

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»
(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Направление подготовки: 15.04.02 Технологические машины и оборудование

Направленность: Инновации и рынок машин и оборудования

Квалификация выпускника: магистр

**Кострома
2023**

Рабочая программа дисциплины «*Менеджмент и маркетинг*» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению 15.04.02 Технологические машины и оборудование, № 1026 от 14.08.2020 г.

Разработал: Букина С.В., к.т.н., доцент кафедры ТММ, ДМ и ПТМ, доцент.

Рецензент: Корабельников А.Р., заведующий кафедрой ТММ, ДМ и ПТМ, д.т.н., профессор

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры ТММ, ДМ и ПТМ

Протокол заседания кафедры № 5 от 31.01 2023 г.

Заведующий кафедрой ТММ, ДМ и ПТМ

Корабельников Андрей Ростиславович, д.т.н., профессор

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины – формирование теоретических знаний, приобретение умений и навыков в области организации управленческой деятельности. Дать знания, позволяющие принимать обоснованные планово-управленческие маркетинговые решения с учетом видов экономической деятельности, а также уметь осуществлять практическую проверку результатов и рекомендаций по маркетингу в управлении предприятием.

Задачи дисциплины:

- адаптация современных версий систем управления качеством к конкретным условиям производства на основе международных стандартов;
- проведение маркетинга и подготовка бизнес-планов выпуска и реализации перспективных и конкурентоспособных изделий;
- развитие умений и навыков поиска оптимальных решений при создании продукции с учетом требований качества, надежности и стоимости, а также сроков исполнения, безопасности жизнедеятельности и экологической чистоты
- организация повышения квалификации и тренинга сотрудников подразделений в области инновационной деятельности;
- организация работы коллектива исполнителей, принятие исполнительских решений в условиях различных мнений, определение порядка выполнения работ;
- постановка, планирование и проведение научно-исследовательских работ теоретического и прикладного характера в объектах сферы профессиональной деятельности;
- анализ результатов исследований и их обобщение;
- подготовка научно-технических отчетов, обзоров и публикаций по результатам выполненных исследований и разработок;

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

освоить компетенции:

ОПК-3 Способен организовывать работу коллективов исполнителей; принимать исполнительские решения в условиях спектра мнений; определять порядок выполнения работ, организовывать в подразделении работы по совершенствованию, модернизации и унификации выпускаемых изделий и их элементов, разработке проектов стандартов и сертификатов, обеспечивать адаптацию современных версий систем управления качеством к конкретным условиям производства на основе международных стандартов;

ОПК-8 Способен разрабатывать методику анализа затрат на обеспечение деятельности производственных подразделений;

ОПК-14 Способен организовывать и осуществлять профессиональную подготовку по образовательным программам в области машиностроения.

Код и содержание индикаторов компетенции:

ИОПК-3.1 Способен организовать работу коллективов исполнителей и принимать решения с учетом спектра мнений.

ИОПК-3.2 Способен определять порядок выполнения работ, организовывать работы по совершенствованию, модернизации, унификации выпускаемых изделий и их элементов.

ИОПК-3.3 Способен разрабатывать проекты стандартов и сертификатов.

ИОПК-3.4 Способен адаптировать современные версии систем управления качеством к конкретным условиям производства.

ИОПК-3.5 Знает основные положения международной системы стандартизации и основные международные стандарты в области качества.

ИОПК-8.1 Разрабатывает методику по анализу затрат на обеспечение деятельности производственных подразделений предприятий машиностроения и производств Разрабатывает методику по анализу затрат на обеспечение деятельности производственных подразделений предприятий машиностроения и производств.

ИОПК-8.2 Производит сравнительный анализ затрат на разработку и внедрение инновационных проектов.

ИОПК-8.3 Описывает принципы стратегического планирования развития производства в сфере изготовления оборудования и производства продуктов.

ИОПК-14.1 Способен разрабатывать образовательные программы в области машиностроения.

ИОПК-14.2 Способен осуществлять подготовку по образовательным программам в области машиностроения.

Знать:

- сущность и методы делового общения;
- концепции маркетинга;
- информационное обеспечение маркетинга;
- теоретические подходы к менеджменту, внешнюю и внутреннюю среду организации, систему методов управления.

