Федеральное государственное бюджетное образовательное

учреждение высшего образования

 «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»

Энгельсский технологический институт (филиал)

Кафедра «Экономика и гуманитарные науки»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

по дисциплине

«Б.1.1.15 Основы экономической деятельности предприятий легкой промышленности, менеджмент и маркетинг»

направления подготовки 29.03.01 «Технология изделий легкой промышленности»

Профиль «Технология швейных изделий»

форма обучения – заочная

курс – 4,5

семестр – 7,8,9

зачетных единиц – 8

часов в неделю –

всего часов – 288

в том числе:

лекции – 7 семестр - 6, 8 семестр - 4, 9 семестр- 4

коллоквиумы – нет

практические занятия – 7 семестр - 6, 8 семестр - 6, 9 семестр- 8

лабораторные занятия – нет

самостоятельная работа – 7 семестр - 134, 8 семестр - 62, 9 семестр- 69

зачет – 8,9 семестр

экзамен – 7 семестр

РГР – нет

курсовая работа – нет

курсовой проект – нет

 Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры ЭГН

 «27 » \_\_\_\_06\_\_\_\_\_\_\_\_ 2018 года, протокол № 11

 Зав. кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Ю.А. Кадыкова

 Рабочая программа утверждена на заседании УМКН ТЛПР

 « 30 » 06 2018 года, протокол № 6

 Председатель УМКН \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_А.В. Яковлев

Энгельс 2018

**1. Цели и задачи дисциплины**

Цель преподавания дисциплины: сформировать у обучающихся четкое представление об экономической деятельности предприятия, изучить хозяйственное поведение предприятий через ускорение решения ряда технико-экономических, социальных задач;: повышения технического уровня производства, реализации продукции, анализа результатов работы предприятия и выбора направлений дальнейшего развития.

Задачи изучения дисциплины:

 - определение функций и целей предприятия как первичного звена национальной экономики;

- изучение современных методов хозяйствования предприятий;

- изучение процессов функционирования предприятий;

- определение ресурсов и факторов производства, методов оценки эф­фективности их использования;

- умение формировать и оценивать результаты деятельности пред­приятий;

- определение факторов развития предприятия.

**2. Место дисциплины в структуре ООП ВО**

Настоящая дисциплина относится к профессиональному циклу, базовой части учебного плана в системе подготовки технологов и конструкторов швейных изделий.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины**

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций: В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- ОК-3 – способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

- ОК-4 – способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности;

- ОПК-2 – способностью использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применять методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследований; нормативные документы и элемены математического анализа.

В результате освоения дисциплины студент должен:

3.1. Знать: теоретические основы экономической деятельности предприятия; выбор организационно- правовой формы; формирование материальных и финансовых ресурсов; организация производства; разработка стратегии, тактики ценовой политики; улучшение качества продукции; финансы предприятия; планирование работы предприятия; налогообложение и распределение прибыли предприятия; трудовые ресурсы предприятия.

3.2. Уметь: определять потребность в материальных ресурсах; определять стоимость основных фондов; рассчитывать производственную мощность; определять численность персонала.

3.3. Владеть: навыками осуществления хозяйственной деятельности предприятия.

