

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Вологодская государственная
молочнохозяйственная академия имени Н.В. Верещагина»

Экономический факультет

Кафедра экономики и управления в АПК

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Менеджмент и маркетинг в машиностроении

Направление подготовки:

15.03.02 Технологические машины и оборудование

Профиль:

Машины и аппараты пищевых производств

Квалификации выпускника:

бакалавр

Вологда – Молочное
2024

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 15.03.02 Технологические машины и оборудование.

Разработчик, к.э.н., доцент Шилова И. Н., ст. преп. Фатеева Н. В.

Программа одобрена на заседании кафедры экономики и управления в АПК от «25» января 2024 года, протокол № 6.

Зав. кафедрой, к.э.н., доцент Шилова И. Н.

Рабочая программа дисциплины согласована на заседании методической комиссии экономического факультета от «15» февраля 2024 года, протокол № 6.

Председатель методической комиссии, к.филол.н., доцент Дьякова Н.С.

1 Цель и задачи учебной дисциплины

Цель изучения дисциплины формирование у выпускников современных знаний в области менеджмента маркетинга и роли управления производством в условиях рыночной экономики.

Задачи дисциплины:

1. Ознакомление студентов с теорией и практикой менеджмента и маркетинга.
2. Применение этих знаний в практике деятельности предприятий и организаций машиностроения.
3. Получение необходимых навыков в организации управления и принятия управленческих решений во всех видах и уровнях управленческой и маркетинговой деятельности.
4. Получение навыков использования в практической деятельности организаций информации, полученной в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте.

2 Место учебной дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в машиностроении» является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.ДВ.04.01) федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 15.03.02 Технологические машины и оборудование профиль Машины и аппараты пищевых производств.

К числу входных знаний, навыков и компетенций студента, приступающего к изучению курса «Менеджмент и маркетинг, должно относиться следующее:

- наличие базовых знаний и практических навыков осуществления математических вычислений;
- наличие базовых теоретических знаний в сфере менеджмента, маркетинга и экономики;
- умение использовать, обобщать и анализировать информацию, ставить цели и находить пути их достижения в условиях формирования и развития информационного общества;
- наличие навыка работы с количественной информацией;

Освоение учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг» базируется на знаниях и умениях, полученных студентами при изучении таких дисциплин как «История», «Философия», «Экономическая теория».

Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, необходимы для изучения последующих дисциплины «Экономика качества».

Область профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата (далее - выпускники), могут осуществлять профессиональную деятельность:

28 Производство машин и оборудования (в сферах: оптимизации структуры производственных процессов; разработки проектов промышленных процессов и производств; эксплуатации технологических комплексов механосборочных производств; разработки конструкторской, технологической, технической документации комплексов механосборочного производства и машиностроения);

40 Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности (в сферах: технологического обеспечения заготовительного производства на машиностроительных предприятиях; технологической подготовки производства деталей машиностроения; проектирования машиностроительных производств, их основного и вспомогательного оборудования, инструментальной техники, технологической оснастки; проектирования транспортных систем машиностроительных производств; разработки нормативно-технической и плановой документации, системы стандартизации и сертификации; разработки средств и методов испытаний и контроля качества машиностроительной продукции).

22 Пищевая промышленность, включая производство напитков и табака (в сфере технологий комплексной переработки мясного и молочного сырья).

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники могут готовиться к решению *задач профессиональной деятельности* следующих типов: производственно-технологический; проектно-конструкторский; научно-исследовательский.

Объекты профессиональной деятельности: машины и оборудование различных комплексов и машиностроительных производств, технологическое оборудование; ваку-умные и компрессорные машины, гидравлические машины, гидроприводы и гидропневмоавтоматика; технологическая оснастка и средства механизации и автоматизации технологических процессов машиностроения; производственные технологические процессы, их разработка и освоение новых технологий; средства информационного, метрологического, диагностического и управленческого обеспечения технологических систем для достижения качества выпускаемых изделий; нормативно-техническая документация, системы стандартизации и сертификации, методы и средства испытаний и контроля качества изделий машиностроения.