Уметь:

- выявлять перспективные направления научных исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы, проводить эмпирические и прикладные исследования;
- организовывать работу по повышению научно-технических знаний работников;
- организовывать работу коллективов исполнителей, принимать исполнительские решения в условиях спектра мнений, определять порядок выполнения работ;

- выбирать оптимальные решения при создании продукции с учетом требований качества, надежности и стоимости, а также сроков исполнения, безопасности жизнедеятельности и экологической чистоты производства;
- проводить маркетинговые исследования и подготавливать бизнес-планы выпуска и реализации перспективных и конкурентоспособных изделий;
- оценивать технико-экономическую эффективность проектирования, исследования, изготовления машин, приводов, оборудования, систем, технологических процессов, принимать участие в создании системы менеджмента качества на предприятии.

Владеть:

- методологией и методикой проведения научных исследований;
- навыками самостоятельной и исследовательской работы;
- навыками создания системы менеджмента качества на предприятии;
- навыками организации в подразделении работ по совершенствованию, модернизации, унификации выпускаемых изделий и их элементов, по разработке проектов стандартов и сертификатов, обеспечивать адаптацию современных версий систем управления качеством к конкретным условиям производства на основе международных стандартов.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к базовой части учебного плана Б1.О.06. (Блок обязательных дисциплин) Изучается на 1 курсе во 2 семестре(ах) обучения.

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах/практиках:

«Компьютерные технологии в машиностроении», «Основы научных исследований, организации и планирования эксперимента», «Средства и методы измерений и контроля», «Логистика», «Численные методы в управлении и инженерии».

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин/практик: «Методы создания и проектирования машин», «Управление инновациями», «Всеобщее управление качеством».

4. Объем дисциплины

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических часов и виды учебной работы

Виды учебной работы,	Очная форма	Очно-заочная	Заочная
Общая трудоемкость в зачетных единицах	3		
Общая трудоемкость в часах	108		
Аудиторные занятия в часах, в том числе:			
Лекции	-		
Практические занятия	-		
Лабораторные занятия	34		
Самостоятельная работа в часах	74		
Форма промежуточной аттестации	зачет		

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма	Очно-заочная	Заочная
Лекции	-		
Практические занятия	-		
Лабораторные занятия	34		
Консультации	-		
Зачет/зачеты	зачет		
Экзамен/экзамены	-		
Курсовые работы	-		
Курсовые проекты	-		
Всего	34		

5 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

5.1 Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
	Раздел 1. Менеджмент как вид деятельности					
1	По рекомендованной литературе изучить и описать функции менеджмента и дать характеристику каждой функции.	7			2	4
2	По рекомендованной литературе изучить различные подходы к менеджменту. Выявить особенности подходов к менеджменту.	9			2	6
3	По рекомендованной литературе изучить виды организационных структур управления. Построить организационную структуру предприятия (торгового, промышленного, туристского и т.п.)	9			2	7
4	Работа по принятию решений с применением экспертных методов, в том числе мозговой атаки, метода Дельфи, метода суда и метода сценария.	9			2	7

	Раздел 2. Самоменеджмент.					
5	Выбор стиля руководства. Техника личной работы руководителя. Принятие управленческих решений.	9			3	6
6	Выбор руководителя проекта. Разработать критерии выбора руководителя проекта, определить сферы деятельности и задачи руководителя.	9			3	6
7	Изучение источников власти и особенностях их использования. Анализ управленческой ситуации: Власть в «мешке».	9			3	6
8	Конфликт с руководителем или в коллективе. Описать конфликт в соответствующих терминах.	9			3	6
	Раздел 3. Общие принципы и возможности маркетинга.					
9	Выбрать одну из фирм, дать характеристику ее маркетинговой деятельности. Описать экономическую ситуацию, в которой функционирует фирма, ее маркетинговую инфраструктуру и среду. Ответ обосновать	9			3	6
10	Разработать план маркетинговых исследований по поставленной проблеме.	9			3	6
11	Выбор стратегии маркетинга. Найти статьи в периодической печати (сети Интернет), которые описывают одну или несколько эталонных стратегий, и дать объяснения поведению фирмы на рынке.	9			3	6

12	Разработка, применение и анализ опросного листа для покупателей.	7			3	4
13	Подготовка к зачету	4				6
	Итого:	108			34	74

5.2. Содержание:

