-правовое регулирование маркетинговой деятельности.
46. Эволюция теории и практики маркетинга.
47. Особенности маркетинговой деятельности в зарубежных странах.
48. Психология покупательского поведения.

Описание методики оценивания:

Критерии оценивания	Оценка
<p>раскрыта суть рассматриваемого аспекта и причина его рассмотрения; описание существующих для данного аспекта проблем и предлагаемые пути их решения;</p> <p>доклад по результатам работы имеет презентацию; соблюден регламент при представлении доклада; представление, а не чтение материала;</p> <p>использованы нормативные, монографические и периодические источники литературы;</p> <p>четкость дикции; правильность и своевременность ответов на вопросы; оформление реферата в соответствии с требованиями, сдача его преподавателю в установленные сроки</p>	5
если не выполнено любое одно из вышеуказанных условий	4
если не выполнены любые два из вышеуказанных условий	3
если не выполнены любые три из вышеуказанных условий	2

Перед проведением итогового контроля преподаватель подводит итоги по каждому студенту. По окончании изучения курса у обучающегося должны быть сданы тесты по двум модулям и написан реферат, по выбранной тематике.

Итоговый контроль по дисциплине «Основы менеджмента» проводится в виде зачета, в рамках которого учащемуся задаются 2 вопроса.

**Вопросы для подготовки к зачету**

- Содержание понятий «Менеджмент», «Управление», «Предпринимательство».
2. Объективные условия, на вызовы которых должна ответить наука о менеджменте.
3. Цель, задачи, объект, предмет менеджмента.
4. Система менеджмента в организации.
5. Контроль: понятие, сущность. Функции контроля. Виды контроля. Этапы контроля.
6. Этика управления: определение, этические подходы.
7. Конфликты: понятие, сущность; виды конфликтов. Управление конфликтами.
8. Школа научного управления: основные представители, вклад в науку управления.

9. Классическая школа управления: основные представители, вклад в науку управления.
10. Бихевиоризм и школа человеческих отношений: основные представители, вклад в науку управления.
11. Предпосылки и основные характеристики школы науки управления.
12. Новые подходы к управлению.
13. Модели менеджмента.
14. Вклад в науку управления О.А. Ерманского, П. М. Керженцева, А. К. Гастева.
15. Закономерности и принципы управления.
16. Миссия и цели организации. Целеполагание.
17. Методы управления. Дать характеристику экономическому методу управления.
18. Организационно-распорядительные методы управления.
19. Социально-психологические методы управления.
20. Методы планирования.
21. Сущность планирования, классификация планов.
22. Планирование как функция менеджмента. Планирование и эффективность производства.
23. Функции менеджмента: общий обзор основных и специфических функций.
24. Стилль управления: понятие, сущность; классификация стилей управления
25. Организация и ее основные признаки. Виды организаций.
26. Лидерство. Анализ теорий лидерства.
27. Внутренняя среда организации: ее характеристика, взаимосвязь элементов внутренней среды.
28. Сущность PEST-анализа, SWOT-анализа.
29. Внешняя среда организации: характеристика, взаимосвязь элементов внешней среды.
30. Законы жизнедеятельности организации. Теория жизненных циклов организаций.
31. Организационная структура управления: понятие, сущность. Факторы, влияющие на организационную структуру.
32. Принятие управленческих решений, его этапы; методы принятия управленческих решений.
33. Мотивация: понятие, сущность. Взаимосвязь мотиваций и потребности; мотивации и вознаграждения.
34. Характеристики бюрократических (механистических) типов организационных структур управления.
35. Характеристики адаптивных (органических типов организационных структур управления).
36. Содержательный подход к мотивации: основные представители, идеи.
37. Процессуальный подход к мотивации: основные представители, идеи.
38. Пирамида потребностей Абрахама Маслоу, критика к теории потребностей Абрахама Маслоу.
39. Взаимосвязь категорий «Маркетинг», «Менеджмент» и «Экономика».
40. Сущность и значение маркетинговых исследований.
41. Охарактеризуйте компании, занимающиеся проведением маркетинговых исследований.
42. Основные направления маркетинговых исследований.
43. Роль маркетинговых исследований в развитии общества.
44. Основные концепции маркетинга.
45. Стратегическое планирование организации: понятие, процесс.
46. Макросреда организации.
47. Модель поведения потребителя.
48. Сегментирование потребительских и деловых рынков.