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-10 способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИД-1 _{УК-10} Умеет принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
	ИД-2 _{УК-10} Знает основные методы и принципы принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности
	ИД-3 _{УК-10} Владеет методами и принципами принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности

4 Структура и содержание учебной дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

4.1 Структура учебной дисциплины

Вид учебной работы	Всего часов (очно)	Семестр 8	Всего часов (заочно) 5 семестр
Аудиторные занятия (всего)	22	22	8
В том числе:			
Лекции (Л)	11	11	4
Практические занятия (ПЗ)	11	11	4
Лабораторные работы (ЛР)			
Самостоятельная работа	78	78	96
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет	Зачет
Контроль	8	8	4
Общая трудоемкость дисциплины, часы	108	108	108
Зачетные единицы	4	4	4

4.2 Содержание разделов учебной дисциплины

Раздел 1 Менеджмент в машиностроении

Тема 1. Сущность и содержание понятия «менеджмент»

Определение понятий «управление» и «менеджмент». Управление как информационный и функциональный процесс. Принципы управления. Методы управления. Современные подходы к менеджменту.

Тема 2. Организация как система. Исследования в маркетинге

Определение и общие характеристики организаций. Типы совместной деятельности в организации. Внутренняя и внешняя среда организации. Методы исследования внутренней и внешней среды организации. Маркетинговые исследования.

Тема 3. Основные функции управления

Функция планирования. Функция организации. Делегирование полномочий. Организационные структуры управления. Функция мотивации. Функция контроля. Коммуникационный процесс. Процесс принятия решений.

Тема 4. Социально-психологические основы менеджмента

Функции современных руководителей предприятий машиностроения. Требования к качествам руководителя и их взаимосвязь с уровнем организационной иерархии. Классификации управленческих ролей. Маркетинговые службы предприятий машиностроения. Формы власти и влияния. Теории лидерства. Стили руководства. Понятие и причины конфликта, типологии конфликтов. Управление конфликтами и стрессами.

Раздел 2 Маркетинг в машиностроении

Тема 5. Введение в маркетинг

Понятие маркетинга . Значение маркетинга. Маркетинг – инструмент предпринимательства. Основные категории маркетинга. Эволюция маркетинга и концепции. Принципы маркетинга . Цели и задачи маркетинга . Функции маркетинга. Маркетинговая среда предприятия

Тема 6. Товар и товарная политика

Товарная политика и производственная программа предприятия. Полезность товара для потребителя. Конкурентоспособность товара. Подходы к выбору целевых сегментов потребителей . Процесс создания нового товара. Жизненный цикл продукта . Формирование и обновление производственной программы

Тема 7. Ценовая, сбытовая (распределительная) и коммуникационная политика

Понятие ценовой политики . Основные стратегии ценообразования. Методы ценообразования. Понятия и задачи распределительной политики. Системы сбыта. Посредники по сбыту и их функции. Методы товародвижения и сбыта. Выбор системы сбыта. Управление сбытом. Коммуникационная политика. Стимулирование сбыта. Сервис

4.3 Разделы учебной дисциплины и вид занятий

п/п	Наименование разделов учебной дисциплины	Лекции	Практические занятия	СРС	Контроль	Всего часов
1	Менеджмент в машиностроении	6	6	57	4	73
2	Маркетинг в машиностроении	5	5	57	4	71
Всего часов		11	11	114	8	144

4.4 Лабораторный практикум

Не предусмотрен.

5 Матрица формирования компетенций по дисциплине

№ п/ п	Раздел дисциплины	Универсальные компетенции	Общее количество компетенций
		УК-10	
1	Менеджмент в машиностроении	+	1
2	Маркетинг в машиностроении	+	1

6 Образовательные технологии

Объем аудиторных занятий: всего 22 час., в том числе лекции 11 часов, практические занятия 11 часов, лабораторные работы не предусмотрены, интерактивные занятия от общего объема аудиторных занятий составляют 36%.