№ п/п	Название раздела, темы	Содержание темы
	Раздел 1. Менеджмент как вид деятельности	
1.	Введение в менеджмент. История развития менеджмента. Организация как объект менеджмента. Типы организаций в промышленном производстве. Типы менеджмента, их характеристики. Качество современного менеджмента.	Понятие и задачи менеджмента. Уровни управления. Виды организаций. Различные виды организаций по классификационным признакам. Понятие организации. Открытые и замкнутые (закрытые) организационные системы. Возникновение и развитие школы научного управления (Ф. Тейлор, Ф. Гилбрет, Л. Гилбрет и др.). Классическая или административная школа в управлении (А. Файоль, Л. Урвик и др.). Школа человеческих отношений. Типы менеджмента. Сущность процессного подхода. Системный подход. Сущность ситуационного подхода. Ситуационный подход и процесс управления.
2.	Управление производством. Функции управления. Структура управления, основные виды структур. Система методов управления. Контроль как функция управления, виды контроля.	Классификация организационных структур управления. Линейная организационная структура: сущность, достоинства и недостатки. Функциональная организационная структура: определение, достоинства и недостатки. Матричная организационная структура: особенности, достоинства и недостатки. Оптимальная организационная структура. Факторы, влияющие на формирование организационных структур. Аспекты управленческого контроля.
3.	Этика и современное управление. Управленческая этика, система ценностей. Деловое и управленческое общение.	Общие модели науки управления. Модели бизнес-этики. Этический менеджмент. Три подхода к пониманию проблем социальной ответственности бизнеса и этики управленческих решений. Деловой этикет.
4.	Психология управления. Современные теории мотивации труда. Стиль руководства. Управленческое решение, этапы разработки и принятия. Управление конфликтами и стрессами в коллективе.	Основы управления персоналом. Сущность решения. Направления решений. Процесс принятия и реализации управленческих решений. Виды решений: оперативные, тактические и стратегические. Мотивация деятельности в менеджменте. Основные составляющие мотивационного процесса: потребности, мотив, мотивационная структура, мотивирование, стимулы. Содержательные теории мотивации. Управление конфликтами в организации. Стили разрешения конфликтов. Структурные методы разрешения конфликтов.
	Раздел 2. Самоменеджмент.	
5.	Техника личной работы руководителя. Организация взаимоотношений с сотрудниками. Психологическая устойчивость руководителя как основа нормальной обстановки в коллективе.	Самоменеджмент и формирование имиджа руководителя. Типы руководства предприятием. Технологические функции имиджа. Классификации основ власти. Этапы управления деловой карьерой. Стили лидерства. Правила хорошего тона менеджера. Имидж. Интеллигентность. Речь менеджера.

	Раздел 3. Общие принципы и возможности маркетинга.	
6.	Цели и объекты маркетинговых исследований. Этапы маркетинговых исследований: процедуры, методы, виды маркетинговых исследований, типы и источники получения информации.	Понятие, цели и сущность маркетинга. Цели маркетинга на микро- и макроэкономическом уровне. Эволюция развития маркетинга. Преобразования маркетинга на каждом этапе развития. Основные принципы и функции маркетинга. Ключевые понятия маркетинга. Иерархия потребностей. Типы маркетинга в зависимости от состояния спроса, мотивационные факторы, определяющие выбор товара. Основные элементы маркетинга. Инструментарий маркетинга. Маркетинговая инфраструктура.
7.	Объекты маркетинговых исследований. Исследование товарных рынков: виды рынков, оценка емкости рынка, сегментация рынка. Изучение потребителей. Потребительское поведение. Конкуренция. Оценка конкурентоспособности. Исследование и оценка внутренней среды предприятия.	Определение емкости рынка. Показатели, которые необходимо учитывать при определении емкости рынка. Необходимость определения емкости рынка. Определение доли рынка, принадлежащей фирме. Понятие сегментации рынка. Целевой рынок. Рыночное окно. Рыночная ниша. Сегментация рынка как один из важнейших инструментов маркетинга. Критерии сегментирования рынка. Признак сегментирования рынка. Принципы сегментирования рынка. Выбор целевых сегментов.
8.	Маркетинговое понятие товара. Классификация товаров. Жизненный цикл товара, разработка «товарного портфеля». Этапы разработки новых товаров. Фирменный стиль товара.	Понятие товара и товарной единицы. Три уровня товара. Характеристики товара как фактор, влияющие на стратегию маркетинга. Влияние маркетинга на жизненный цикл товара. Этапы жизненного цикла товара. Маркетинговые мероприятия на каждом этапе жизненного цикла товара. Инновационная политика: понятие, цель структура. Внутренние и внешние мотивы для инноваций. Ассортиментная политика: понятие, функции. Ассортиментный набор выпускаемой продукции. Товарные группы: на виды, подвиды, модификации или марки. 4 группы товаров фирмы: «дойные коровы», «звезды», «трудные дети», «неудачники». Функции упаковки в определении товарной политики.
9.	Сбытовая политика. Виды и функции цен. Методы ценообразования и корректировка цен.	Понятие канала распределения товаров и услуг. Функции посредников. Функции и задачи канала распределения. Функции участников канала распределения. Число уровней канала распределения: Ценообразование на разных типах рынка. Политика ценообразования. Постановка задачи ценообразования. Определение спроса. Анализ цен и издержек конкурентов. Анализ собственных издержек. Выбор метода ценообразования. Виды стратегии ценообразования. Виды ценовой тактики.

