

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

"БРАТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

_____ Е.И.Луковникова

_____ 08 мая _____ 20 24 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.09.03 Менеджмент и маркетинг

Закреплена за кафедрой **Подъемно-транспортных, строительных и дорожных машин и оборудования**

Учебный план с230501_24_ТТС.plx

23.05.01 Наземные транспортно-технологические средства

Квалификация **Инженер**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Виды контроля в семестрах:

Зачет 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
Неделя	17			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	17	17	17	17
Практические	34	34	34	34
В том числе инт.	16	16	16	16
Итого ауд.	51	51	51	51
Контактная работа	51	51	51	51
Сам. работа	57	57	57	57
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

к.т.н., доц., Герасимов Сергей Николаевич _____

Рабочая программа дисциплины

Менеджмент и маркетинг

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - специалитет по специальности 23.05.01 Наземные транспортно-технологические средства (приказ Минобрнауки России от 11.08.2020 г. № 935)

составлена на основании учебного плана:

23.05.01 Наземные транспортно-технологические средства
утвержденного приказом ректора от 30.01.2024 № 32.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Подъемно-транспортных, строительных и дорожных машин и оборудования

Протокол от 21 марта 2024 г. №9

Срок действия программы: 2024-2029 уч.г.

Зав. кафедрой _____ Зеньков С.А.

Председатель МКФ

доцент, к.т.н., Варданян М.А. _____ № 8 от 02 апреля 2024 г.

Ответственный за реализацию ОПОП _____ Зеньков С.А.

Директор библиотеки _____ Сотник Т.Ф.

№ регистрации _____ 34
(методический отдел)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МКФ

_____ 2025 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры**Подъемно-транспортных, строительных и дорожных машин и оборудования**

Внесены изменения/дополнения (Приложение _____)

Протокол от _____ 2025 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МКФ

_____ 2026 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры**Подъемно-транспортных, строительных и дорожных машин и оборудования**

Внесены изменения/дополнения (Приложение _____)

Протокол от _____ 2026 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МКФ

_____ 2027 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры**Подъемно-транспортных, строительных и дорожных машин и оборудования**

Внесены изменения/дополнения (Приложение _____)

Протокол от _____ 2027 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МКФ

_____ 2028 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры**Подъемно-транспортных, строительных и дорожных машин и оборудования**

Внесены изменения/дополнения (Приложение _____)

Протокол от _____ 2028 г. № ____

Зав. кафедрой _____

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Формирование стратегического мышления, основанного на владении ключевыми инструментами и технологиями менеджмента и маркетинга.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.09.03
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Экономика
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Организация и планирование производства
2.2.2	Расчет и проектирование оборудования предприятий стройиндустрии

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности**

Индикатор 1	УК-10.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.
Индикатор 2	УК-10.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.

ОПК-6: Способен ориентироваться в базовых положениях экономической теории, применять их с учетом особенностей рыночной экономики, принимать обоснованные управленческие решения по организации производства, владеть методами экономической оценки результатов производства, научных исследований, интеллектуального труда.

Индикатор 1	ОПК-6.1 Применяет базовые положения экономической теории с учетом особенностей рыночной экономики.
Индикатор 2	ОПК-6.2 Принимает экономически обоснованные управленческие решения по организации производства.
Индикатор 3	ОПК-6.3 Владеет методами экономической оценки результатов производства, научных исследований и интеллектуального труда.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике;
3.1.2	методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), способы контролировать собственные экономические и финансовые риски;
3.1.3	базовые положения экономической теории с учетом особенностей рыночной экономики; экономически обоснованные управленческие решения по организации производства;
3.1.4	методы экономической оценки результатов производства, научных исследований и интеллектуального труда.
3.2	Уметь:
3.2.1	применять базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике;
3.2.2	применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использовать финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролировать собственные экономические и финансовые риски;
3.2.3	применять базовые положения экономической теории с учетом особенностей рыночной экономики; применять экономически обоснованные управленческие решения по организации производства;
3.2.4	применять методы экономической оценки результатов производства, научных исследований и интеллектуального труда.
3.3	Владеть:
3.3.1	навыками использования базовых принципов функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике;
3.3.2	методами личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использовать финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролировать собственные экономические и финансовые риски;
3.3.3	навыками применения базовых положений экономической теории с учетом особенностей рыночной экономики; навыками применения экономически обоснованных управленческих решений по организации производства;

