Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Курганский государственный университет»
(КГУ)
Институт экономики и права

Кафедра «Государственное и муниципальное управление, внешнеэкономическая деятельность и менеджмент»

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор
по образовательной
и международной деятельности
_____ / А.А. Кирсанкин /
«____»_____ 2025 г.

Рабочая программа учебной дисциплины
ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата
54.03.01– Дизайн
Направленность «Графический дизайн»

Форма обучения: очная, очно-заочная

Курган 2025

Рабочая программа дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» составлена в соответствии с учебными планами по программе бакалавриата «Дизайн» (Графический дизайн), утвержденными:

- для очной формы обучения «27» июня 2025года.
- для очно-заочной формы обучения «27» июня 2025года.

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры «Государственное и муниципальное управление, внешнеэкономическая деятельность и менеджмент» «01» сентября 2025года, протокол №1 .

Рабочую программу составил
доцент, к.э.н. Е.Н. ИЛЬЧЕНКО

Согласовано:

Заведующий кафедрой
«Государственное и муниципальное
управление, внешнеэкономическая
деятельность и менеджмент»,
доцент, д-р экон. наук О.Е. ВАСИЛЬЕВА

Заведующий кафедрой
«Профессиональное обучение,
технология и дизайн»
доцент, к.т.н. С.А. ЛЁГКИХ

Специалист
по учебно-методической работе
Учебно-методического отдела Г.В. КАЗАНКОВА

Начальник Управления
образовательной деятельности И.В. ГРИГОРЕНКО

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Всего: 2 зачетных единиц трудоемкости (72 академических часов)

Очная, очно-заочная формы обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		8
Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов в том числе:	**12**	**12**
Лекции	4	4
Практические занятия	8	8
Самостоятельная работа, всего часов в том числе:	**60**	**60**
Подготовка к зачету	18	18
Другие виды самостоятельной работы (самостоятельное изучение тем (разделов) дисциплины)	42	42
Вид промежуточной аттестации	**Зачет**	**Зачет**
Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов	**72**	**72**

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» относится к части формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

Изучение дисциплины базируется на результатах обучения, сформированных при изучении следующих дисциплин: «Экономика», «Психология», «Профессиональная этика».

Результаты обучения по дисциплине необходимы для освоения последующих дисциплин: «Организация проектной деятельности».

Требования к входным знаниям, умениям, навыкам и компетенциям:

- владение навыками разговорно-бытовой речи;
- понимание устной (монологической и диалогической) речи на бытовые и общекультурные темы;
- владение наиболее употребительной грамматикой и основными грамматическими явлениями, характерными для устной и письменной речи повседневного общения;
- знание базовой лексики, представляющей стиль повседневного и общекультурного общения;
- освоение следующих компетенций на уровне не ниже порогового: УК-10 (Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности).

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Целью освоения дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» является формирование у обучающихся основополагающих знаний, умений и навыков в области управления организацией (предприятием).

Задачами дисциплины являются:

– изучение теоретико-методических основ и практики в области менеджмента и маркетинга;

– освоение понятийного аппарата, терминологии, определений и формулировок, используемых в современной практике управления организацией, в том числе и управление маркетингом;

– выработка практических навыков принятия управленческих решений.

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- Способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-10).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

- знать основы научного управления организацией в рыночных условиях; методы разработки и принятия управленческих решений; приемы комплексного исследования рынка; особенности разработки стратегии

маркетинга; зарубежный опыт управления, нормативно правовые акты в области маркетинга и управления предприятием (организацией) (для УК-10);

- формулировать цели, стоящие перед организацией; анализировать ситуацию и среду функционирования системы управления; руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности и принимать эффективные управленческие решения (для УК-10);

- методами, способами, инструментами управления в коллективе; приемами маркетинговых исследований; методами разработки и принятия управленческих решений на основе нормативных правовых актов; зарубежной терминологией в области менеджмента и маркетинга (для УК-10).

Индикаторы и дескрипторы части соответствующей компетенции, формируемой в процессе изучения дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга», оцениваются при помощи оценочных средств.