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания (при необходимости)	Форма контроля
1.	По рекомендованной литературе изучить и описать функции менеджмента и дать характеристику каждой функции.	Выполнить лабораторную работу и составить отчет.	6	Отчет составить на основе изученного теоретического материала и проделанной лабораторной работы.	Проверка выполнения лабораторных работ.
2.	По рекомендованной литературе изучить различные подходы к менеджменту. Выявить особенности подходов к менеджменту.	Выполнить лабораторную работу и составить отчет.	6	Отчет составить на основе изученного теоретического материала и проделанной лабораторной работы.	Проверка выполнения лабораторных работ.
3	По рекомендованной литературе изучить виды организационных структур управления. Построить организационную структуру предприятия (торгового, промышленного, туристского и т.п.)	Выполнить лабораторную работу и составить отчет.	6	Отчет составить на основе изученного теоретического материала и проделанной лабораторной работы.	Проверка выполнения лабораторных работ.
4	Работа по принятию решений с применением экспертных методов, в том числе мозговой атаки, метода Дельфи, метода суда и метода сценария.	Выполнить лабораторную работу и составить отчет.	6	Отчет составить на основе изученного теоретического материала и проделанной лабораторной работы.	Проверка выполнения лабораторных работ.
5	Выбор стиля руководства. Техника личной работы руководителя. Принятие управленческих решений.	Выполнить лабораторную работу и составить отчет.	6	Отчет составить на основе изученного теоретического материала и проделанной лабораторной работы.	Проверка выполнения лабораторных работ.
6	Выбор руководителя проекта. Разработать критерии выбора руководителя проекта, определить сферы деятельности и задачи руководителя.	Выполнить лабораторную работу и составить отчет.	6	Отчет составить на основе изученного теоретического материала и проделанной лабораторной работы.	Проверка выполнения лабораторных работ.

7	Изучение источников власти и особенностях их использования. Анализ управленческой ситуации: Власть в «мешке».	Выполнить лабораторную работу и составить отчет.	6	Отчет составить на основе изученного теоретического материала и проделанной лабораторной работы.	Проверка выполнения лабораторных работ.
8	Конфликт с руководителем или в коллективе. Описать конфликт в соответствующих терминах.	Выполнить лабораторную работу и составить отчет.	6	Отчет составить на основе изученного теоретического материала и проделанной лабораторной работы.	Проверка выполнения лабораторных работ.
9	Выбрать одну из фирм, дать характеристику ее маркетинговой деятельности. Описать экономическую ситуацию, в которой функционирует фирма, ее маркетинговую инфраструктуру и среду. Ответ обосновать	Выполнить лабораторную работу и составить отчет.	6	Отчет составить на основе изученного теоретического материала и проделанной лабораторной работы.	Проверка выполнения лабораторных работ.
10	Разработать план маркетинговых исследований по поставленной проблеме.	Выполнить лабораторную работу и составить отчет.	6	Отчет составить на основе изученного теоретического материала и проделанной лабораторной работы.	Проверка выполнения лабораторных работ.
11	Выбор стратегии маркетинга. Найти статьи в периодической печати (сети Интернет), которые описывают одну или несколько эталонных стратегий, и дать объяснения поведению фирмы на рынке.	Выполнить лабораторную работу и составить отчет.	6	Отчет составить на основе изученного теоретического материала и проделанной лабораторной работы.	Проверка выполнения лабораторных работ.
12	Разработка, применение и анализ опросного листа для покупателей.	Выполнить лабораторную работу и составить отчет.	8	Отчет составить на основе изученного теоретического материала и проделанной лабораторной работы.	Проверка выполнения лабораторных работ.
13	Итого		74		

