

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:
Первый проректор
/ Т.Р.Змызгова /
« 31 » 08 2023 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 2023

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

- для очной формы обучения «30» июня 2023года.
- для очно-заочной формы обучения «30» июня 2023года.

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры «Государственное и муниципальное управление, внешнеэкономическая деятельность и менеджмент» «30» августа 2023года, 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.п.



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).

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			-
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			-
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

Но- мер раз- дела, темы	Наименование раздела, темы	Наименование практического занятия	Норматив времени, час.
			Очно- заочная форма обу- чения
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 реко-

мендуется 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 самооценка 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 рекомендуется 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 ОЦЕПОЧНЫХ 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					
		Очно-заочная форма обучения					
1	Распределение баллов за семестры по видам учебной работы, сроки сдачи учебной работы (доводятся до сведения обучающихся на первом учебном занятии)	Распределение баллов за 8 семестр					
		Балльная оценка:	5 баллов x 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	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	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>За академическую активность в ходе освоения дисциплины, участие в учебной, научно-исследовательской, спортивной, культурно-творческой и общественной деятельности обучающегося могут быть начислены дополнительные баллы. Максимальное количество дополнительных баллов за академическую активность составляет 30.</p> <p>Основанием для получения дополнительных баллов являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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	<p>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.</p> <p>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.</p>

6.3. Процедура оценивания результатов освоения дисциплин

Перед проведением каждого рубежного контроля преподаватель прорабатывает со студентами 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 студента 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

студенту 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 студента.

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 студентов,
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 оценива-

ния 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, 2019. — 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, 2019. - 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, 2020. — 292 с.
- 4 Басовский, Л. Е. Маркетинг : учеб. пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 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°», 2019. — 150 с. - Доступ из ЭБС «Znanium.com».
- 2 Гришина, В. Т. Маркетинговые исследования: Практикум / В.Т. Гришина. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2018. - 58 с.: – 80 с. - Доступ из ЭБС «Znanium.com».

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

1. Методические указания к выполнению практических работ.

9. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1. ЭБС «Лань».
2. ЭБС «Консультант студента».
3. ЭБС Znanium.com.
4. Электронная библиотека КГУ – <http://dspace.kgsu.ru>.
5. Справочно-правовая система «Гарант».
6. Справочно-правовая система Консультант-Плюс

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

11. Для студентов, обучающихся с использованием дистанционных образовательных технологий

При использовании электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (далее ЭО и 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 сведения 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.