4. Распределение трудоемкости (час.) дисциплины по темами видам занятий

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № Темы | Наименованиетемы | Часы/ Из них в интерактивной форме |
| Всего | Лекции | Колл-мы | Лаб-ные | Практич-е | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 7 семестр |
|  | 1. Основы экономической деятельности предприятия |  |  |  |  |  |  |
| 1.1 | Предприятие как самостоятельный хозяйствующий субъект рыночной экономики | 18,25 | 0,25 | - | - | - | 18 |
| 1.2 | Предприятие как открытая производственная система | 32,5 | 0,5 | - | - | 2 | 30 |
| 1.3 | Экономические ресурсы предприятия | 44 | 2 | - | - | 2 | 40 |
| 1.4 | Конечные результаты деятельности предприятия | 33 | 1 | - | - | 2 | 30 |
| 1.5 | Экономическая деятельность предприятия | 16,25 | 0,25 | - | - | - | 16 |
| Всего по разделу 1 | 144 | 4 | - |  | 6 | 134 |
| 8 семестр |
|  | 2.Менеджмент предприятия |  |  |  |  |  |  |
| 2.1 | Методологические основы менеджмента | 40 | 2 | - | - | 2 | 36 |
| 2.2 |  Человек в системе менеджмента | 16 | 1 | - | - | 2 | 13 |
| 2.3 | 2.4 Эффективность менеджмента | 16 | 1 | - | - | 2 | 13 |
| Всего по разделу 2 | 72 | 4 | - | - | 6 | 62 |
| 9 семестр |
|  | 3. Маркетинговая деятельность предприятия |  |  |  |  |  |  |
| 3.1 | Теоретические основы маркетинга | 20 | 1 | - | - | 2 | 17 |
| 3.2 | Стратегический маркетинг | 18 | 1 | - | - | 2 | 15 |
| 3.3 | Комплекс маркетинга | 17 | 2 | - | - | 2 | 13 |
| 3.4 | Организация маркетинговой деятельности предприятия | 17 | 2 | - | - | 2 | 13 |
| Всего по разделу 3 | 72 | 6 | - | - | 8 | 58 |
| Всего | 288 | 12 | - | - | 20 | 254 |

**5. Содержание лекционного курса**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №темы | Всегочасов | №лекции | Тема лекции. Вопросы, отрабатываемые на лекции | Учено-методическое обеспечение |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7 семестр |
| 1.1 | 0,25 | 1 | Предприятие как самостоятельный хозяйствующий субъект рыночной экономики1.Предпринимательство и предприятие. Предприятие как юридическое лицо.2.Среда функционирования предприятия: внутренняя внешняя.3.Предприятие как объект государственного регулирования. Нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность предприятий.4.Типы предприятий и их объединения. | 1, 2, 3, 4, 12-23 |
| 1.2 | 0,5 | 1 | Предприятие как открытая производственная система1. Производственный процесс и производственный цикл2. Производственная структура предприятия3. Производственная мощность и производственная программа | 1, 2, 3, 4, 12-23 |
| 1.3 | 2 | 1,2 | Экономическая ресурсы предприятия1. Основные фонды предприятия2.Оборотные фонды и оборотные средства предприятия3. Трудовые ресурсы предприятия4. Финансовые ресурсы предприятия | 1, 2, 3, 4, 12-23 |
| 1.4 | 1 | 2 | Конечные результаты деятельности предприятия1.Система цен на продукцию и их структура.2.Доходы и расходы предприятия.3.Себестоимость продукции и пути ее снижения.4.Формирование прибыли предприятия. | 1, 2, 3, 4, 12-23 |
| 1.5 | 0,25 | 2 | Экономическая деятельность предприятия1. Логистическая деятельность предприятия
2. Коммерческая деятельность предприятия
3. Инновационная деятельность предприятия

4. Инвестиционная деятельность предприятия | 1, 2, 3, 4, 12-23 |
| 8 семестр |
| 2.1 | 2 | 1 | Методологические основы менеджмента1. Управление как специфический вид деятельности.2. Становление, эволюция менеджмента и его современные концепции3. Организация как объект менеджмента4. Система функций менеджмента5. Методы и инструменты менеджмента | 5, 6, 7, 24 - 28 |
| 2.2 | 1 | 2 | Человек в системе менеджмента1. Управление кадровым потенциалом организации2. Менеджер в организации | 5, 6, 7, 24 - 28 |
| 2.3 | 1 | 2 | Эффективность менеджмента1. Сущность эффективности управления. 2. Критерии и показатели эффективности управления. | 5, 6, 7, 24 - 28 |
| 9 семестр |
| 3.1 | 1 | 1 | Теоретические основы маркетинга1.Социально-экономическая сущность маркетинга и содержание маркетинговой деятельности2.Современная теория потребностей и поведение потребителей3. Маркетинговые исследования4. Маркетинговая информационная система 5. Особенности маркетинга в различных сферах деятельности6. Международный маркетинг | 8, 9, 10, 11, 29-37 |
| 3.2 | 1 | 1 | Стратегический маркетинг1. Сегментирование рынка
2. Анализ привлекательности рынка
3. Анализ конкурентоспособности предприятия
4. Выбор целевого рынка и позиционирование товара
5. Формулирование рыночной стратегии
 | 8, 9, 10, 11, 29-37 |
| 3.3 | 2 | 2 | Комплекс маркетинга1. Товар в системе комплекса маркетинга
2. Цена в системе маркетинг-микса
3. Управление каналами сбыта