6.2. Тематика и задания для практических занятий

Не предусмотрено

6.3. Тематика и задания для лабораторных занятий

1. По рекомендованной литературе изучить и описать функции менеджмента и дать характеристику каждой функции.
2. По рекомендованной литературе изучить различные подходы к менеджменту. Выявить особенности подходов к менеджменту.
3. По рекомендованной литературе изучить виды организационных структур управления. Построить организационную структуру предприятия (торгового, промышленного, туристского и т.п.)
4. Работа по принятию решений с применением экспертных методов, в том числе мозговой атаки, метода Дельфи, метода суда и метода сценария.
5. Выбор стиля руководства. Техника личной работы руководителя. Принятие управленческих решений.
6. Выбор руководителя проекта. Разработать критерии выбора руководителя проекта, определить сферы деятельности и задачи руководителя.
7. Изучение источников власти и особенностях их использования. Анализ управленческой ситуации: Власть в «мешке».
8. Конфликт с руководителем или в коллективе. Описать конфликт в соответствующих терминах.
9. Выбрать одну из фирм, дать характеристику ее маркетинговой деятельности. Описать экономическую ситуацию, в которой функционирует фирма, ее маркетинговую инфраструктуру и среду. Ответ обосновать.
10. Разработать план маркетинговых исследований по поставленной проблеме.
11. Выбор стратегии маркетинга. Найти статьи в периодической печати (сети Интернет), которые описывают одну или несколько эталонных стратегий, и дать объяснения поведению фирмы на рынке.
12. Разработка, применение и анализ опросного листа для покупателей.

6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ (проектов)

Не предусмотрено

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

№ п/п	Наименование	Количество/ссылка на электронный ресурс
		<i>а) основная:</i>
1.	Маркетинг для магистров: Учебник / Под общ. ред. И.М.Синяевой - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с.: 60х90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-9558-0419-4	http://znanium.com/catalog/product/501125
2.	Маркетинг: Учебник / Под ред. Герасименко В.В., - 3-е изд. - М.:Проспект, 2016. - 512 с.: ISBN 978-5-392-19562-6	http://znanium.com/catalog/product/672940
3.	Егоршин, А. П. Эффективный менеджмент организации [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А. П. Егоршин. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 388 с. — (Высшее образование: Магистратура).	http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=939606
4.	Герчикова, И.Н. Менеджмент : учебник / И.Н. Герчикова. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 510 с. : табл., схемы - (Золотой фонд российских учебников). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01095-3 ;	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114981
<i>б) дополнительная:</i>		
5.	Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л.А. Дробышева. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 152 с. : ил. - ISBN 978-5-394-02648-5 ;	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453875
6.	Маркетинг : учебное пособие / О.А. Лебедева, Т.Н. Макарова, Н.А. Скворцова и др. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 125 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-5151-3;	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426545
Периодические издания		
7.	Журнал «Стандарты и качество»	http://www.ria-stk.ru/

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Информационно-образовательные ресурсы:

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>;
2. Официальный сайт министерства образования и науки Российской Федерации <https://минобрнауки.рф/м>.
3. Библиотека ГОСТов. Все ГОСТы, [Электронный ресурс], URL:<http://vsegost.com/>

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС Университетская библиотека онлайн - <http://biblioclub.ru>
2. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com>
3. ЭБС «ZNANIUM.COM» <http://znanium.com>

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

Оборудованные аудитории

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебный корпус «Б», ауд. № 108, 302, 315 (занятия семинарского типа, групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Использование Internet – класса, Б-108, 13 шт. IBM PC Pentium Intel Core i3 с набором необходимого программного обеспечения, использование web-технологий. 2. Использование Internet – класса, Б-302, 13 шт. IBM PC Pentium Intel Core i3 с набором необходимого программного обеспечения, использование web-технологий. 3. Лекционная аудитория Б-315, оснащенная комплексом TCO. Проектор Panasonic PT-LB55NTE XGA, 2500 ANSI Lm, 2.6кг, WiFi, 1-07 Экран настенный рулонный 244x244 (W 236*236, 2510) MW FiberGlass, 1-10; 	Лицензионное программное обеспечение не используется