Планируемые результаты обучения по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга», индикаторы достижения компетенций УК-10, перечень оценочных средств

Код индикатора достижения компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Код планируемого результата обучения	Планируемые результаты обучения
ИД-1 $_{УК-10}$	Знать: основы научного управления организацией в рыночных условиях; методы разработки и принятия управленческих решений; приемы комплексного исследования рынка; особенности разработки стратегии маркетинга; зарубежный опыт управления, нормативно правовые акты в области маркетинга и управления предприятием (организацией)	З (ИД-1 $_{УК-10}$)	Знает: основы научного управления организацией в рыночных условиях; методы разработки и принятия управленческих решений; приемы комплексного исследования рынка; особенности разработки стратегии маркетинга; зарубежный опыт управления, нормативно правовые акты в области маркетинга и управления предприятием (организацией)
ИД-2 $_{УК-10}$	Уметь: формулировать цели, стоящие перед организацией; анализировать ситуацию и среду функционирования системы управления; руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности и принимать эффективные управленческие решения	У (ИД-2 $_{УК-10}$)	Умеет: формулировать цели, стоящие перед организацией; анализировать ситуацию и среду функционирования системы управления; руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности и принимать эффективные управленческие решения
ИД-3 $_{УК-10}$	Владеть: навыками применения методов, способов, инструментов управления в коллективе; приемов маркетинговых исследований; методов разработки и принятия управленческих решений на основе нормативных правовых актов; зарубежной терминологией в области менеджмента и маркетинга	В (ИД-3 $_{УК-10}$)	Владеет: навыками применения методов, способов, инструментов управления в коллективе; приемов маркетинговых исследований; методов разработки и принятия управленческих решений на основе нормативных правовых актов; зарубежной терминологией в области менеджмента и маркетинга

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Учебно-тематический план

Очная, очно-заочная форма обучения

Рубеж	Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Количество часов контактной работы с преподавателем	
			Лекции	Практические занятия
Рубеж 1	1	Сущность и содержание маркетинга	0,5	-
	2	Комплексное изучение рынка	0,5	2
	3	Маркетинг в различных сферах деятельности	0,5	-
	4	Управление маркетинговой деятельностью	0,5	-
	Рубежный контроль № 1		-	2
Рубеж 2	5	Сущность и содержание менеджмента	0,5	-
	6	Разработка и принятие управленческих решений	0,5	2
	7	Мотивация в системе менеджмента	0,5	-
	8	Управление конфликтами и стрессами	0,5	-
	Рубежный контроль № 2		-	2
Всего:			**4**	**8**

4.2. Содержание лекционных занятий

Тема 1. Сущность и содержание маркетинга

Понятие маркетинга, его классификация, цели, принципы и функции; этапы развития и концепции; маркетинговая среда

Тема 2. Комплексное изучение рынка

комплекс маркетинга; сегментация рынка и позиционирование товара; теория потребностей; товарный маркетинг; сбытовой маркетинг; ценовая политика; маркетинговые исследования

Тема 3. Маркетинг в различных сферах деятельности

Особенности производственного маркетинга, маркетинга услуг, маркетинга интеллектуального продукта.

Тема 4. Управление маркетинговой деятельностью

Управление маркетинговой деятельностью; комплекс маркетинга; стратегическое планирование в системе управления маркетингом.

Тема 5. Сущность и содержание менеджмента

Понятие менеджмента, его классификация, цели, принципы и функции. Этапы развития и концепции. Лидерство и власть в системе менеджмента.

Тема 6. Разработка и принятие управленческих решений

Решение как основа процесса управления. Процесс разработки и принятия управленческого решения. Методы разработки и принятия управленческого решения. Управленческие решения и ответственность.

Тема 7. Мотивация в системе менеджмента

Основные теоретические концепции мотивации труда: содержательные и процессуальные. Управление мотивацией персонала.

Тема 8. Управление конфликтами и стрессами

Конфликт: причины возникновения, типы, последствия. Управление конфликтами. Роль руководителя в разрешении конфликта. Понимание природы стресса.

4.3. Практические занятия

Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Наименование практического занятия	Норматив времени, час.
			Очно-заочная форма обучения
2	Комплексное изучение рынка	Практическое задание «Комплексное исследование рынка»	2
		Рубежный контроль № 1	2
6	Разработка и принятие управленческих решений	Практическое задание «Разработка и принятие управленческих решений»	2
		Рубежный контроль № 2	2
		Всего:	**8**

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

При прослушивании лекций рекомендуется в конспекте отмечать все важные моменты, на которых заостряет внимание преподаватель, в частности те, которые направлены на качественное выполнение соответствующего практического задания.

Преподавателем запланировано использование при чтении лекций презентационных технологий и технологии учебной дискуссии. Поэтому рекомендуется фиксировать все слайд-материалы, а также интересные для себя моменты с целью их активного обсуждения на дискуссии в конце лекции.

