

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.25 МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

1 Цели и задачи изучения дисциплины «Менеджмент и маркетинг»

1.1 Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» является:

Изучение понятийного аппарата дисциплины «Менеджмент и маркетинг», основных теоретических положений и методов управления, формирование умений и привитие навыков практического применения теоретических знаний для решения профессиональных задач.

1.2 Задачи дисциплины

Изучение дисциплины «Менеджмент и маркетинг» направлена на формирование у студентов следующих компетенции:

ОК-3 - способность использовать естественнонаучные и математические знания для ориентирования в современном информационном пространстве;

ПК-7 - способностью организовывать сотрудничество обучающихся, поддерживать их активность, инициативность и самостоятельность, развивать творческие способности.

В соответствие с этим ставятся следующие задачи дисциплин:

- исследование внутренних и внешних перемен организации;
- анализ подход к принятию управленческих решений
- исследования процесса мотивации
- анализ стилей лидерства и руководства и т.д.
- развитие умений и навыков самостоятельного творческого подхода к разрешению, как хозяйственных проблем, так и проблем, возникающих в деятельности менеджера любого уровня.
- ознакомить учащихся с теоретическими положениями маркетинга и целями исследования рынков и рыночных процессов;
- привить навыки практической деятельности по сбору и обработке информации, проведению рыночных расчетов и формированию выводов, характеризующих состояние и развитие рыночной ситуации;
- выработать умение принимать обоснованные решения в постоянно меняющихся условиях, используя метод кейс и метод деловых игр;
- развить способность предвидения, воображения и интуиции;
- сформировать представление о современных проблемах рынка и путях их решения;
- развить навыки профессиональной деятельности, связанных с проведением анализа, описания и истолкования социально-экономических процессов в образовательной системе.

1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» включается в вариативную часть дисциплин основной образовательной программы по направлению подготовки 44.03.05 «Педагогическое образование» (с двумя профилями подготовки), профили История, Обществознание (Б1.В.25).

Для освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения предметов «Основы предпринимательства», «Макроэкономика» на предыдущем уровне образования.

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» призвана сформировать широкий мировоззренческий горизонт будущего бакалавра педагогического образования, а также заложить методологические основы и послужить теоретической базой для дальнейшего получения глубоких знаний по таким предметам как «Микроэкономика», «Статистика», «Экономика предприятия».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование общекультурной компетенции (ОК-3):

ОК-3 - способность использовать естественнонаучные и математические знания для ориентирования в современном информационном пространстве;

педагогические компетенции (ПК-7):

ПК-7 - способностью организовывать сотрудничество обучающихся, поддерживать их активность, инициативность и самостоятельность, развивать творческие способности.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОК-3	способность использовать естественнонаучные и математические знания для ориентирования в современном информационном пространстве	<ul style="list-style-type: none"> - общие характеристики организаций, а также факторы внутренней среды организации - основы вербального и невербального общения - особенности и методы управления персоналом; - сущность и принципы маркетинга; - основы применения маркетинга - основы PR-технологий; 	<ul style="list-style-type: none"> - оценивать влияние элементов внешней среды на деятельность организации, различать элементы внешней среды прямого и косвенного воздействия; - определять поведенческую стратегию в организации прогнозировать возникновение конфликтной ситуации и принимать эффективные действия по ее предотвращению; - оптимально разрешать межличностные конфликты, используя различные типы решений; - использовать в практической деятельности основные понятия и категории маркетинга; - распознавать сферу применения маркетинга; - отбирать технологии публич рилейшн; 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками определения основных черт лидера; - навыками планирования делового совещания; - навыками оценки персонала с использованием различных методов; - технологией пополнения понятийно-категориального аппарата маркетинга; - базовыми методами маркетинга; - основными технологиями публич рилейшн;

