

## **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 История, Обществознание.

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.

№ 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 содействия;</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>

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
2.	ПК-7	способностью организовывать сотрудничество обучающихся, поддерживать их активность, инициативность и самостоятельность, развивать творческие 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 маркетинговых исследований.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- определять позиции лидера в конкретной сложившейся ситуации;</li> <li>- определять истинные побуждения – мотивации работы, овладеть современными методами мотивации;</li> <li>- использовать мотивацию для повышения эффективности деятельности;</li> <li>- разбираться в проблеме власти и влияния в своей будущей профессиональной деятельности;</li> <li>- объяснить основные принципы современного маркетинга;</li> <li>- организовать маркетинговую службу в организации;</li> <li>- разрабатывать план маркетинговых исследований;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками лидера;</li> <li>- навыками управления конкретной ситуацией и созданием условий для побуждения человека к действиям;</li> <li>- навыками убеждения и побуждения человека к определенным действиям;</li> <li>- пониманием принципов современного маркетинга;</li> <li>- основами управления маркетинговой службы в организации;</li> <li>- методами проведения маркетинговых исследований;</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 часов	Семестры (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>	<b>4,2</b>	<b>4,2</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. 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. 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>
2. 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>
3. 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>

#### 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. Слостенкина. - 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: <http://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. Славянске-на-Кубани.