

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и
дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШТЭ



Рабочая программа дисциплины

Б1.В.10 Менеджмент и маркетинг

Учебный план: ФГОС3++m150402-12_23-12.plx

Кафедра: 10 Менеджмента и права

Направление подготовки:
(специальность) 15.04.02 Технологические машины и оборудование

Профиль подготовки: Технологические процессы и оборудование целлюлозно-бумажного
(специализация) производства

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
2	УП	17	17	37,75	0,25	Зачет
	РПД	17	17	37,75	0,25	
Итого	УП	17	17	37,75	0,25	
	РПД	17	17	37,75	0,25	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 15.04.02 Технологические машины и оборудование, утверждённым приказом Минобрнауки России от 14.08.2020 г. № 1026

Составитель (и):

Кандидат экономических наук, доцент

Юдин А.П.

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой менеджмента и права

Бескровная В.А.

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Тотухов Ю.А.

Методический отдел:

Смирнова В.Г.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области менеджмента и маркетинга, расширение и углубление теоретических и практических знаний, умений и навыков, использование их в профессиональной деятельности.

1.2 Задачи дисциплины:

формирование самостоятельного логического экономического мышления об основных закономерностях использования менеджмента в практике управления предприятиями;

формирование комплекса знаний и практических навыков по основам организации маркетинговой деятельности предприятий в условиях рыночных отношений;

формирование навыка принятия оптимальных управленческих решений

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Философские проблемы науки и техники

Планирование карьеры и основы лидерства

Мировые культуры и межкультурные коммуникации

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-8: Способен оценивать технико-экономическую эффективность проектирования, исследования, изготовления машин, приводов, оборудования, систем, технологических процессов, принимать участие в создании системы менеджмента качества на предприятии

Знать: методику оценки технико-экономической эффективности проектирования технологических процессов; системы менеджмента качества на предприятии.

Уметь: применять методику оценки технико-экономической эффективности проектирования технологических процессов; анализировать системы менеджмента качества на предприятии.

Владеть: методами оценки технико-экономической эффективности проектирования технологических процессов; методами анализа системы менеджмента качества на предприятии

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Менеджмент						
Тема 1. Основы управления организацией. Необходимость и сущность менеджмента. Менеджмент и управление: общее и различия. Менеджмент как процесс управления. Менеджмент как наука и искусство управления. Менеджмент как аппарат управления. Менеджмент как категория людей. Менеджмент как учебная дисциплина. Классификация видов и форм менеджмента. Зарождение управления группами людей. Исторические периоды развития теории и практики управления: управленческие революции. Развитие менеджмента в России.		2	2	4	ИЛ	
Тема 2. Мотивация деятельности в менеджменте. Мотивы деятельности человека и их роль в управлении, основные понятия процесса мотивации, факторы. Содержательные теории мотивации: теория иерархии потребностей Маслоу ; двухфакторная модель мотивации Герцбега. Процессуальные теории мотивации: теория ожиданий В. Врума, теория справедливости, Стейси Адамса.	2	2	2	4	ГД	Т
Тема 3. Методы управления. Сущность методов управления. Подходы к управлению организацией. Социально-психологические, экономические, организационно-административные		2	2	4	ИЛ	
Тема 4. Функции управления. Понятие «функции менеджмента». Функции управления А.Файоля. Классификация функций управления. Планирование, как функция менеджмента. Прогнозирование как, функция менеджмента. Мотивация. Контроль, требования к нему. Воспитательная роль контроля и его эффективность		2	2	4	ИЛ	

Тема 5. Организационные структуры управления. Понятие организационной структуры. Базисные схемы организационных структур. Линейная организационная структура. Функциональная организационная структура. Линейно-функциональная (штабная) структура. Дивизиональные структуры: ориентированные на клиента, продуктовые, региональные, модели на базе стратегических бизнес-групп. Органические структуры: проектные и матричные,	2	2	4	ИЛ	
Тема 6. Основы разработки управленческого решения. Понятие управленческих решений. Классификации управленческих решений. Требования к управленческим решениям. Процесс принятия решений. Эвристические и творческие методы принятия решений. Оценка альтернативных управленческих решений. Коллективное принятие решений. Организация выполнения принятого решения	2	2	8	ИЛ	
Раздел 2. Маркетинг					
Тема 7. Организация маркетинговой деятельности на предприятии. Понятие маркетинга. Цели, задачи и принципы маркетинга. Концепции маркетинга. Комплекс маркетинга. Исторические периоды развития, маркетинга . Развитие маркетинга в России.	2	2	4	ИЛ	
Тема 8. Маркетинговая среда предприятия и ее состав. Понятие маркетинговой среды. Микро-среда и макро-среда. Факторы микро- среды. Факторы макро-среды. Политико-правовые, экономические, социально-культурные, научно-технические, демографические	2	2	1,75	ИЛ	С
Тема 9. Ценовая политика организации. Политика ценообразования. Этапы установления исходной цены на товар. Стратегии ценообразования. Стратегия «снятия сливок», стратегия «проникновения на рынок». Методы расчета цены продукта.	1	1	4	ИЛ	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	17	17	37,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25				

