

# **АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 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 - способностью 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 Экономика и Право.

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 - способностью 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.

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

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

## 2. Структура и содержание дисциплины

### 2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице для студентов ОФО.

| Вид учебной работы   | Всего<br>часов | Семестры<br>(часы) |
|--|----------------|--------------------|
|  |                | 7                  |
| <b>Контактная работа, в том числе:</b>                     | <b>42,2</b>    | <b>42,2</b>        |
| <b>Аудиторные занятия (всего):</b>                         | <b>38</b>      | <b>38</b>          |
| Занятия лекционного типа                                   | 16             | 16                 |
| Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия) | 22             | 22                 |
| Лабораторные занятия                                       |                |                    |
| <b>Иная контактная работа:</b>                             |                |                    |
| Контроль самостоятельной работы (КСР)                      | 4              | 4                  |
| Промежуточная аттестация (ИКР)                             | 0,2            | 0,2                |
| <b>Самостоятельная работа, в том числе:</b>                | <b>30,1</b>    | <b>30,1</b>        |

|  |                                      |             |             |
|--|--------------------------------------|-------------|-------------|
| Курсовая работа  |                                      |             |             |
| Проработка учебного (теоретического) материала   |                                      | 10          | 10          |
| Выполнение индивидуальных заданий (подготовка к устному опросу, тестированию, практическая работа) |                                      | 20,1        | 20,1        |
| Реферат  |                                      |             |             |
| <b>Контроль (промежуточная аттестация)</b>   |                                      | <b>35,7</b> | <b>35,7</b> |
| Подготовка к экзамену  |                                      | 35,7        | 35,7        |
| <b>Общая трудоемкость</b>  | <b>час.</b>                          | <b>108</b>  | <b>108</b>  |
|  | <b>в том числе контактная работа</b> | <b>42,2</b> | <b>42,2</b> |
|  | <b>зач. ед.</b>                      | <b>3</b>    | <b>3</b>    |

## 2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре (очная форма)

| №                           | Наименование разделов  | Всего | Количество часов  |           |    |                      |
|-----------------------------|--|-------|-------------------|-----------|----|----------------------|
|                             |  |       | Аудиторная работа |           |    | Внеаудиторная работа |
|                             |  |       | ЛК                | ПЗ        | ЛР |                      |
| 1                           | 2  | 3     | 4                 | 5         | 6  | 7                    |
| <b>7 семестр</b>            |  |       |                   |           |    |                      |
| 1                           | Общие характеристики организаций и процесса управления.<br>Эволюция управленческой мысли | 10    | 2                 | 4         | -  | 4                    |
| 2                           | Принятие решений, основные модели управления.  | 8     | 2                 | 2         | -  | 4                    |
| 3                           | Стратегическое планирование и планирование реализации стратегии                          | 10    | 2                 | 4         | -  | 4                    |
| 4                           | Мотивация  | 6     | 2                 | 2         | -  | 2                    |
| 5                           | Руководство и лидерство  | 6,1   | 2                 | 2         | -  | 2,1                  |
| 6                           | Маркетинг, как философия и методология современного предпринимательства                  | 8     | 2                 | 2         | -  | 4                    |
| 7                           | Виды и назначение маркетинговых исследований   | 10    | 2                 | 4         | -  | 4                    |
| 8                           | Реклама и PR-технологии  | 8     | 2                 | 2         | -  | 4                    |
| <b>Итого по 7 семестру:</b> |  |       | <b>16</b>         | <b>22</b> | -  | <b>30,1</b>          |
| <b>Итого по дисциплине:</b> |  |       | <b>16</b>         | <b>22</b> | -  | <b>30,1</b>          |

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. Грозова, О.С. Общий менеджмент : учебное пособие / О.С. Грозова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2017. - 96 с. : ил. - Библиогр.: с. 91. - ISBN 978-5-8158-1880-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=477379>
2. Маслова, Е.Л. Менеджмент : учебник / Е.Л. Маслова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 333 с. : табл., схем., ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02414-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452863>
3. Юкаева, В.С. Менеджмент: краткий курс : учебное пособие / В.С. Юкаева. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 104 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-00632-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453524>
4. Годин, А.М. Маркетинг : учебник / А.М. Годин. - 12-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 656 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02540-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262>
5. Калужский, М.Л. Маркетинг : учебник для вузов / М.Л. Калужский. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 217 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9443-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473029>
6. Цахаев, Р.К. Маркетинг : учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 550 с. : табл., схем. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02746-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450722>

### 3.2 Дополнительная литература:

- 1 Беззубцева, М.М. Менеджмент и маркетинг в задачах инжиниринга энерготехнологических объектов : учебное пособие / М.М. Беззубцева, С.В. Гулин, А. Пиркин. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2016. - 164 с. : схем., табл., ил. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471835>
- 2 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>
- 3 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>
- 4 Костенко, Е.П. История менеджмента : учебное пособие / Е.П. Костенко, Е.В. Михалкина ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет». - Ростов-на-Дону : Издательство Южного федерального университета, 2014. - 606 с. : ил. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-9275-1424-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445187>
- 5 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>

6 Цибульникова, В.Е. Основы менеджмента в образовании : учебно-методический комплекс дисциплины / В.Е. Цибульникова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский педагогический государственный университет», Факультет педагогики и психологии, Кафедра педагогики и психологии профессионального образования имени академика РАО В.А. Сластёнина. - Москва : МПГУ, 2016. - 92 с. : ил. - Библиогр.: с. 52-55. - ISBN 978-5-4263-0399-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=469572>

7 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>

8 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>

9 Нуралиев, С.У. Маркетинг : учебник / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 362 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02115-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453290>

10 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>

11 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 Вопросы экономики. – URL: <http://dlib.eastview.com/browse/publication/6645/udb/4>
- 2 Регион: экономика и социология. – URL: [https://biblioclub.ru/index.php?page=journal\\_red&jid=441406](https://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=441406); <https://dlib.eastview.com/browse/publication/59606/udb/2250>.
- 3 Проблемы экономики, финансов и управления производством. – URL: <https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=28572>.
- 4 Управление корпоративными финансами. – URL: <https://grebennikon.ru/journal-13.html>.
- 5 ЭКО. Всероссийский экономический журнал. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/7025/udb/4>
- 6 Экономика и математические методы. – URL: <http://dlib.eastview.com/browse/publication/499/udb/4>.
- 7 Экономика образования. – <http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1362380>.
- 8 Экономическое развитие России. – URL: <http://dlib.eastview.com/browse/publication/64218/udb/4>.
- 9 Бухгалтер и закон. – URL: <https://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1529602>.  
<https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=10587>.
- 10 Просроченная задолженность по заработной плате. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/38251/udb/1650>;
- 11 Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – URL: <https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=38342>.

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

### **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 Официальная Россия. Сервер органов государственной власти Российской Федерации. – URL: <http://www.gov.ru>.
- 2 Справочно-правовая система «Консультант Плюс» : сайт. – URL: <http://www.consultant.ru>.
- 3 Федеральный центр образовательного законодательства : сайт. – URL: <http://www.lexed.ru>.
- 4 Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. – URL: <http://www.fgosvo.ru>.
- 5 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>.
- 6 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>.
- 7 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>.

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

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

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

Автор-составитель Махненко С.И., канд. экон. наук, доцент кафедры истории, обществознания и педагогических технологий КубГУ филиала в г. Славянскена-Кубани