

Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»
Бендерский Политехнический филиал
Кафедра «Экономика строительства и теории коммуникаций»



УТВЕРЖДАЮ
Директор БИФ ГОУ
Бендерский
политехнический филиал
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

С.С. ИВАНОВА

(подпись, расшифровка подписи)

2024 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Б1.В.17 «Основы менеджмента и маркетинга»
на 2026-2027 учебный год

Специальность:

23.05.01 «Наземные транспортно-технологические средства»

Специализация:

«Автомобильная техника в транспортных технологиях»

квалификация выпускника:

инженер

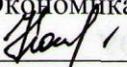
Форма обучения: **очная**

Год набора 2023г.

Бендеры, 2024

Рабочая программа дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» разработана в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта ВО по направлению подготовки 23.05.01 «Наземные транспортно-технологические средства» и основной профессиональной образовательной программы (учебного плана) по профилю подготовки «Автомобильная техника в транспортных технологиях»

Составитель рабочей программы ст.преподаватель кафедры
«Экономика строительства и теории коммуникаций»


Н.А. Колесниченко
(подпись)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры «Экономика строительства и теории коммуникаций»

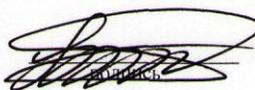
« 30 » августа 2024г. протокол № 1

Зав. кафедрой – разработчика

« 30 » августа 2024г. 
Е.В. Корниевская
(подпись)

И.о. зав. выпускающей кафедры «Транспортно-технологические машины и комплексы»,

« 03 » 09 2024г.


А.С. Янута

Зам. директора по УМР ВПО

« 30 » 09 2024г


/ Н.А. Колесниченко /
(подпись)

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» является получение студентами теоретических знаний и приобретение практических навыков в организации процесса управления производством, формирования у студентов системы знаний в области деятельности современной организации на рынке в условиях активной конкуренции, а также получение студентами теоретических знаний в области анализа рынка, потребительского поведения покупателя, создания и продвижения товара на рынок.

Задачами дисциплины являются теоретическое изучение и апробация: основных элементов системы производственного менеджмента; методов и форм организации производственных процессов; задач и типов систем оперативного планирования; организации различных видов производств, а так же формирование у будущих инженеров: представлений о маркетинге как философии ведения бизнеса, его значимости и необходимости, специфики маркетинговой деятельности; знания современной теории маркетинга и умения её практического использования; представлений о месте современной организации в конкурентной среде, о взаимодействии с этой средой; способностей анализа практических ситуаций, постановки маркетинговых проблем и их решения; практических навыков применения результатов маркетинговых исследований в процессе принятия управленческих решений и формирования маркетинговой стратегии организации в современных условиях.

2 Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» относится к вариативной части основной образовательной программы подготовки инженеров по направлению 23.05.01 «Наземные транспортно-технологические средства», профиль «Автомобильная техника в транспортных технологиях». Для освоения дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» необходимы знания, умения и навыки, полученные по дисциплинам Экономика и основы финансовой грамотности, Экономическая теория.

3 Требования к результатам освоения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на формирование компетенций приведенных в таблице ниже:

Категория (группа) компетенций	Код и наименование	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Универсальные компетенции и индикаторы их достижения		
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	ИД УК-1.1 Осуществляет выбор информационных ресурсов для поиска информации в соответствии с поставленной задачей ИД УК-1.2 Систематизирует информацию, полученную из различных источников, в соответствии с требованиями выполнения задания ИД УК-1.3 Формулирует и аргументирует выводы и суждения, в том числе с применением философского понятийного аппарата
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая	ИД УК-3.1 Производит выбор командной стратегии и контролирует ее реализацию ИД УК-3.2 Управляет

	командную стратегию для достижения поставленной цели	производственной деятельностью работников ИД УК-3.3 Подготавливает и представляет презентации планов и результатов собственной и командной деятельности
	ПК-7 Способен управлять производственной деятельностью в области диагностики, технического обслуживания, ремонта и эксплуатации наземных транспортнотехнологических средств	ИД ПК-7.1 Способен определять алгоритм достижения плановых показателей с определением ресурсов, обоснованием набора заданий для подразделений организации, участвующих в техническом обслуживании, ремонте и эксплуатации наземных транспортнотехнологических средств. ИД ПК-7.3 Способен организовывать мероприятия по материальнотехническому и кадровому обеспечению подразделений технического обслуживания, ремонта и эксплуатации наземных транспортнотехнологических средств.