Продвижение товара на рынок | 8, 9, 10, 11, 29-37 |
| 3.4 | 2 | 2 | Организация маркетинговой деятельности предприятия1. Концепции управления маркетингом
2. Маркетинговая деятельность предприятия: организационный аспект
3. Стратегический и операционный план маркетинга

Контроль и оценка эффективности маркетинговой деятельности | 8, 9, 10, 11, 29-37 |

**6. Содержание коллоквиумов**

Учебным планом не предусмотрены

**7. Перечень практических занятий**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №темы | Всегочасов | №занятия | Тема практического занятия. Задания, вопросы, отрабатываемые на практическом занятии | Учено-методическое обеспечение |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7 семестр |
| 1.2 | 2 | 1 | Предприятие как открытая производственная система1. Производственный процесс и производственный цикл2. Производственная мощность и производственная программаРешение задач | 8, 9, 10, 11, 29-37 |
| 1.3 | 2 | 2 | Экономические ресурсы предприятия1. Основные фонды предприятия2.Оборотные фонды и оборотные средства предприятия3. Трудовые ресурсы предприятия4. Финансовые ресурсы предприятияРешение задач | 8, 9, 10, 11, 29-37 |
| 1.4 | 2 | 3 | Конечные результаты деятельности предприятия1. Система цен на продукцию и их структура.2.Доходы и расходы предприятия.3.Себестоимость продукции и пути ее снижения.4.Формирование прибыли предприятия.Решение задач | 8, 9, 10, 11, 29-37 |
| 8 семестр |
| 2.1 | 2 | 1 | Методологические основы менеджмента1. Становление, эволюция менеджмента и его современные концепции2.Организация как объект менеджмента3.Система функций менеджмента4.Организационно-распорядительные, экономические и социально-психологические методы.Разбор практических ситуаций | 5, 6, 7, 24 - 28 |
| 2.2 | 2 | 2 | Человек в системе менеджмента1.Управление кадровым потенциалом организацииДеловая игра «Подбор и отбор персонала»2. Менеджер в организацииКонференция «Модель современного менеджера» | 5, 6, 7, 24 - 28 |
| 2.3 | 2 | 3 | Эффективность менеджмента1. Критерии и показатели эффективности управления.

Разбор практических ситуаций | 5, 6, 7, 24 - 28 |
|  |
| 3.1 | 2 | 1 | Теоретические основы маркетинга1. Маркетинговые исследования2. Маркетинговая информационная система 3. Особенности маркетинга в различных сферах деятельности | 8, 9, 10, 11, 29-37 |
| 3.2 | 2 | 2 | Стратегический маркетинг1. Сегментирование рынка
2. Анализ привлекательности рынка
3. Анализ конкурентоспособности предприятия
4. Выбор целевого рынка и позиционирование товара
5. Формулирование рыночной стратегии
 | 8, 9, 10, 11, 29-37 |
| 3.3 | 2 | 3 | Комплекс маркетинга1. Товар в системе комплекса маркетинга
2. Цена в системе маркетинг-микса
3. Управление каналами сбыта

Продвижение товара на рынок | 8, 9, 10, 11, 29-37 |
| 3.4 | 2 | 4 | Организация маркетинговой деятельности предприятия1. Концепции управления маркетингом
2. Маркетинговая деятельность предприятия: организационный аспект
3. Стратегический и операционный план маркетинга

Контроль и оценка эффективности маркетинговой деятельности | 8, 9, 10, 11, 29-37 |