Всего контактная работа и СР по дисциплине		34,25	37,75		
--	--	-------	-------	--	--

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-8	<p>1.Характеризует механизм разработки целей и задач маркетинговой политики предприятия, основы бизнес – планирования</p> <p>2. Определяет методы и инструменты маркетинга,</p> <p>3. Анализирует слабые и сильные стороны организации, разрабатывать отдельные разделы бизнес-плана, связанных с выпуском и реализацией перспективных и конкурентоспособных изделий</p> <p>4.Разбирается в системе менеджмента качества на предприятии</p> <p>5.Характеризует технико-экономическую эффективность проектирования, исследования, изготовления машин, приводов, оборудования, систем, технологических процессов</p> <p>6. Ориентируется в базовых принципах и этапах проведения исследования эффективности проектирования</p>	<p>Вопросы устного собеседования.</p> <p>Практико-ориентированные задания.</p>

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	<p>Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области, возможно допуская несущественные ошибки в ответе на вопросы преподавателя.</p> <p>Критическое и разностороннее рассмотрение вопросов, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источниками. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям.</p>	
Не зачтено	<p>Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины.</p> <p>Многочисленные грубые ошибки.</p> <p>Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы.</p> <p>Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы</p>	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 2	
1	Ценовая политика организации

2	Маркетинговая среда предприятия и ее состав
3	Развитие маркетинга в России
4	Организация маркетинговой деятельности на предприятии
5	Управление по целям.
6	Основы разработки управленческого решения
7	Навыки необходимые для руководителя высшего уровня управления.
8	Организационные структуры управления
9	Классификации функций управления
10	Классификация методов управления
11	Процессуальные и содержательные теории мотивации
12	Мотивация деятельности в менеджменте
13	Предпосылки возникновения школ менеджмента.
14	Основы методологии менеджмента.

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы) находятся в Приложении к данной РПД.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Время на подготовку к сдаче зачета - 30 минут

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Маслова, О. П., Калмыкова, О. Ю.	Менеджмент и маркетинг	Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ	2021	http://www.iprbooks.hop.ru/111764.html
Н.Н. Голицова, А.П. Юдин	Менеджмент и маркетинг: учебное пособие	М-во науки и высшего образования РФ, С.- Петерб. гос. ун-т пром. технологий и дизайна, Высш. шк. технологии и энергетики. - Санкт-Петербург: ВШТЭ СПбГУПТД	2020	http://nizrp.narod.ru/metod/kafmarkilog/1590251611.pdf
Зеньков, И. В.	Менеджмент и маркетинг	Красноярск: Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева	2022	https://www.iprbooks.hop.ru/124304.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				

Голивцова, Н. Н., Юдин, А. П.	Менеджмент и маркетинг	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2020	https://www.iprbookshop.ru/118395.html
Комиссарова, М. Н.	Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг	Саратов: Профобразование	2020	https://www.iprbookshop.ru/95594.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
 Электронная библиотека ВШТЭ СПб ГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://nizrp.narod.ru>
 Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. Информатика и информационные технологии» [Электронный ресурс]. URL: http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6
 База данных Минэкономразвития РФ «Информационные системы Министерства в сети Интернет» [Электронный ресурс]. URL: <http://economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/>
 Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>
 Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftWindows 8

MicrosoftOfficeProfessional 2013

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска

Приложение

рабочей программы дисциплины **Менеджмент и маркетинг**
наименование дисциплины

Направление подготовки: 15.04.02 Технологические машины и оборудование
 (специальность)

Профиль подготовки: Технологические процессы и оборудование целлюлозно-бумажного
 (специализация) производства