4 Структура и содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости в з.е./часах по видам аудиторной и самостоятельной работы студентов по семестрам:

Распределение трудоемкости в з.е./часах по видам аудиторной и самостоятельной работы студентов по специализации подготовки «Автомобильная техника в транспортных технологиях» направления 23.05.01 «Наземные транспортно-технологические средства»:

Семестр	Трудоемкость, з.е./часы	Количество часов					Форма итогового контроля
		В том числе					
		Аудиторных				Самост. работы	
		Всего	Лекций	Лаб. раб.	Практ. зан.		
7	2 з.е. /72	32	16	-	16	40	Зачет
Итого:	2 з.е. /72	32	16	-	16	40	Зачет

4.2. Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Внеауд. работа (СР)
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Менеджмент.	36	8	8	-	20
2.	Маркетинг.	36	8	8	-	20
Итого:		72	16	16	-	40

4.3. Тематический план по видам учебной деятельности

Лекции

№ п/п	№ раздела	Объем часов	Тема лекции	Учебно-наглядные пособия
1. Раздел. Менеджмент.				
1.	1	2	Организация как объект современного менеджмента, организация как система управления, внешняя и внутренняя среда организации, организационные структуры предприятий	Слайды, схемы.
2.		2	Коммуникации и принятие управленческого решения в менеджменте, сущность коммуникаций в менеджменте, принятие управленческого решения	Слайды, схемы.
3.		2	Управление конфликтами, групповая динамика в менеджменте, управление конфликтами в менеджменте, групповая динамика	Слайды, схемы.
4.		2	Лидерство и власть в системе менеджмента, основные подходы в лидерстве, власть и виды власти используемые в менеджменте	Слайды, схемы.
Итого по разделу часов		8		
2 Раздел. Маркетинг.				
5.	2	2	Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга.	Слайды, схемы.
6.		2	Предприятия автомобильного транспорта на рынке транспортных услуг	Слайды, схемы.
7.		2	Производственная программа участка автосервиса и ее составляющие	Слайды, схемы.
8.		2	Маркетинговое обоснование программы и структуры услуг	Слайды, схемы.
Итого по разделу часов		8		
ИТОГО		16		

Практические (семинарские) занятия

№ п/п	№ раздела	Объем часов	Тема практического занятия	Учебно-наглядные пособия
1. Раздел. Менеджмент.				
1.	1	2	Организация, её основные составляющие в процессе менеджмента, методы управления, внутренняя и внешняя среда в организации, организационные структуры управления организацией	Слайды, схемы.
2.		2	Коммуникации, принятие управленческого решения.	Слайды, схемы.
3.		2	Управление конфликтами в трудовом коллективе, виды и функции конфликтов.	Слайды, схемы.
4.		2	Соотношение лидерства и власти в современном	Слайды,

			менеджменте, основные теории лидерства, характерные черты лидера	схемы.
Итого по разделу часов		8		
2. Раздел. Маркетинг.				
5.	2	2	Производственная программа участка автосервиса и ее составляющие	Слайды, схемы.
6.		2	Маркетинговое обоснование программы и структуры услуг	Слайды, схемы.
7.		2	Ассортиментная и сбытовая политика автосервисного предприятия	Слайды, схемы.
8.		2	Бизнес-план автосервисного предприятия	Слайды, схемы.
Итого по разделу часов		8		
ИТОГО		16		

Лабораторные работы не предусмотрены.