1. **Перечень лабораторных работ**

Учебным планом не предусмотрены

**9. Задания для самостоятельной работы студентов**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №темы | ВсегоЧасов | Задания, вопросы, для самостоятельного изучения (задания) | Учено-методическое обеспечение |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 7семестр |
| 1.1 | 18 | Предприятие как самостоятельный хозяйствующий субъект рыночной экономикиПредприятие как юридическое лицо.Среда функционирования предприятия: Предприятие как объект государственного регулирования. Типы предприятий и их объединения.1 Проработка лекционного материала2. Проработка вопросов для самоконтроля | 8, 9, 10, 11, 29-37 |
| 1.2 | 30 | Предприятие как открытая производственная системаПроизводственный процесс и производственный цикл. Производственная структура предприятия. Производственная мощность и производственная программа1 Проработка лекционного материала2. Проработка вопросов для самоконтроля | 8, 9, 10, 11, 29-37 |
| 1.3 | 40 | Экономические ресурсы предприятияОсновные и оборотные фонды предприятия. Трудовые и финансовые ресурсы предприятия1 Проработка лекционного материала2. Проработка вопросов для самоконтроля | 8, 9, 10, 11, 29-37 |
| 1.4 | 30 | Конечные результаты деятельности предприятияСистема цен на продукцию и их структура. Доходы и расходы предприятия. Себестоимость продукции и пути ее снижения.1 Проработка лекционного материала2. Проработка вопросов для самоконтроля | 8, 9, 10, 11, 29-37 |
| 1.5 | 16 | Экономическая деятельность предприятияЛогистическая, коммерческая, инновационная и инвестиционная деятельность предприятия1. Проработка лекционного материала2. Проработка вопросов для самоконтроля | 8, 9, 10, 11, 29-37 |
| 8 семестр |
| 2.1 | 36 | Методологические основы менеджментаУправление как специфический вид деятельности.Становление, эволюция менеджмента и его современные концепции.Организация как объект менеджмента.Система функций менеджмента.Методы и инструменты менеджмента.1 Проработка лекционного материала2. Проработка вопросов для самоконтроля | 5, 6, 7, 24 - 28 |
| 2.2 | 13 | Человек в системе менеджментаУправление кадровым потенциалом организации. Менеджер в организации.1 Проработка лекционного материала2. Проработка вопросов для самоконтроля | 5, 6, 7, 24 - 28 |
| 2.3 | 13 | Эффективность менеджментаСущность эффективности управления. Критерии и показатели эффективности управления.1 Проработка лекционного материала2. Проработка вопросов для самоконтроля | 5, 6, 7, 24 - 28 |
|  |
| 3.1 | 17 | Теоретические основы маркетингаСоциально-экономическая сущность маркетинга и содержание маркетинговой деятельности. Маркетинговые исследования. Особенности маркетинга в различных сферах деятельности. Международный маркетинг1 Проработка лекционного материала2. Проработка вопросов для самоконтроля | 8, 9, 10, 11, 29-37 |
| 3.2 | 15 | Стратегический маркетингСегментирование рынка. Анализ привлекательности рынка. Анализ конкурентоспособности предприятия. Выбор целевого рынка и позиционирование товара. Формулирование рыночной стратегии.1 Проработка лекционного материала2. Проработка вопросов для самоконтроля | 8, 9, 10, 11, 29-37 |
| 3.3 | 13 | Комплекс маркетингаТовар в системе комплекса маркетинга. Цена в системе маркетинг-микса. Управление каналами сбыта. Продвижение товара на рынок.1 Проработка лекционного материала2. Проработка вопросов для самоконтроля | 8, 9, 10, 11, 29-37 |
| 3.4 | 13 | Организация маркетинговой деятельности предприятияКонцепции управления маркетингом. Маркетинговая деятельность предприятия: организационный аспект. Стратегический и операционный план маркетингаКонтроль и оценка эффективности маркетинговой деятельности.1 Проработка лекционного материала2. Проработка вопросов для самоконтроля | 8, 9, 10, 11, 29-37 |

**10. Расчетно-графическая работа**

Учебным планом не предусмотрены

**11. Курсовая работа**

Учебным планом не предусмотрена

**12. Курсовой проект**

Учебным планом не предусмотрен

**13.Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Уровень освоения учебных дисциплин обучающимися определяется следующими оценками:  «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

|  |  |
| --- | --- |
| Оценка | Характеристика |
| Отлично | заслуживает обучающийся, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, усвоивший основную литературу и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. |
| Хорошо | заслуживает обучающийся, обнаруживший полное знание учебного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе практические задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Оценка "хорошо" выставляется обучающимся, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. |
| Удовлетворительно | заслуживает обучающийся, обнаруживший знания основного учебного  материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением практических заданий, предусмотренных программой, знакомых с основной литературой, рекомендованной программой. Оценка "удовлетворительно" выставляется обучающимся, допустившим погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя. |
| Неудовлетворительно | выставляется обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий. Оценка "неудовлетворительно" ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании образовательного учреждения без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. |