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

№ п/п	Условия типовых практико-ориентированных заданий (задач, кейсов)																																			
Семестр 2																																				
1	<p>Джон Гибсон был назначен советом компании директором завода с одним условием – повысить эффективность его работы. Гибсон быстро разрушил то, что он считал современной практикой всепрощения. На должности руководителей низшего звена он поставил людей со стороны, и они под его руководством установили новые процедуры формального контроля. Рабочие завода отреагировали на новшества враждебно. В ответ на это новое руководство прибегло к еще более жесткому контролю, что усилило напряжение и увеличило сопротивление рабочих. Тем временем Гибсон узнал о методах участия рабочих в управлении и решил испробовать эти методы при установлении норм в одном из цехов, где, как считалось, выработка была особенно низкой. Он собрал рабочих цеха, сказал им, что нормы выработки слишком низки, и предложил им самим обсудить этот вопрос с тем, чтобы решить, какими они должны быть реально. Рабочие же пришли к решению, что нормы и так слишком высоки и новые должны быть снижены на 10%. Гибсон был вынужден согласиться с их решением, мысленно проклиная «этих длинноволосых академиков» за то, что они ввели его в заблуждение. Члены совета, узнав о случившемся, были взбешены и рассмотрели вопрос об увольнении Д. Гибсона. Правильно ли поступил Гибсон, согласившись с решением рабочих снизить нормы на 10%?</p>																																			
2	<p>Исполнительный директор Московского Художественного театра Владимир Иванович Немирович-Данченко был возмущен поведением художественного руководителя театра Константина Сергеевича Станиславского, о чем писал последнему и коллегам. Второй режиссер репетировал пьесу по мизансценам, разработанным К.С. Станиславским, и вызвал его посмотреть более-менее сложившийся акт. Режиссер, какое бы место он ни занимал, дорожит своим трудом и не лишен известного честолюбия. Приходит К.С., шепчет Вл. И., что это никуда не годится, но надо поддержать и режиссера, и актеров. Поэтому он громко всех хвалит, назначает репетицию для замечаний и ... начинает «крошить». Режиссер мучается, ссылаясь на экземпляр мизансцен, разработанных самим К.С. А тот в ответ: «Да, я виноват, не будем об этом спорить, но переделать необходимо. Мало ли какой я чепухи написал, а во время репетиции виднее». Проходят еще две репетиции, и от затраченного ранее труда ничего не остается. Этично ли поведение К.С. Станиславского? Имел ли он право на ошибку?</p>																																			
3	<p>Какие географические сегменты выберут среднее предприятие с производственно-сбытовой мощностью в 3 млн. ед. в год и малое предприятие с мощностью в 500 тыс. ед. ?</p> <p>Параметры сегментов рынка</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Сегменты</th> <th>Емкость рынка, тыс. ед.</th> <th>Число конкурентов</th> <th>Их доля в сегменте, %</th> <th>Средняя норма прибыли (в % к затратам)</th> <th>Цена за ед., тыс. руб.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>8500</td> <td>5</td> <td>90</td> <td>50</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>6000</td> <td>6</td> <td>80</td> <td>48</td> <td>95</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>4500</td> <td>2</td> <td>40</td> <td>55</td> <td>98</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>1000</td> <td>1</td> <td>50</td> <td>42</td> <td>80</td> </tr> </tbody> </table>						Сегменты	Емкость рынка, тыс. ед.	Число конкурентов	Их доля в сегменте, %	Средняя норма прибыли (в % к затратам)	Цена за ед., тыс. руб.	1	8500	5	90	50	100	2	6000	6	80	48	95	3	4500	2	40	55	98	4	1000	1	50	42	80
Сегменты	Емкость рынка, тыс. ед.	Число конкурентов	Их доля в сегменте, %	Средняя норма прибыли (в % к затратам)	Цена за ед., тыс. руб.																															
1	8500	5	90	50	100																															
2	6000	6	80	48	95																															
3	4500	2	40	55	98																															
4	1000	1	50	42	80																															
	<p>На технически сложный товар X необходимо назначить конкурентоспособную цену. Аналогичный товар Y основного конкурента успешно продается по цене 2 млн. руб./ед. Группа экспертов провела сравнительное тестирование основных свойств этих товаров, а также ранжировала их по важности для потребления, приняв за единицу наименее важное свойство:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Свойства</th> <th>a</th> <th>b</th> <th>c</th> <th>d</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="2">Ранг важности (баллы)</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Оценка товаров в баллах</td> <td>X</td> <td>4</td> <td>2</td> <td>4</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Y</td> <td>4</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table>						Свойства		a	b	c	d	Ранг важности (баллы)		1	2	3	4	Оценка товаров в баллах	X	4	2	4	4	Y	4	4	3	5							
Свойства		a	b	c	d																															
Ранг важности (баллы)		1	2	3	4																															
Оценка товаров в баллах	X	4	2	4	4																															
	Y	4	4	3	5																															