3.3.4 методами экономической оценки результатов производства, научных исследований и интеллектуального труда.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Вид занятия	Наименование разделов и тем	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел	Раздел 1. Функции и методы менеджмента						
1.1	Лек	Сущность и классификация функций менеджмента	7	2	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	2	Лекция-беседа. УК-10.1,ОПК-6.2
1.2	Лек	Общие (основные) функции управления	7	2	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1,ОПК-6.2
1.3	Пр	Сущность и классификация функций менеджмента	7	2	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	2	Работа в малых группах. УК-10.1,ОПК-6.2
1.4	Пр	Общие (основные) функции управления	7	3	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1,ОПК-6.2
1.5	Пр	Конкретные (специфические) функции управления	7	2	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1,ОПК-6.2
1.6	Пр	Дифференциация и интеграция менеджмента	7	3	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1,ОПК-6.2
1.7	Ср	Изучение материала, выполнение практических заданий.	7	10	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1,ОПК-6.2
1.8	Зачёт	Подготовка к зачету.	7	0			0	УК-10.1,ОПК-6.2
	Раздел	Раздел 2. Процесс принятия и реализации управленческих решений						
2.1	Лек	Алгоритм принятия управленческих решений	7	2	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	2	Лекция-беседа.УК-10.1,ОПК-6.2
2.2	Лек	Процесс принятия управленческих решений	7	2	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1,ОПК-6.2
2.3	Пр	Алгоритм принятия управленческих решений	7	2	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1,ОПК-6.2
2.4	Пр	Процесс принятия управленческих решений	7	2	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1,ОПК-6.2
2.5	Пр	Основная модель принятия решений	7	2	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	2	Работа в малых группах. УК-10.1,ОПК-6.2
2.6	Пр	Моделирование в процессах принятия и реализации управленческих решений.	7	3	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1,ОПК-6.2

2.7	Пр	Классическая, административная, политическая модели принятия решений.	7	3	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1,ОПК-6.2
2.8	Ср	Изучение материала, выполнение практических заданий.	7	10	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1,ОПК-6.2
2.9	Зачёт	Подготовка к зачету.	7	0			0	УК-10.1,ОПК-6.2
	Раздел	Раздел 3. Функции и методы маркетинга.						
3.1	Лек	Сущность, основные понятия маркетинга, его цели и принципы.	7	2	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	2	Лекция-беседа. УК-10.1,ОПК-6.2
3.2	Пр	Сущность, основные понятия маркетинга, его цели и принципы.	7	2	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	2	Работа в малых группах. УК-10.1,ОПК-6.2
3.3	Ср	Изучение материала, выполнение практических заданий.	7	0	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1,ОПК-6.2
3.4	Лек	Функции маркетинга.	7	2	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1,ОПК-6.2
3.5	Пр	Функции маркетинга.	7	2	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	2	Работа в малых группах. УК-10.1, УК-10.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
3.6	Ср	Изучение материала, выполнение практических заданий.	7	0	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
3.7	Лек	Маркетинговая микросреда организации.	7	2	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
3.8	Пр	Маркетинговая микросреда организации.	7	2	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
3.9	Ср	Изучение материала, выполнение практических заданий.	7	10	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
3.10	Зачёт	Подготовка к зачету.	7	0			0	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
	Раздел	Раздел 4. Управление маркетингом.						
4.1	Лек	Стратегия и система маркетинга.	7	1	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	1	Лекция-беседа. УК-10.1, УК-10.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3

4.2	Пр	Стратегия и система маркетинга.	7	2	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
4.3	Ср	Изучение материала, выполнение практических заданий.	7	7	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
4.4	Лек	Организация и деятельность маркетинговой службы предприятия.	7	1	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	1	Лекция-беседа. УК-10.1, УК-10.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
4.5	Пр	Организация и деятельность маркетинговой службы предприятия.	7	2	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
4.6	Ср	Изучение материала, выполнение практических заданий.	7	10	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
4.7	Лек	Маркетинговый контроль.	7	1	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
4.8	Пр	Маркетинговый контроль.	7	2	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
4.9	Ср	Изучение материала, выполнение практических заданий.	7	7	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
4.10	Зачёт	Сдача зачета.	7	3	УК-10 ОПК-6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Образовательные технологии с использованием интерактивных методов обучения (круглый стол (дискуссия))

Образовательные технологии с использованием активных методов обучения (лекция – беседа)

Технология дистанционного обучения (получение образовательных услуг без посещения университета, с помощью современных систем телекомму-никации (электронная почта, Интернет и др.))