Залогом качественного выполнения практических занятий является самостоятельная подготовка к ним накануне путем повторения материалов лекций. Рекомендуется подготовить вопросы по неясным моментам и обсудить их с преподавателем в начале практических занятий.

Преподавателем запланировано применение на практических занятиях технологий развивающейся кооперации (интегратора), коллективного взаимодействия, разбора конкретных ситуаций. Поэтому приветствуется групповой метод выполнения практических работ, а также взаимооценка и обсуждение результатов.

Для текущего контроля успеваемости по очной и очно-заочной формам обучения преподавателем используется балльно-рейтинговая система контроля и оценки академической активности. Поэтому настоятельно рекомен-

дуется тщательно прорабатывать материал дисциплины при самостоятельной работе, участвовать во всех формах обсуждения и взаимодействия, как на лекциях, так и на практических занятиях в целях лучшего освоения материала и получения высокой оценки по результатам освоения дисциплины.

Выполнение самостоятельной работы подразумевает самостоятельное изучение разделов дисциплины, подготовку к практическим занятиям, к рубежным контролям (очной, очно-заочной форм обучения) и подготовку к зачету.

Рекомендуемая трудоемкость самостоятельной работы представлена в таблице:

Рекомендуемый режим самостоятельной работы

Наименование вида самостоятельной работы	**Рекомендуемая трудоемкость, акад. час.**
	Очная, очно-заочная форма обучения
Самостоятельное изучение тем дисциплины:	**34**
Тема 1. Сущность и содержание маркетинга	6
Тема 2. Комплексное изучение рынка	6
Тема 3. Маркетинг в различных сферах деятельности	4
Тема 4. Сущность и содержание менеджмента	6
Тема 5. Разработка и принятие управленческих решений	6
Тема 6. Мотивация в системе менеджмента	6
Подготовка к практическим занятиям (по 2 часа на каждое занятие)	**4**
Подготовка к рубежным контролям (по 2 часа на каждый рубеж для очной и очно-заочной форм обучения)	**4**
Подготовка к зачету	**18**
Всего:	**60**

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень оценочных средств

1. Балльно-рейтинговая система контроля и оценки академической активности обучающихся в КГУ (для очной и очно-заочной форм обучения).
3. Банк заданий к рубежным контролям № 1, № 2 (для очной и очно-заочной форм обучения).
4. Перечень вопросов к зачету.
6. Задания к практическим занятиям.

6.2. Система балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся по дисциплине

№	Наименование	Содержание

1	**Распределение баллов за семестры по видам учебной работы, сроки сдачи учебной работы (доводятся до сведения обучающихся на первом учебном занятии)**	**Очная, Очно-заочная форма обучения**					
		Распределение баллов за 8 семестр					
		Балльная оценка:	5 баллов х 2 занятия 10 баллов	Максимум 20 баллов в зависимости от активности	Максимум 10 баллов в зависимости от результата	Максимум 10 баллов в зависимости от результата	Зачет 30 баллов
		Примечания:	За прослушанные лекции Максимум 10	2 занятия Максимум 40	На 8-й неделе Максимум 10	На 16-й неделе Максимум 10	
2	Критерий пересчета баллов в традиционную оценку по итогам работы в семестре и зачета	60 и менее баллов – незачтено; 61 и более баллов- зачтено.					
3	Критерии допуска к промежуточной аттестации, возможности получения автоматического зачета (экзаменационной оценки) по дисциплине, возможность получения бонусных баллов	Для допуска к промежуточной аттестации по дисциплине за семестр обучающийся должен набрать по итогам текущего и рубежного контролей не менее 51 балла. В случае если обучающийся набрал менее 51 балла, то к аттестационным испытаниям он не допускается. Для получения экзаменационной оценки автоматом, без проведения процедуры промежуточной аттестации обучающемуся необходимо набрать в ходе текущего и рубежных контролей не менее 61 балла. В этом случае итог балльной оценки, получаемой обучающимся, определяется по количеству баллов, набранных им в ходе текущего и рубежных контролей. При этом, на усмотрение преподавателя, балльная оценка обучающегося может быть повышена за счет получения дополнительных баллов за академическую активность. Обучающийся, имеющий право на получение оценки без проведения процедуры промежуточной аттестации, может повысить ее путем сдачи аттестационного испытания. В случае получения обучающимся на аттестационном испытании 0 баллов итог балльной оценки по дисциплине не снижается. За академическую активность в ходе освоения дисциплины, участие в учебной, научно-исследовательской, спортивной, культурно-творческой и общественной деятельности обучающемуся могут быть начислены дополнительные баллы. Максимальное количество дополнительных баллов за академическую активность составляет 30. Основанием для получения дополнительных баллов являются: - выполнение дополнительных заданий по дисциплине; дополнительные баллы начисляются преподавателем; - участие в течение семестра в учебной, научно-исследовательской, спортивной, культурно-творческой и общественной деятельности КГУ.					