**ЗАЧЕТ**

Уровень освоения учебных дисциплин обучающимися определяется по следующим критериям:  зачтено, незачтено.

|  |  |
| --- | --- |
| Критерий  | Характеристика |
| Зачтено  | заслуживает обучающийся, обнаруживший знания основного учебного  материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением практических заданий, предусмотренных программой, знакомых с основной литературой, рекомендованной программой. Зачтено выставляется обучающимся, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. |
| Незачтено | выставляется обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий. Незачтено ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании образовательного учреждения без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. |

 Перечень оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости обучающихся включает следующие оценочные средства: деловая и\или ролевая игра, кейс-задача, коллоквиум, контрольная работа, круглый стол, дискуссия, рабочая тетрадь разноуровневые задачи и задания, реферат, доклад, творческое задание, тесты, контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, экзамен, зачет.

Вид контроля – контрольная работа. Выполняется студентами заочной формы обучения. Задание для выполнения контрольной работы представлено в Методических указаниях [[http://techn.sstu.ru](http://techn.sstu.ru/)].

**Вопросы для экзамена (7 семестр)**

1. Предприятие как основное звено экономики.
2. Предпринимательство и предприятие. Предприятие как юридическое лицо.
3. Среда функционирования предприятия: внутренняя и внешняя.
4. Нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность предприятия.
5. Типы предприятия и их объединения.
6. Предприятие как открытая система. Характеристика экономической и социальной составляющих системы.
7. Промышленное предприятие как техническая система.
8. Экономическая сущность и значение основных фондов. Состав и классификация основных фондов.
9. Виды оценки и методы переоценки основных фондов.
10. Износ и амортизация основных фондов.
11. Показатели и пути улучшения использования основных фондов.
12. Оборотные фонды: понятие, состав, структура и пути улучшения использования.
13. Оборотные средства: понятие, состав, структура, источники формирования.
14. Определите потребности предприятия в оборотных средствах.
15. Показатели и пути ускорения оборачиваемости оборотных средств.
16. Персонал предприятия: понятие, количественная, качественная и структурная характеристики. Современный подход к месту и роли человека в производстве.
17. Производительность труда: понятие, показатели, методы определения. Факторы и резервы производительности труда.
18. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности.
19. Тарифные и бестарифные системы оплаты труда. Формы и системы оплаты труда.
20. Планирование как базовый элемент системы управления предприятием.
21. Стратегическое планирование. Структура и содержание годового плана предприятия.
22. Производственная программа как ведущий раздел годового плана предприятия. Производственная мощность предприятия.
23. Организация оперативного планирования предприятия.
24. Качество продукции: понятие, показатели, значение повышения. Государственные и международные стандарты и системы качества. Развитие систем управления качеством.
25. Финансовый механизм предприятия и его элементы. Финансовые ресурсы предприятия.
26. Доходы и расходы предприятия. Система цен на продукцию и их структура.
27. Налогообложение предприятия. Финансовая отчетность и финансовое планирование на предприятии.
28. Коммерческая деятельность, ее сущность и субъекты.
29. Логистический подход в управлении коммерческой деятельностью.
30. Внешнеэкономическая деятельность предприятия.
31. Государственное управление природоохранными мероприятиями.
32. Экономический механизм природоохранной деятельности предприятия.
33. Инновационная деятельность предприятия: сущность, значение, классификация инноваций.
34. Технический уровень и эффективность новой техники и технологии.
35. Техническая подготовка производства: содержание, планирование, оперативное управление.
36. Понятие и принципы инвестиционной деятельности. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Капитальные вложения.
37. Арендные механизмы и их роль в повышении инвестиционной активности предприятий. Эффективность портфельных инвестиций.