Технология коллективного взаимодействия (работа в малых группах) (самостоятельное изучение обучающимися нового материала посредством сотрудничества в малых группах, дает возможность всем участникам участвовать в работе, практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения)

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Контрольные вопросы и задания

Разделы 1-2.

Практическая работа № 1

Контрольные вопросы для самопроверки:

1. Сущность, методы менеджмента;
2. Классификация функций менеджмента.

Практическая работа № 2

Контрольные вопросы для самопроверки:

1. Основные функции менеджмента
2. Характеристики основных функций менеджмента
3. Перечислите общие функции менеджмента

Практическая работа № 3

Контрольные вопросы для самопроверки:

1. Раскрыть классификацию функций управления
2. Что такое общие и конкретные функции управления?

Практическая работа № 4

Контрольные вопросы для самопроверки:

1. Дать определение понятия «дифференциация» и «интеграция».
2. В чем заключается сущность матрицы модели «дифференциация и интеграция»?

Практическая работа № 5

Вопросы к практическому занятию:

1. Опишите алгоритм принятия управленческого решения.
2. Ошибки в процессе принятия решений

Практическая работа № 6

Контрольные вопросы для самопроверки:

1. Какой этап является первым в процессе принятия и реализации управленческих решений?
2. Что называется процессом принятия решений и каковы его основные этапы?
3. Дать понятие проблемы.
4. Что понимается под критериями выбора?
5. Какое решение можно считать оптимальным?

Практическая работа № 7

Контрольные вопросы для самопроверки:

1. Опишите основную модель принятия управленческих решений
2. Раскройте понятие «оцениваемые альтернативы действий».
3. Что такое результаты альтернатив действий и выбор одной альтернативы действий?
4. Опишите состояние внешней среды и ее влияние на принятие управленческого решения.
5. Опишите значение целевой функции в принятии решений.
6. Назовите факторы (детерминанты) решения: первичные и вторичные.

Практическая работа № 8

Контрольные вопросы для самопроверки:

1. Какова роль моделирования в процессах принятия управленческих решений?
2. Какие методы построения многофункциональной модели вы знаете?

Практическая работа № 9

Контрольные вопросы для самопроверки:

1. Классическая модель принятия управленческих решений.
2. Административная (дескриптивная) модель принятия управленческих решений.
3. Политическая модель принятия управленческих решений.

Разделы 3-4.

Практическая работа № 1

Контрольные вопросы для самопроверки:

1. Цели, задачи, принципы маркетинга;
2. Виды и функции маркетинга;
3. Эволюция концепций маркетинга;
4. Понятие, цели и задачи маркетинговых исследований.

Практическая работа № 2

Контрольные вопросы для самопроверки:

1. Методы сбора первичной маркетинговой информации;
2. Виды маркетинговых исследований;
3. Основные понятия и принципы исследования потребителей;
4. Подходы к изучению поведения.

Практическая работа № 3

Задание 1. Указать, какие из приведенных функций выполняют следующие агенты:

- а) агенты производителей;
- б) сбытовые агенты;
- в) торговцы на комиссии.

По условиям договора отвечают за маркетинг всей продукции производителей, превращают в маркетинговые подразделения производителей (поставщиков), имеют полномочия вести переговоры по ценам и условиям реализации. Работают на нескольких производителей, имеют дело с неконкурирующими дополняющими товарами с исключительным правом сбыта на определенной территории.

Получают товары на принципах консигнации от производителей, собирают их с местных рынков и организуют их сбыт.

Задание 2. Укажите, к каким из приведенных методов прогнозирования сбыта относятся следующие определения:

Методы:

1. Простой анализ тренда.
2. Метод последовательных соотношений.
3. Метод наращивания рынка.

Определение:

- а) фирма начинает с общей информации о рынке и рассчитывает набор более конкретных данных о нем;
- б) фирма собирает данные с небольших отдельных сегментов рынка и агрегирует их;
- в) фирма прогнозирует сбыт на основе недавних или текущих показателей.

Практическая работа № 4

Цель: закрепление практических вопросов по теме: «Стратегия и система маркетинга».

Практическая работа № 5

Выберите 5-6 торговых марок, представленных на одном рынке, проанализируйте показатели их силы (расшифровка показателей представлена ниже) и составьте рейтинг марок по уменьшению показателя силы.