4	Формы и виды учебной работы для неуспевающих (восстановившихся на курсе обучения) обучающихся для получения недостающих баллов в конце семестра	В случае если к промежуточной аттестации (зачет) набрана сумма менее 51 балла, обучающемуся необходимо набрать недостающее количество баллов за счет выполнения дополнительных заданий, до конца последней (зачетной) недели семестра. Ликвидация академических задолженностей, возникших из-за разности в учебных планах при переводе или восстановлении, проводится путем выполнения дополнительных заданий, форма и объем которых определяется преподавателем.

6.3. Процедура оценивания результатов освоения дисциплин

Перед проведением каждого рубежного контроля преподаватель прорабатывает с обучающимися основной материал соответствующих разделов дисциплины в форме краткой лекции-дискуссии.

Рубежные контроли № 1 и № 2 проводятся в форме письменного тестирования. Варианты тестовых заданий состоят из 25 вопросов. Каждое правильно выполненное тестовое задание оценивается в 0,4 балла (0,4 балла × 25 заданий = 10 баллов). На тестирование при рубежном контроле отводится время не менее 75 минут.

Преподаватель оценивает выполнение рубежных контролей в баллах у каждого обучающегося по количеству правильных ответов и заносит в ведомость учета текущей успеваемости.

Зачет проводится в форме тестирования по заранее представленным вопросам. В тесте содержится 30 вопросов, каждый из которых оценивается в 1 балл (максимально за зачет можно получить 30 баллов). Время, отводимое обучающемуся на сдачу зачета, составляет не менее 60 минут.

Результаты текущего контроля успеваемости и зачета заносятся преподавателем в зачетную ведомость, которая сдается в организационный отдел института в день зачета, а также выставляются в зачетную книжку обучающегося.

6.4. Примеры оценочных средств для рубежных контролей и зачета

Примерные тестовые задания для рубежного контроля № 1 по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга»

1 Концепция _____ основанная на утверждении о том, что потребитель отдаст предпочтение товарам, которые широко распространены и доступны по цене.

а) маркетинга;

б) совершенствования производства;

в) интенсификации коммерческих усилий;

г) совершенствования товаров.

2 К достоинствам личных продаж относятся …

а) охват массового рынка;

б) возможности диалога и обратной связи с покупателями;

в) невысокие удельные затраты на одного потенциального покупателя;

г) избирательность и адаптивность к характеристикам покупателей.

3 К производственным функциям маркетинга относится…

а) анализ макро- и микросреды фирмы;

б) изучение рынка, конкурентов, потребителей товаров, цен и коммуникаций;

в) изучение социально-экономического положения в стране;

г) организация производства новых товаров, технологий, материально – технического снабжения.

Примерные тестовые задания для рубежного контроля № 2 по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга»

1 Состояние управляемой системы, возникшее в силу ряда конкретных условий и обстоятельств – это управленческая

а) проблема;

б) ситуация;

в) обстановка.

2 Ведущее противоречие цели и ситуации, требующее первоочередного разрешения называется _____

3 Отличительной особенностью управленческих решений является

а) целенаправленность;

б) наличие выбора;

в) масштаб и последствия;

г) профессионализм;

д) разделение труда.

Примерные контрольные вопросы для проведения промежуточной аттестации (зачета) по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга»

1. Понятие и сущность менеджмента.
2. Основные принципы менеджмента.Функции менеджмента: понятие, классификация, содержание общих функций менеджмента.
3. Классификация и общая характеристика методов управления.
4. Понятие власти и ее основные формы.
5. Управленческое решение: стадии, технология разработки и принятия управленческого решения.
6. Маркетинг в рыночной экономике: понятие и типы маркетинга, его место в рыночной экономике.
7. Сегментация рынка: цели и признаки сегментации рынка. Макро – и микро сегментация рынка.
8. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Задачи и методы формирования спроса.
9. Роль, значение, виды рекламы. Особенности рекламы товаров различного назначения.
10. Маркетинговые исследования товарного рынка: оценка конъюнктуры рынка, определение емкости рынка и рыночной доли организаций.