**Вопросы для зачета (8 семестр)**

1. Понятие менеджмента. Менеджмент как наука, искусство, процесс, функции управления, люди, управление организацией, аппарат управления.
2. Роль и место менеджмента в системе знаний человека и его жизнедеятельности «Пирамида менеджера».
3. Управление как общая организованных систем. Управление индивидуальной деятельностью. Управление совместной деятельностью.
4. Субъект управления. Объект управления. Основные категории в теории управления. Управление и менеджмент.
5. Функции: понятие, виды, содержание. Управление как процесс.
6. Управленческий труд: понятие, характеристика. Разделение управленческого труда.
7. Организация как объект менеджмента, его основополагающая категория. Виды организаций. Организации как открытые социально-экономические системы
8. Организационная структура: понятие, типы, факторы.
9. Научная школа управления. Административная школа. Школа человеческих отношений. Школа поведенческих наук. Процессный, системный, ситуационный подходы к менеджменту.
10. Цели в менеджменте. Управление по целям. Миссия. Управленческая стратегия.
11. Планирование: сущность, виды. Миссия, стратегия организации.
12. Мотивация: - понятие, основные теории, использование в практике менеджмента
13. Контроль и регулирование: сущность, виды, значение.
14. Организационно-распорядительные методы. Экономические методы. Социально-психологические методы.
15. Организация как функция менеджмента. Организационные структуры.
16. Полномочия и их виды. Должностные права и обязанности руководителей. Делегирование полномочий. Распределение управленческих полномочий.
17. Сущность и виды коммуникаций. Процесс коммуникации. Проблемы в межличностных контактах. Характеристики коммуникационных сетей.
18. Информация и ее восприятие. Понятие информационной системы и технологии. Аппаратные средства.
19. Управленческие решения и их классификация. Требования к обеспечению качества и эффективности управленческого решения. Алгоритм принятия управленческого решения.
20. Трудовой коллектив и его виды. Формирование и развитие трудового коллектива. Неформальные группы и управление ими.
21. Деловая карьера, ее этапы.
22. Лидерство, руководство, власть, стиль руководства. Личные качества менеджера. Самоменеджмент.
23. Изменения в организации: виды, технология. Методы преодоления сопротивления изменениям.
24. Социальная ответственность и этика менеджмента.
25. Сущность эффективности управления. Критерии и показатели эффективности управления.

**Вопросы для зачета (9 семестр)**

1. Суть, содержание, виды и функции маркетинга. Содержание и цели маркетинговой деятельности
2. Маркетинговая среда
3. Потребитель как значимый ориентир маркетинговой деятельности. Внешние и внутренние факторы поведения потребителей.
4. Процесс принятия решения о покупке.
5. Маркетинговое исследование: понятие, цели, функции. Виды маркетинговых исследований.
6. Методы сбора и информации. Процесс маркетингового исследования.
7. Информация как маркетинговый инструмент. Сущность маркетинговой информационной системы Виды маркетинговой информации.
8. Особенности международной маркетинговой деятельности.Среда международного маркетинга. Возможности выхода фирмы на международные рынки.
9. Понятие сегмента рынка и критерии сегментации. Виды сегментации. Сегментация промышленных рынков.
10. Базовые концепции анализа спроса. Спрос на потребительские товары и товары производственного назначения.
11. Понятие конкурентного преимущества. Рост взаимозависимости конкурентов. Движущие силы конкуренции в отрасли.
12. Понятие целевого рынка. Понятие позиционирования. Технология позиционирования. Ошибки позиционирования.
13. Анализ продуктового портфеля. Выбор базовой стратегии развития. Оценка возможностей для роста фирмы. Выбор конкурентной стратегии.
14. Товарная политика. Сущность товара в маркетинге. Создание и оптимизация товарного ассортимента. Жизненный цикл товара.
15. Ценовая политика в маркетинговом комплексе. Этапы ценообразования. Стратегии ценообразования.
16. Виды сбытовых каналов. Выбор канала и стратегии распределения. Торговля через посредников.
17. Природа и роль маркетинговых коммуникаций. Связи с общественностью.
18. Реклама: цели, виды, средства. Стимулирование сбыта. Персональные продажи.
19. Концепции управления маркетингом. Общая характеристика организационной структуры управления службы маркетинга.
20. Этапы развития и принципы организации службы маркетинга на предприятии. Организационная структура управления службой маркетинга для крупных, средних и небольших предприятий. Виды организационных структур службы маркетинга
21. Маркетинговое планирование: цели, роль и задачи. Составляющие плана маркетинга. Маркетинговая программа. Сущность маркетингового контроля.
22. Маркетинг-аудит. Интернет-маркетинг.
23. Маркетинговая и рыночная ориентации.
24. Маркетинг и общество: проблемы в современных условиях.