Самостоятельная работа студента

№ п/п	№ раздела	Тема и вид СРС	Трудоемкость (в часах)
1 Раздел. Менеджмен.			
1	1	Эффективность и качество менеджмента. Эффективность менеджмента, Качество менеджмента (вид СРС - реферат).	2
2		Основные функции и методы менеджмента. Сущность и классификация функций менеджмента, методы менеджмента (вид СРС - реферат).	2
3		Социальная ответственность и этика менеджмента. Сущность этики менеджмента, социальная ответственность (вид СРС - сообщение).	2
4		Методы трансформации организационных форм управления. Метод дезинтеграции при трансформации организационной формы управления. Метод интеграции (вид СРС - реферат).	2
5		Методы поиска новых идей и решений. Мозговой штурм и его разновидности. Конференция идей. Синектика. Пул мозговой записи. Идея Дельфи. Идеиная инженерия. Метод коллективного блокнота. Триггерная техника. Метод гирлянд, случайностей и ассоциаций. Метод контрольных вопросов (вид СРС - сообщение).	2
6		Совершенствование методов управления Основные принципы дефицита времени. Анализ использования рабочего времени. Основные пути совершенствования системы управления (вид СРС - реферат).	3
7		Планирование рабочего времени менеджера. Метод упорядочения планов рабочего времени. Оперативное планирование деятельности исполнителей (вид СРС - реферат).	2
8		Организационные формы управления Этапы создания предприятия. Проектирование организации. Алгоритм создания организационной формы управления. Характеристики и типы организаций (вид СРС - сообщение).	3

9		Типы административного аппарата. Виды организационных полномочий. Типы организационных структур управления. Матричная структура управления (вид СРС - реферат).	2
Итого часов по разделу			20
8	2	Стратегическое планирование маркетинга. Особенности и этапы стратегического планирования. Основные направления и виды деловой стратегии (вид СРС - доклад).	2
9		Тактика маркетинговой деятельности организации. Задачи тактики маркетинга и маркетинговые приемы, маркетинговый контроль. Планирование в системе маркетинга (вид СРС - доклад).	1
10		Типы рынков и маркетинговая деятельность компаний. Понятие рынка, условия его возникновения и развития, типы и виды рынков, сегментация рынка (вид СРС - реферат).	2
11		Конъюнктура рынка Понятие, виды и цель исследования конъюнктуры рынка, факторы её определяющие, источники информации, показатели и методы изучения конъюнктуры рынка (вид СРС - реферат).	1
12		Маркетинговая информация организации. Информационная база маркетинговых исследований, маркетинговые информационные системы (вид СРС - сообщение)	2
13		Ценообразование и ценовая политика фирмы. Структура цены, задачи ценовой политики, стратегия и тактика предприятия, постановка целей ценообразования (вид СРС - доклад).	2
14		Потребительское поведение и анализ потребителей. Факторы, влияющие на потребителей, модель принятия решений о покупке, типы и анализ потребителей. . (вид СРС - реферат)	1
15		Торговые посредники в процессе сбыта товаров Виды торговых посредников, анализ конкурентов (вид СРС - сообщение).	2
16		Формы активного продвижения товаров. Сущность, факторы, задачи и средства стимулирования сбыта товаров, реклама: сущность, значение, виды и средства рекламы, оценка ее эффективности, имидж, товарный знак продукции. (вид СРС - реферат)	1
17		Процесс управления маркетингом. Анализ рыночных возможностей, разработка комплекса маркетинга (вид СРС - реферат).	2
18		Организация и деятельность маркетинговой службы. Организационные структуры управления маркетингом, службы маркетинга в организациях их взаимосвязь с другими подразделениями фирмы (вид СРС - реферат).	2
19		Бизнес-план автосервисного предприятия Структура бизнес-плана (вид СРС - реферат).	2
Итого часов по разделу			20
ИТОГО			40

5. Примерная тематика курсовых проектов (работ):