49. Выбор целевых сегментов рынка.
50. Жизненный цикл товара и маркетинговые стратегии.
51. Каналы распределения потребительских и промышленных товаров
52. Стимулирование сбыта.
53. Разработка и управление рекламной программой.

#### **Критерии оценивания:**

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если он ответил на все поставленные вопросы;
- оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он не ответил на поставленные вопросы.

### **5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

#### **5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

##### **Основная литература:**

1. Бельчик, Т.А. Методы исследований в менеджменте : учебное пособие / Т.А. Бельчик ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Кемеровский государственный университет», Кафедра менеджмента. - Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2014. - 308 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8353-1757-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=278324> (14.08.2017).
2. Пичурин, И.И. Основы маркетинга: Теория и практика : учебное пособие / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 383 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02090-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116637> (14.08.2017).
3. Менеджмент : учебник / под ред. М.М. Максимцова, М.А. Комарова. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 343 с. : табл., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02247-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115008> (14.08.2017).
4. Основы менеджмента : учебник / под ред. В.В. Лукашевич, И.В. Бородушко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 271 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-01061-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118632> (14.08.2017)

##### **Дополнительная литература:**

5. Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л.А. Дробышева. - 4-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 152 с. : ил. - ISBN 978-5-394-02648-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453875> (14.08.2017).
6. Маркетинг PR и рекламы : учебник / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. И.М. Синяевой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 495 с. : табл., ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02194-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709> (14.08.2017).
7. Пудич, В.С. Введение в специальность менеджмент : учебное пособие / В.С. Пудич. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 319 с. - (Профессиональный учебник: Менеджмент). - Библиогр.: с. 288-289. - ISBN 5-238-00585-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119544> (14.08.2017).



## 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ» - <https://elib.bashedu.ru/>
2. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» - <https://biblioclub.ru/>
3. Электронная библиотечная система издательства «Лань» - <https://e.lanbook.com/>
4. Электронный каталог Библиотеки БашГУ - <http://www.bashlib.ru/catalogi/>
5. Универсальная Базы данных EastView (доступ к электронным научным журналам) - <https://dlib.eastview.com/browse>
6. Научная электронная библиотека - elibrary.ru (доступ к электронным научным журналам) - [https://elibrary.ru/projects/subscription/rus\\_titles\\_open.asp](https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp)
7. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные
8. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные
9. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный. Договор №31806820398 от 17.09.2018 г. Срок действия лицензии до 25.09.2019

## 6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	2	3
<p><b>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</b> аудитория № 405 (корпус химического факультета), аудитория № 311 (корпус химического факультета), аудитория № 310 (корпус химического факультета), аудитория № 305 (корпус химического факультета).</p> <p><b>2. Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа</b> аудитория № 405 (корпус химического</p>	<p><b>Аудитория № 405</b> Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, ноутбук, мультимедиа-проектор Mitsubishi XD3200U, экран с электроприводом 300*400см Spectra Classic.</p> <p><b>Аудитория № 311</b> Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, ноутбук, проектор Mitsubishi XD 600U, экран с электроприводом Projecta 183*240см Matte white.</p> <p><b>Аудитория № 310</b> Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, ноутбук, мультимедиа-проектор</p>	<p>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные</p> <p>2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные</p> <p>3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный. Договор №31806820398 от 17.09.2018 г. Срок действия лицензии до 25.09.2019</p> <p>4. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle). Универсальная общественная лицензия GNU</p> <p>5. Linux OpenSUSE 12.3 (x84_64) GNU General Public License</p>