**14. Образовательные технологии**

В рамках учебного курса предусмотрено чтение лекций с применением мультимедийных технологий (не менее 20%), проведение практикумов с разбором конкретных ситуаций. Такие занятия, в сочетании с внеаудиторной самостоятельной работой, должны формировать и развивать профессиональные навыки обучающегося.

Практические занятия проводятся с использованием интерактивных методов обучения:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид занятий | Всего, час | Тема занятия | Используемые ИМО |
| 1 | 2 | 3 |  |
| 8 семестр |
| Практич. занятие | 2 | Человек в системе менеджмента | Деловая игра |
| Практич. занятие | 2 | Эффективность менеджмента | Конференция |
| 9 семестр |
| Практич. занятие | 2 | Теоретические основы маркетинга  | Конференция |
| Практич. занятие | 2 | Комплекс маркетинга | Деловая игра |

**15. Перечень учебно-методического обеспечения для обучающихся по дисциплине**

**Основная литература:**

1. Баскакова О.В. Экономика предприятия (организации) [Электронный ресурс]: учебник/ Баскакова О.В., Сейко Л.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 370 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/14122.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
2. Блинов А.О. Теория менеджмента [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Блинов А.О., Угрюмова Н.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 304 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/35317.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
3. Годин А.М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Годин А.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 656 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10938.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
4. Ефимов О.Н. Экономика предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ефимов О.Н.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2014.— 732 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/23085.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
5. Маслова Е.Л. Теория менеджмента [Электронный ресурс]: практикум для бакалавров/ Маслова Е.Л.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 160 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/17597.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
6. Нуралиев С.У. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Нуралиев С.У., Нуралиева Д.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 362 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/14064.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
7. Романов А.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 440 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/35291.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