Практическая работа № 6

Контрольные вопросы для самопроверки:

1. Какие параметры оцениваются при неэкономическом контроле маркетинговой деятельности?
2. Что является целью стратегического контроля?
3. Почему контроль информации выделяется в самостоятельный вид контроля?
4. Чем контроль результатов отличается от маркетинг-аудита?
5. Какие параметры оцениваются при контроле мероприятий?
6. Какие управленческие решения могут быть приняты по результатам проведения контроля организационных процессов и структур?

6.2. Темы письменных работ

Учебным планом не предусмотрено.

6.3. Фонд оценочных средств

Вопросы к зачету:

1. Функции и методы менеджмента.
 - 1.1. Дайте определение термина «менеджмент».
 - 1.2. Основные школы управления.
 - 1.3. Развитие менеджмента в России.
 - 1.4. Понятие организации, их виды.
 - 1.5. Сущность управленческой деятельности.
 - 1.6. Уровни управления.
 - 1.7. Объект и субъект управления.
 - 1.8. Структура и формы организации.
 - 1.9. Типы организационных структур.
 - 1.10. Функции менеджмента.
 - 1.11. особенности функций менеджмента.
 - 1.12. Классификация функций менеджмента.
 - 1.13. Основные функции менеджмента и их характеристики.
 - 1.14. Общие функции менеджмента.
 - 1.15. Содержание функций дифференциации управления и их значение в менеджменте.
 - 1.16. Что такое распределение полномочий в менеджменте?
 - 1.17. Содержание функций интеграции и их роль в менеджменте.
 - 1.18. Значение дифференциации и интеграции в менеджменте.
 - 1.19. Проблемы комбинации и обособления функций менеджмента.
- Раздел 2. Процесс принятия и реализации управленческих решений.
 - 2.1. Понятие и виды управленческих решений. Признаки решения, субъекты и объекты.
 - 2.2. Классификация управленческих решений.
 - 2.3. Сущность управленческих решений и формы их реализации.
 - 2.4. Качество управленческих решений. Оценка уровня качества и факторы, влияющие на него.
 - 2.5. Проблемы, возникающие при принятии управленческих решений, их структура, предмет, объект, субъект, цели.
 - 2.6. Формы разработки управленческих решений.
 - 2.7. Формы реализации управленческих решений.
 - 2.8. Методология разработки управленческих решений. Принципы успешного решения проблем.
 - 2.9. Системный анализ в принятии управленческих решений. Его отличия от традиционного анализа.
 - 2.10. Инструменты принятия решений и анализа, используемые на различных стадиях разработки управленческого решения.
 - 2.11. Принципы организации разработки управленческих решений. Функции руководителя, системного аналитика в организации разработки. Картотека проблемных ситуаций.
 - 2.12. Типовые этапы разработки управленческого решения.
 - 2.13. Моделирование процесса разработки управленческого решения, его положительные и отрицательные особенности.
 - 2.14. Функции, процедуры и операции при разработке управленческих решений.
 - 2.15. Организация разработки и выполнения управленческих решений.
 - 2.16. Процедуры согласования решения при разработке управленческих решений.
 - 2.17. Процедуры принятия решения при разработке управленческих решений.
 - 2.18. Процедуры утверждения решения при разработке управленческих решений.
 - 2.19. Процедуры организации выполнения решения при разработке управленческих решений.
 - 2.20. Социально-психологические основы разработки управленческих решений.
 - 2.21. Роль человеческого фактора в процессе разработки управленческого решения. Влияние темперамента, разновидности авторитета руководителя.
 - 2.22. Этические основы разработки управленческих решений.
 - 2.23. Понятие риска и неопределенности в принятии управленческих решений, их классификация, виды рисков.
 - 2.24. Риск на различных уровнях принятия решения. Особенности принятия управленческих решений в условиях риска.
 - 2.25. Использование деревьев решений в принятии управленческих решений.

2.26. Задача о назначениях и управленческие ситуации для ее применения.

2.27. Методы экспертизы в разработке управленческих решений.

2.28. Деловые игры в принятии управленческих решений.

Раздел 3. Функции и методы маркетинга.