Не предусмотрены

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

6.1. Обеспеченность обучающихся учебниками, учебными пособиями

№ п/п	Наименование учебника, учебного пособия	Автор	Год издания	Кол-во экземпляров	Электронная версия	Место размещения электронной версии
<i>Основная литература</i>						
1.	Основы менеджмента учебник	Бородушко И.В., Лукашевич В.В.	2012		в наличии	электронная библиотека БПФ
2.	Менеджмент	Виханский О.С., Наумова А.И.	2014		в наличии	электронная библиотека БПФ
3.	Менеджмент	Драчева Е.Л., Юликов Л.И.	2016		в наличии	электронная библиотека БПФ
4.	Управление персоналом, теория и практика	Кибанов А.Я., Захаров Д.К.	2013		В наличии	электронная библиотека БПФ
5.	Основы менеджмента	Семенов А.К., Набоков В.И.	2008		В наличии	электронная библиотека БПФ
6.	Основы маркетинга	Котлер Ф.	2007		В наличии	электронная библиотека БПФ
7.	Основы маркетинга	Сарафанова Е.В.	2007		В наличии	электронная библиотека БПФ
8.	Маркетинг Учебник	Акулич И.Л	2009		В наличии	электронная библиотека БПФ
9.	Маркетинг (учебник)	Панкрухин А.П.	2007		В наличии	электронная библиотека БПФ
10.	Маркетинг (Краткий курс)	Попова Г.В	2010		В наличии	электронная библиотека БПФ
11.	Маркетинг	Фомичева, Железняков и др	2016		В наличии	электронная библиотека БПФ
<i>Дополнительная литература</i>						
1.	Менеджмент	Герчикова И.Н	2010		В наличии	электронная библиотека БПФ
2.	Менеджмент	Макаров В.М., Попова Г.В.	2011		В наличии	электронная библиотека БПФ
3.	Производственный менеджмент	Малюк В.И., Немчин А.М	2008		В наличии	электронная библиотека БПФ
4.	Маркетинговые исследования	Е.П.Голубков	2000		В наличии	электронная библиотека БПФ
5.	Маркетинг	Кондратенко Н.М.	2011		В наличии	электронная библиотека БПФ
6.	Маркетинг (Учебное пособие)	Бронникова Т.С., Чернявский, А.Г.	2008		В наличии	электронная библиотека БПФ
7.	Маркетинг	Романов А.А.	2012		В наличии	электронная библиотека БПФ

8.	Маркетинг (Краткий курс)	Попова Г.В.	2010		В наличии	электронная библиотека БПФ
9.	Экономика предприятий автомобильного транспорта	Сербиновский Б.Ю., Фролов Н.Н.	2006		В наличии	электронная библиотека БПФ
10.	Экономика автомобильного транспорта	Будрин А.Г., Будрина Е.В.	2005		В наличии	электронная библиотека БПФ
<i>Итого по дисциплине: % печатных изданий 0% ; % электронных 100;</i>						

6.2. Программное обеспечение

1. <http://vspmr.org/> Верховный совет ПМР
2. <http://www.mepmr.org/> Министерство экономического развития ПМР,
3. <http://www.minfin-pmr.org/index.php/links> Министерство финансов ПМР.
4. <http://tiraspol.ru/> Торгово-промышленная палата ПМР.
5. www.consultant.ru-нормативные документы
6. www.vopreco.ru - Вопросы экономики
7. www.worldneweconomy.ru - Мир новой экономики
8. www.imemo.ru - Мировая экономика и международные отношения (МЭиМО)
www.rej.guu.ru - Российский экономический журнал (РЭЖ)
9. www.finans.rusba.ru - Финансы и экономика

6.3. Методические указания и материалы по видам занятий – приведены в УМКД:

Поросеч Д.А., УзунИ.Н., Колесниченко Н.А. Маркетинг (курс лекций), 2017

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.

Для проведения всех видов учебной подготовки дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» должна быть обеспечена необходимой материально-технической базой, включающей в себя:

- лекционные аудитории с видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет, электронной доской, учебной мебелью;
- помещения для проведения практических занятий, должны быть оснащены персональными компьютерами с локальной сетью, мультимедийным проектором, учебной мебелью;
- библиотеку, имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет.

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины:

В учебном процессе для формирования и развития профессиональных навыков студентов должны использоваться следующие формы работы:

1. Лекции с мультимедийной презентацией информации.
2. Активные и интерактивные методы проведения занятий:
 - проблемный;
 - диалоговый;
 - игровой;
 - исследовательский;
 - модульный;
 - критических ситуаций;
 - автоматизированного обучения

Самостоятельная работа студентов нужна как для проработки лекционного (теоретического) материала, так и для подготовки к практическим занятиям и написанию курсовой работы.

9 Технологическая карта не предусмотрена