**Дополнительная литература:**

1. Акулич И.Л. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Акулич И.Л.— Электрон. текстовые данные.— Минск: Вышэйшая школа, 2014.— 544 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/35493.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
2. Алексунин В.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Алексунин В.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 200 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/35282.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
3. Батурин В.К. Общая теория управления [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Батурин В.К.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 487 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8104.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
4. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая. – М.: ИНФРА-М-НОРМА, 2010. - 560 с. Экземпляров всего: 20.
5. Джон Иган Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления 080100, «Коммерция (торговое дело)» 080301/ Джон Иган— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 375 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/34473.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
6. Душенькина Е.А. Экономика предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Душенькина Е.А.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Научная книга, 2012.— 159 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/6269.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
7. Дьякова Т.М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дьякова Т.М.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2014.— 162 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/21548.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
8. Жариков Г.А. Маркетинг и его особенности в России [Электронный ресурс]: монография/ Жариков Г.А., Становкин С.К.— Электрон. текстовые данные.— М.: Прометей, 2014.— 140 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/30406.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
9. Ким С.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Ким С.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 258 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/24795.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
10. Коробко В.И. Теория управления [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Коробко В.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 383 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/15476.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
11. Крум Э.В. Экономика предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Крум Э.В.— Электрон. текстовые данные.— Минск: ТетраСистемс, 2013.— 192 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/28298.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
12. Михненко П.А. Теория менеджмента [Электронный ресурс]: учебник/ Михненко П.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012.— 304 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/17048.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
13. Нечитайло А.И. Экономика предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Нечитайло А.И.— Электрон. текстовые данные.— СПб.: Российский государственный гидрометеорологический университет, 2013.— 186 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/17984.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
14. Николаев Ю.Н. Экономика предприятия (фирмы). Базовые условия и экономические основы деятельности предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Николаев Ю.Н.— Электрон. текстовые данные.— Волгоград: Волгоградский институт бизнеса, Вузовское образование, 2011.— 166 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/11365.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
15. Пичурин И.И. Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг»/ Пичурин И.И., Обухов О.В., Эриашвили Н.Д.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 383 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8110.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
16. Решение задач по курсу «Экономика предприятия». Часть 1 [Электронный ресурс]: учебное пособие/ С.В. Клементьева [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана, 2011.— 80 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/31227.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
17. Решение задач по курсу «Экономика предприятия». Часть 2 [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Н.В. Забелина [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана, 2012.— 72 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/31228.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
18. Русак Е.С. Экономика предприятия [Электронный ресурс]: ответы на экзаменационные вопросы/ Русак Е.С., Сапёлкина Е.И.— Электрон. текстовые данные.— Минск: ТетраСистемс, 2013.— 141 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/28297.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
19. Семенов А.К. Теория менеджмента [Электронный ресурс]: учебник/ Семенов А.К., Набоков В.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 491 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/35318.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
20. Смелик Р.Г. Экономика предприятия (организации) [Электронный ресурс]: учебник/ Смелик Р.Г., Левицкая Л.А.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный университет, 2014.— 296 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/24961.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
21. Трухина Н.И. Экономика предприятия и производства [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Трухина Н.И., Макаров Е.И., Чугунов А.В.— Электрон. текстовые данные.— Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2014.— 123 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/30855.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
22. Чайников В.В. Экономика предприятия (организации) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Чайников В.В., Лапин Д.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский новый университет, 2010.— 480 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/21343.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
23. Чарльз Д. Шив Курс МВА по маркетингу [Электронный ресурс]/ Чарльз Д. Шив, Александр Уотсон Хайэм— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2015.— 720 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/34784.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
24. Черченко Н.В. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: ответы на экзаменационные вопросы/ Черченко Н.В.— Электрон. текстовые данные.— Минск: ТетраСистемс, Тетралит, 2014.— 112 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/28170.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
25. Экономика предприятия (фирмы): учебник / В.Я.Горфинкель, А.И.Базилевич, Л.В.Бобков [и др.]; науч. ред. В.Я.Горфинкель. – М.: Проспект, 2010. – 640 с. Экземпляров всего: 2.
26. Экономика предприятия [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов/ А.Н. Романов [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 767 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8595.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
27. Эриашвили Н.Д. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям/ Эриашвили Н.Д.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 271 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8111.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
28. Эриашвили Н.Д. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Эриашвили Н.Д., Коротков А.В., Синяева И.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 463 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10488.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
29. Яськов Е.Ф. Теория организации [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Менеджмент организации», «Государственное и муниципальное управление»/ Яськов Е.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 271 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8588.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

**Периодические издания и Интернет-ресурсы:**

1. Административно-управленческий портал. [Электронный ресурс]. URL: http://www.aup.ru.
2. Журнал «Экономика предприятия». [Электронный ресурс]. URL: http://econompred.ucoz.ru.
3. Экономический журнал. – Экономика и управление. – Москва: Российский государственный гуманитарный университет., (2012-2014), № 1-4. - ISSN:2072-8220
4. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» [Электронный ресурс]. URL: http://www.mavriz.ru
5. Журнал «Маркетинг Менеджмент». [Электронный ресурс]. URL: http://www.marketing-magazine.ru.
6. Маркетинговый сетевой журнал. [Электронный ресурс]. URL: http://www.4p.ru.

**16. Материально-техническое обеспечение**

Кафедра ЭГН располагает тремя мультимедийными аудиториями для проведения лекций, практических занятий, методическим кабинетом, оснащенным современной компьютерной и оргтехникойдля самостоятельной работы студентов.

Рабочую программу составил доц. каф. ЭГН \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Н.А. Дикун

**17. Дополнения и изменения в рабочей программе**

#### Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры ЭГН

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 201 \_\_\_ года, протокол № \_\_\_\_\_\_\_\_\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Ю.А. Кадыкова

Внесенные изменения утверждены на заседании УМКН ТЛПР

«\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 201 \_\_ года, протокол № \_\_\_\_

Председатель УМКН \_\_\_\_\_\_\_\_А.В. Яковлев