1.1. Основные понятия и предпосылки возникновения маркетинга;

1.2. Цели, задачи, принципы маркетинга;

1.3. Виды и функции маркетинга;

1.4. Эволюция концепций маркетинга;

1.5. Понятие, цели и задачи маркетинговых исследований;

1.6. Характеристика системы маркетинговой информации;

1.7. Процесс маркетинговых исследований;

1.8. Методы сбора первичной маркетинговой информации;

1.9. Виды маркетинговых исследований;

1.10. Основные понятия и принципы исследования потребителей;

1.11. Подходы к изучению поведения потребителей;

1.12. Понятие и критерии сегментации рынка;

1.13. Основные этапы целевого маркетинга. Оценка и выбор целевых рынков;

1.14. Позиционирование товара. Стратегии позиционирования;

1.15. Определение конкуренции, конкурентного преимущества и факторы, влияющие на силу конкуренции;

1.16. Условия рынка чистой конкуренции;

1.17. Характеристики рынка олигопольной структуры, разновидности олигополии, способы конкурентного поведения;

1.18. Характеристики рынка монополистической конкуренции. Условия реализации стратегии дифференциации. Понятие рыночной силы организации;

1.19. Характеристики рынка монопольной структуры;

1.20. Расширенная концепция соперничества Портера;

1.21. Процесс маркетинговых исследований конкурентов;

1.22. Понятие и содержание конкурентоспособности

Раздел 4. Управление маркетингом.

2.1. Понятие комплекса маркетинга;

2.2. Понятие и виды товара. Уровни товара;

2.3. Виды маркетинговой деятельности в товарной политике;

2.4. Создание и оптимизация товарного ассортимента;

2.5. Товарная (торговая) марка: значение, элементы. Понятие «бренд»;

2.6. Упаковка и маркировка товара: функции и требования к упаковке;

2.7. Жизненный цикл товара;

2.8. Маркетинговые продуктовые стратегии;

2.9. Цена: понятие, факторы ценообразования. Методы ценообразования;

2.10. Стратегии ценообразования;

2.11. Факторы чувствительности покупателей к уровню цен;

2.12. Сбытовая сеть: структура, и функции;

2.13. Понятие и виды посреднических организаций;

2.14. Сбытовая политика предприятия;

2.15. Система маркетинговых коммуникаций. Целевые аудитории коммуникации предприятия;

2.16. Определение, преимущества и недостатки персональных продаж и стимулирования сбыта;

2.17. Этапы личной продажи продукта;

2.18. Механизм стимулирования сбыта;

2.19. Определение, преимущества и недостатки рекламы и публичных рилейшнз;

2.20. Этапы проведения работы по связям с общественностью;

2.21. Рекламная кампания: понятие, виды, этапы проведения;

2.22. Коммуникационная стратегия на предприятии;

2.23. Этапы маркетингового планирования;

2.24. Характеристика основных маркетинговых стратегий;

2.25. Контроль в маркетинге;

2.26. Организационные структуры управления маркетингом на предприятии;

2.27. Алгоритм внедрения маркетинга;

2.28. Особенности международного маркетинга.

6.4. Перечень видов оценочных средств

Вопросы к зачету, контрольные вопросы и задания для самопроверки.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Кол-во	Эл. адрес
--	---------	----------	---------------	--------	-----------

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Кол-во	Эл. адрес
Л1. 1	Сергеева Е. А., Брысаев А. С.	Менеджмент и Маркетинг. Ч. 1. Основы менеджмента: учебное пособие	Казань: Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2010	1	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259050
Л1. 2	Шиловский В. Н., Питухин А. В., Костюкевич В. М.	Маркетинг и менеджмент технического сервиса машин и оборудования: учебное пособие	Санкт-Петербург: Лань, 2021	1	https://e.lanbook.com/book/168753

7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Кол-во	Эл. адрес
Л2. 1	Герчикова И. Н.	Менеджмент: учебник	Москва: Юнити, 2017	1	https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684936
Л2. 2	Калужский М. Л.	Маркетинг: учебник	Москва Берлин: Директ-Медиа, 2021	1	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598991

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	http://irbis.brstu.ru/CGI/irbis64r_15/cgiirbis_64.exe?LNG=&C21COM=F&I21DBN=BOOK&P21DBN=BOOK&S21CNR=&Z21ID= .				
Э2	http://ecat.brstu.ru/catalog .				
Э3	http://biblioclub.ru .				
Э4	http://e.lanbook.com .				