№ п.п.	Индекс компе- тенции	Содержание ком- петенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучаю- щиеся должны		
			знать	уметь	владеть
2.	ПК-7	способностью органи- зовывать сотрудниче- ство обучающихся, поддерживать их ак- тивность, инициа- тивность и самостоя- тельность, развивать твор- ческие способности.	<ul style="list-style-type: none"> - основные теории лидерства и стили управления; - теории мотивации; - особенности проявления власти и основные методы убеждения; - основы взаимодействия производителя и потребителя; - основы организации службы маркетинга; - основы маркетинго- вых исследований. 	<ul style="list-style-type: none"> - определять пози- ции лидера в кон- кретной сложив- шейся ситуации; - определять ис- тинные побужде- ния – мотивации работы, овладеть современными мо- делями мотивации; - использовать мо- тивацию для по- вышения эффек- тивности деятель- ности; - разбираться в проблеме власти и влияния в своей будущей профес- сиональной дея- тельности; - объяснить основные принципы современного маркетинга; - организовать маркетинговую службу в организации; - разрабатывать план маркетинговых ис- следований; 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками лидера; - навыками управле- ния конкретной си- туацией и созданием условий для побуж- дения человека к действиям; - навыками убежде- ния и побуждения человека к опреде- ленным действиям; - пониманием принципов современного маркетинга; - основами управления маркетинговой службы в организации; - методами проведения маркетинговых иссле- дований;

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зач. ед. (144 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице для студентов ЗФО.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		(часы) 7	(часы) 8
Контактная работа, в том числе:	16,5	16	0,5
Аудиторные занятия (всего):	16	16	
Занятия лекционного типа	6	6	
Занятия семинарского типа (семинары, практиче- ские занятия)	10	10	
Лабораторные занятия			
Иная контактная работа:	0,5		0,5
Контроль самостоятельной работы (КСР)	0,2		0,2
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3		0,3
Самостоятельная работа, в том числе:	118,8		118,8

Курсовая работа				
Проработка учебного (теоретического) материала				80
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка к устному опросу, тестированию, практическая работа)				38,8
Реферат				
Контроль (промежуточная аттестация)		8,7		8,7
Подготовка к экзамену				
Общая трудоемкость	час.	144	16	128
	в том числе контактная работа	16,5	16	0,5
	зач. ед.	4		

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые в 7,8 семестре (заочная форма)

№	Наименование разделов	Всего	Количество часов			
			Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			ЛК	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1	Общие характеристики организаций и процесса управления. Эволюция управленческой мысли	15	1	2	-	9
2	Принятие решений, основные модели управления.	11	1	1	-	8
3	Стратегическое планирование и планирование реализации стратегии	12	1	1	-	8
4	Мотивация	12	-	1	-	9
5	Руководство и лидерство	13	1	1	-	9
6	Маркетинг, как философия и методология современного предпринимательства	13	1	1	-	9
7	Виды и назначение маркетинговых исследований	15	1	2	-	9
8	Реклама и PR-технологии	13	-	1	-	9
	Итого по дисциплине:		6	10	-	118,8

Примечание: ЛК – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента.

2.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы не предусмотрены учебным планом.

3. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг»

3.1 Основная литература:

1 Залозная, Д.В. Учебное пособие для практических занятий и самостоятельной работы студентов по дисциплине «Менеджмент» : учебное пособие / Д.В. Залозная, М.В. Тарадина. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 167 с. : ил., табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3645-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271814>

2 Пичурин, И.И. Основы маркетинга: Теория и практика : учебное пособие / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02090-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116637>

3.2 Дополнительная литература:

1. Климович, Л.К. Основы менеджмента : учебник / Л.К. Климович. - 2-е изд., стер. - Минск : РИПО, 2015. - 279 с. : схем., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-985-503-494-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=463620>

2. Понуждаев, Э.А. Теория менеджмента: история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение : учебное пособие / Э.А. Понуждаев, М.Э. Понуждаева. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - Кн. 1. - 661 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3721-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271807>

3. Арженовский, И.В. Маркетинг регионов : учебное пособие / И.В. Арженовский. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 135 с. : табл., граф., ил, схемы - Библиогр.: с. 117-119. - ISBN 978-5-238-02219-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114711>

4. Минько, Э.В. Маркетинг : учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. : табл., граф., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01223-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714>

5. Маркетинг. Основы маркетинга : учебное пособие / С.В. Аливанова, В.В. Куренная, О.А. Чередниченко, Ю.В. Рыбасова. - Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2015. - 100 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438721>

3.3 Периодические издания:

1 Общество и экономика. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/592/udb/4>.