Примерные темы рефератов, для неуспевающих обучающихся,

по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга»

1. Реклама как инструмент маркетинга
2. Паблик рилейшнз как элемент системы маркетинговых коммуникаций
3. Личные продажи – элемент маркетинговых коммуникаций
4. Некоммерческий маркетинг
5. Маркетинг интеллектуального продукта
6. Системный подход в управлении организацией.
7. Особенности и тенденции развития современного менеджмента в России.
8. Социально-психологические проблемы управления.
9. Деловое общение и культурная грамотность менеджера.
10. Ответственность руководителя при разработке и реализации управленческого решения.

6.5. Фонд оценочных средств

Полный банк заданий для текущего, рубежных контролей и промежуточной аттестации по дисциплине, показатели, критерии, шкалы оценивания компетенций, методические материалы, определяющие процедуры оценивания образовательных результатов, приведены в учебно-методическом комплексе дисциплины.

7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

7.1. Основная учебная литература

1 Райченко, А. В. Общий менеджмент : учебник / А.В. Райченко. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 384 с. - Доступ из ЭБС «Znanium.com».

2 Виханский, О. С. Менеджмент: Учебник / Виханский О.С., Наумов А.И., - 6-е изд., перераб. и доп - Москва :Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2024. - 656 с. - Доступ из ЭБС «Znanium.com».

3 Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю.Н. Егоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 292 с.

4 Басовский, Л. Е. Маркетинг : учеб. пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 233 с. - Доступ из ЭБС «Znanium.com».

7.2. Дополнительная учебная литература

1 Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л. А. Дробышева. - 5-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2021. — 150 с. - Доступ из ЭБС «Znanium.com».

2 Гришина, В. Т. Маркетинговые исследования: Практикум / В.Т. Гришина. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2023. - 58 с.: – 80 с. - Доступ из ЭБС «Znanium.com».

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

1. Методические указания к выполнению практических работ.

9. РЕСУРСЫ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1 www.kgsu.ru – ЭБС Курганского государственного университета

2 www.studentlibrary.ru – ЭБС «Консультант обучающийсяа»

3 www.znanium.com – Электронно-библиотечная система «Znanium.com»

10. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1. ЭБС «Лань»
2. ЭБС «Консультант студента»
3. ЭБС «Znanium.com»
4. «Гарант» - справочно-правовая система

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение по реализации дисциплины осуществляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данной образовательной программе.

12. ДЛЯ ОБУЧАЮЩИЙСЯОВ, ОБУЧАЮЩИХСЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

При использовании электронного обучения (ЭО) и дистанционных образовательных технологий (ДОТ) занятия полностью или частично проводятся в режиме онлайн. Объем дисциплины и распределение нагрузки по видам работ соответствует п. 4.1. Распределение баллов соответствует п. 6.2 либо может быть изменено в соответствии с решением кафедры, в случае перехода на ЭО и ДОТ в процессе обучения. Решение кафедры об используемых технологиях и системе оценивания достижений обучающихся принимается с учетом мнения ведущего преподавателя и доводится до обучающихся.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Основы менеджмента и маркетинга»

образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата
54.03.01. – Дизайн
Направленность «Графический дизайн»

Трудоемкость дисциплины: 2 ЗЕ (72 академических часа).
Семестр: 8 семестр (очная, очно- заочная формы обучения)

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Содержание дисциплины:

Сущность и содержание маркетинга. Комплексное изучение рынка. Маркетинг в различных сферах деятельности. Управление маркетинговой деятельностью. Сущность и содержание менеджмента. Разработка и принятие управленческих решений. Мотивация в системе менеджмента. Управление конфликтами и стрессами.

ЛИСТ
регистрации изменений (дополнений) в рабочую программу учебной дисциплины
«Основы менеджмента и маркетинга»

Изменения / дополнения в рабочую программу
на 20___ / 20___ учебный год:

_____
_____
_____
_____
_____
_____

Ответственный преподаватель _____ / Ф.И.О. /

Изменения утверждены на заседании кафедры «___»_____20___ г.,
Протокол № ___

Заведующий кафедрой _____ «___»_____20___ г.

Изменения / дополнения в рабочую программу
на 20___ / 20___ учебный год:

_____
_____
_____
_____
_____
_____

Ответственный преподаватель _____ / Ф.И.О. /

Изменения утверждены на заседании кафедры «___»_____20___ г.,
Протокол № ___

Заведующий кафедрой _____ «___»_____20___ г.