

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) Направленность (профиль) - 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"> - 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 2 зач.ед. (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице для студентов ОФО.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)
		8
Контактная работа (всего)	58,2	58,2
Аудиторные занятия (всего):	54	54
Занятия лекционного типа	18	18
Занятия семинарского типа (практические занятия)	36	36
Лабораторные занятия		
Иная контактная работа:	4,2	4,2
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:	13,8	13,8
Курсовая работа	-	-

Проработка учебного (теоретического) материала		4	4
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		4	4
Реферат			
Подготовка к текущему контролю		5,8	5,8
Контроль (промежуточная аттестация)			
(8 семестр зачет)			
Общая трудоемкость	час.	72	72
	в том числе контактная работа	58,2	58,2
	зач. ед.	2	2

2.2 Структура дисциплины

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

№	Наименование разделов	Всего	Количество часов			
			Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			ЛК	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
8 семестр						
1	Общие характеристики организаций и процесса управления. Эволюция управленческой мысли	8	2	4	-	2
2	Принятие решений, основные модели управления.	7,8	2	4	-	1,8
3	Стратегическое планирование и планирование реализации стратегии	7	2	4	-	1
4	Мотивация	8	2	4	-	2
5	Руководство и лидерство	8	2	4	-	2
6	Маркетинг, как философия и методология современного предпринимательства	7	2	4	-	1
7	Виды и назначение маркетинговых исследований	8	2	4	-	2
8	Реклама и PR-технологии	7	2	4	-	1
9	Планирование, организация и контроль маркетинга на предприятии	7	2	4	-	1
Итого по 8 семестру:			18	36	-	13,8
Итого по дисциплине:			18	36	-	13,8

Примечание: ЛК – лекции, ПЗ – практические 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://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. – URL: <https://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1435788>.

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>.

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 лицензионного 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»

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