<p>факультета), аудитория №311(корпус химического факультета), аудитория № 310(корпус химического факультета), аудитория № 305 (корпус химического факультета), аудитория № 001 (корпус химического факультета), аудитория № 002 (корпус химического факультета), аудитория № 006 (корпус химического факультета), аудитория № 007 (корпус химического факультета), аудитория № 008 (корпус химического факультета).</p>	<p>Mitsubishi EW230ST, экран настенный Classic Norma 244*183. <b>Аудитория № 305</b> Учебная мебель, учебно- наглядные пособия, доска, ноутбук, мультимедиа-проектор Mitsubishi EW230ST, экран настенный Classic Norma 244*183. <b>Аудитория № 001</b> Учебная мебель, учебно- наглядные пособия, доска <b>Аудитория № 002</b> Учебная мебель, учебно- наглядные пособия, доска <b>Аудитория № 006</b> Учебная мебель, учебно- наглядные пособия, доска <b>Аудитория № 007</b> Учебная мебель, учебно- наглядные пособия, доска <b>Аудитория № 008</b> Учебная мебель, учебно- наглядные пособия, доска <b>Аудитория № 004</b> Учебная мебель, учебно- наглядные пособия, доска, коммутатор HP V1410- 24G, персональный компьютер Lenovo ThinkCentre A70z Intel Pentium E 5800, 320 Gb, 19" - 15 шт, шкаф настенный TLK6U. <b>Аудитория № 005</b> Учебная мебель, учебно- наглядные пособия, доска, компьютер DEPONEOS 470 MDi5_3450/4GDDR/T500 G/DVD+R и монитор ViewSonic 21.5 - 13 шт, шкаф TLK TWP-065442- G-GY, шкаф монтажный NT PRACTIC 2MP47- 610B/SSt450/ SKS1/SSt750,59560, 00 T.316-14, шкаф настенный TLK6U. <b>Читальный зал № 1</b> Научный и учебный фонд, научная периодика, ПК (моноблок) - 3 шт, Wi-Fi доступ для мобильных</p>	
<p><b>3.учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций</b> аудитория № 405 (корпус химического факультета), аудитория № 311 (корпус химического факультета), аудитория № 310 (корпус химического факультета), аудитория № 305 (корпус химического факультета).</p>		
<p><b>4.учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</b> аудитория № 405 (корпус химического факультета), аудитория №311 (корпус химического факультета), аудитория № 310 (корпус химического факультета), аудитория № 305 (корпус химического факультета),</p>		

<p>аудитория № 004 (корпус химического факультета), аудитория № 005 (корпус химического факультета).</p> <p><b>5. помещения для самостоятельной работы:</b></p> <p>читальный зал № 1 (главный корпус), читальный зал № 2 (физмат корпус) читальный зал № 5 (гуманитарный корпус), читальный зал № 6 (корпус института права), читальный зал № 7 (гуманитарный корпус)</p>	<p>устройств, неограниченный доступ к ЭБС и БД; количество посадочных мест – 76.</p> <p><b>Читальный зал №2</b> Научный и учебный фонд, научная периодика, ПК (моноблок), подключенных к сети Интернет, – 8 шт., Wi-Fi доступ для мобильных устройств, неограниченный доступ к ЭБС и БД; количество посадочных мест – 50</p> <p><b>Читальный зал № 5</b> Научный и учебный фонд, научная периодика, ПК (моноблок) - 3 шт, неограниченный доступ к ЭБС и БД; количество посадочных мест – 27.</p> <p><b>Читальный зал № 6</b> Научный и учебный фонд, научная периодика, ПК (моноблок) - 6 шт, неограниченный доступ к ЭБС и БД; количество посадочных мест – 30.</p> <p><b>Читальный зал № 7</b> Научный и учебный фонд, научная периодика, ПК (моноблок) - 5 шт, неограниченный доступ к ЭБС и БД; количество посадочных мест – 18.</p>	
---	--	--