2 Инвестиции в России. – URL: <http://dlib.eastview.com/browse/publication/34386/udb/1650>

3 Инвестиционная деятельность в России: условия, факторы, тенденции. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/34387/udb/1650>.

4 Экономика: вчера, сегодня, завтра. – URL: <https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=32395>.

- 5 Экономика региона. – URL: <https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=11938>.
- 6 Экономическое развитие России. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/64218/udb/4>.
- 7 Экономический журнал. – URL: <https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=28213>.
- 8 Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – URL: <https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=38342>.
- 9 ЭКО. Всероссийский экономический журнал. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/7025/udb/4>.
- 10 Вопросы экономики. – URL: <http://dlib.eastview.com/browse/publication/6645/udb/4>.

4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»

(при необходимости)

4.1 Перечень информационных технологий

- Компьютерное тестирование по итогам изучения разделов дисциплины.
- Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.
- Использование электронных презентаций при проведении лекционных и практических занятий.
- Поисковая работа с использованием сети Интернет

4.2 Перечень необходимого программного обеспечения

1. Офисный пакет приложений «Apache OpenOffice»
2. Приложение позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов «Adobe Acrobat Reader DC»
3. Программы, демонстрации видео материалов (проигрыватель) «WindowsMediaPlayer».
4. Программа просмотра интернет контента (браузер) «Google Chrome »
5. Офисный пакет приложений «LibreOffice»
6. Программа файловый архиватор «7-zip»
7. Двухпанельный файловый менеджер «FreeCommander»
8. Программа просмотра интернет контента (браузер) «Mozilla Firefox»

4.3 Перечень информационных справочных систем:

1. Официальный интернет-портал правовой информации. Государственная система правовой информации [полнотекстовый ресурс свободного доступа]. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru>.
2. Официальная Россия. Сервер органов государственной власти Российской Федерации. – URL: <http://www.gov.ru>.
3. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» : сайт. – URL: <http://www.consultant.ru>.
4. Федеральный центр образовательного законодательства : сайт. – URL: <http://www.lexed.ru>.

5. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. – URL: <http://www.fgosvo.ru>.

6. Научная электронная библиотека статей и публикаций «eLibrary.ru» : российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины, образования [база данных Российского индекса научного цитирования] : сайт. – URL: <http://elibrary.ru>.

7. Scopus : международная реферативная и справочная база данных цитирования рецензируемой литературы [научные журналы, книги, материалы конференций] (интерфейс – русскоязычный, публикации – на англ. яз.) : сайт. – URL: <https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic>.

8. Web of Science (WoS, ISI) : международная аналитическая база данных научного цитирования [журнальные статьи, материалы конференций] (интерфейс – русскоязычный, публикации – на англ. яз.) : сайт. – URL: <http://webofknowledge.com>.

9. Энциклопедиум [Энциклопедии. Словари. Справочники : полнотекстовый ресурс свободного доступа] // ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» : сайт. – URL: <http://enc.biblioclub.ru/>.

10. ГРАМОТА.РУ : справочно-информационный интернет-портал. – URL: <http://www.gramota.ru>.

11. СЛОВАРИ.РУ. Лингвистика в Интернете : лингвистический портал. – URL: <http://slovari.ru/start.aspx?s=0&p=3050>.

12. Словарь финансовых и юридических терминов [полнотекстовый ресурс свободного доступа] // КонсультантПлюс : справочно-правовая система : сайт. – URL: http://www.consultant.ru/law/ref/ju_dict.

13. Электронный каталог Кубанского государственного университета и филиалов. – URL: <http://212.192.134.46/MegaPro/Web/Home/About>.

14. Calend.ru. Календарь событий : информационно-справочный ресурс. – URL: <http://www.calend.ru/>.

Автор-составитель Махненко С.И., канд. экон. наук, доцент кафедры социально-экономических дисциплин КубГУ филиала в г. Славянске-на-Кубани.