7.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN No Level
7.3.1.2	Microsoft Office 2007 Russian Academic OPEN No Level
7.3.1.3	Adobe Acrobat Reader DC

7.3.2 Перечень информационных справочных систем

7.3.2.1	Издательство "Лань" электронно-библиотечная система
7.3.2.2	«Университетская библиотека online»
7.3.2.3	Электронный каталог библиотеки БрГУ
7.3.2.4	Электронная библиотека БрГУ
7.3.2.5	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU
7.3.2.6	Национальная электронная библиотека НЭБ
7.3.2.7	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудитория	Назначение	Оснащение аудитории	Вид занятия
2128а	Учебная аудитория (мультимедийный класс)	Основное оборудование: - Проектор мультимедийный «CASIO» XJ-UT310WN с настенным креплением CASIO YM-88-1шт.; - Интерактивная доска Promethean 88 ActivBoard Touch Dry Erase 6 касаний с настенным креплением и программным обеспечением Promethean ActivInspire1-шт.; - Монитор LGL1953S-SF -1шт.; - Системный блок (AMD 690G,mANX,HDD Seagate 250Gb, DIMM DDR//2*512Mb, DVDRV,FDD-1шт. Дополнительно: Маркерная доска – 1 шт. Учебная мебель: Комплект мебели (посадочные места) – 30 шт. Комплект мебели (посадочное место/АРМ для преподавателя) – 1/1 шт.	Лек

2131	Учебная аудитория (дисплейный класс)	Основное оборудование: - Автоматизированное рабочее место Моноблок Aguarius Mnb Pro T584 R52 (23.8"/i7_8700T/D4_8G/VINT/SSD10 00/SB/NIC/WiFi/KM/AstraCE – 16 шт. - Принтер HP LG P2015 - 1 шт.; - Сканер HP 3770- 1 шт; - Сплитер Roline- 1 шт; - Коммутатор D-Link DES-1008D/E- 1 шт; - Компьютерный тренажёр одноковшового гидравлического экскаватора Digger Zaxis 240- 1 шт. Дополнительно: Меловая доска – 1 шт. Учебная мебель: Комплект мебели (посадочные места / АРМ) – 15/15 шт. Комплект мебели (посадочное место/АРМ) для преподавателя – 1/1 шт. (ПК Системный блок Athlon64x2 5000+Монитор LGL1953S-SF)	Пр
2201	читальный зал №1	Комплект мебели (посадочных мест) Стеллажи Комплект мебели (посадочных мест) для библиотекаря Выставочные шкафы ПК i5-2500/H67/4Gb (монитор TFT19 Samsung) (10шт.); принтер HP Laser Jet P2055D (1шт.)	Ср

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Работа на лекциях: ведение конспекта лекционного материала для успешного использования его при подготовке к зачету, закреплению и расширения теоретических знаний. После проработки лекционного материала обучающийся должен четко владеть следующими аспектами по каждой лекции:

- знать тему;
- четко представлять план лекции;
- уметь выделять основное, главное;
- усвоить значение примеров и иллюстраций.

Работа на практических занятиях заключается в выработки практических умений и приобретения навыков в решении задач, разработке и оформлении документов; закреплении отдельных аспектов проблемы в дополнение к лекционному материалу. На практических занятиях приветствуются домашние заготовки в виде презентаций, материалов по темам выступлений на «круглых столах».

Цели практических занятий:

- расширение и углубление знаний по важнейшим проблемам дисциплины;
- закрепление знаний и умений излагать сущность анализируемых явлений и процессов;
- формирование навыков аналитической работы обучающихся.

Самостоятельная работа по менеджменту выполняет функцию закреплению, повторения изученного материала.

Выполнение самостоятельной работы способствует углублению знаний и более успешному формированию умений и навыков, связанных с изучением конкретных тем.

Характер самостоятельной работы: подготовка устных сообщений по темам в рамках лекционного материала; решение задач, которые выполняются по заданию и при методическом руководстве преподавателя, а также без его непосредственного участия. Правильное выполнение заданий по самостоятельной работе развивает способности самостоятельно работать с информацией, используя учебную и научную литературу. Самостоятельная работа дисциплинирует обучающихся, развивает произвольное внимание и совершенствует навыки целесообразного восприятия. Всё это позволят обучающимся приобрести навыки профессионального мастерства, самостоятельно подбирать информационные источники, формулировать основные стратегии менеджмента, управлять новой информацией и знаниями, эффективно и толерантно взаимодействовать со специалистами из других областей, находить оптимальное решение в решении управленческих задач.