Вид занятия (Л, ПЗ, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов и период проведения	
		час.	семестр
Л	Лекция-визуализация на тему «Сущность и содержание понятия «менеджмент»	2	8
Л	Лекция-визуализация на тему «Маркетинговые исследования»	2	8
Л	Лекция-визуализация на тему «Целевой маркетинг, отраслевые особенности выбора целевого сегмента»	2	8

Л	Лекция-визуализация на тему «Товар и товарная политика в маркетинге»	2	8
Итого		8	

**7 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.
Оценочные средства для текущего контроля успеваемости,
промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

7.1 Виды самостоятельной работы, порядок их выполнения и контроля

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды СРС	Порядок выполнения СРС	Метод контроля
1	Менеджмент в машиностроении	Подготовка к собеседованию, тестированию	Работа с лекционным материалом, основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами Кейс – задача Группой проект	Устный опрос Презентация Письменный ответ
2	Маркетинг в машиностроении	Подготовка к собеседованию, тестированию	Работа с лекционным материалом, групповая работа, индивидуальная работа Разноуровневые задания Кейс - задача Творческое задание	Устный опрос Презентация Письменный ответ

7.2 Контрольные вопросы для самопроверки

№ п/п	Раздел дисциплины	Контрольные вопросы для самопроверки
1	Менеджмент в машиностроении	1. Этапы развития науки управления за рубежом и у нас в стране. 2. Особенности управленческого труда. Специфика управленческой деятельности в машиностроении. 3. Почему объективно необходимо постоянно со-

	<p>вершенствовать практику управления организацией?</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Цели организации. Требования формулировке организационных целей. Миссия фирмы. 5. Цели руководства. Система руководящей деятельности, её назначение и структура. 6. Эффективность руководящей деятельности. 7. Базовые правила (принципы) совместной работы в организации. Идеология фирмы. Её практическая значимость. 8. Функции управления: Содержание и практическая значимость. 9. Методы руководства (экономические, организационно – распорядительные, социально – психологические). 10. Требования к постановке задачи к подчинённому. Методы распорядительства. 11. Сущность процесса принятия решений. 12. Этапы и методы принятия решений. Искусство принятия решений. 13. Принятие решений руководителем с помощью коллектива. 14. Контроль как функция управления. Требования к эффективному контролю. Система контроля в организации. 15. Регулирование деятельности организации. Методы регулирования. 16. Понятие стиля руководства. Положительные и негативные стили. 17. Бюрократический стиль руководства его сущность и последствия. Стратегия и тактика борьбы с бюрократизмом. 18. Демократический стиль руководства. Как его формировать. 19. Системный подход к управлению организацией. Пример его практического применения. 20. Стратегия организации. Как её формировать? 21. Социальная психология личности. Факторы, определяющие поведение личности. 22. Первичный коллектив (малая группа). Как формировать эффективные группы? 23. Мотивация. Теории мотивации. 24. Формирование сознательной дисциплины в коллективе. 25. Условия удовлетворённости работника своим
--	--

		<p>трудом. Как управлять поведением личности в организации.</p> <p>26. Понятие организационной культуры, её содержание способы формирования.</p> <p>27. Созидательный и разделительный типы организаций, их характеристика.</p> <p>28. Конфликт, профилактика и управление конфликтами. Этика служебных отношений.</p> <p>29. Управление стрессами и организационными изменениями.</p> <p>30. Сущность организации управления. Метод «коллективная организация управления».</p> <p>31. Как разработать структуру управления в организации?</p> <p>32. Типы организационных структур управления, их характеристика.</p> <p>33. Особенности структур управления в сельскохозяйственных предприятиях.</p> <p>34. Распределение полномочий в системе управления. Должностное регламентирование.</p> <p>35. Содержание, порядок разработки и утверждения должностной инструкции.</p> <p>36. Содержание, порядок разработки и утверждения положения о подразделении.</p> <p>37. Организация труда управленческого персонала: задачи и содержание.</p> <p>38. Техника личной работы управленца. Организация и проведение совещания.</p> <p>39. Сущность оперативного управления организацией. Создание диспетчерской службы: порядок её работы.</p> <p>40. Организация и проведение оперативного совещания (планёрки).</p> <p>41. Методика оценки эффективности системы управления в хозяйственной организации.</p> <p>42. Оценка экономической эффективности управления в организации.</p> <p>43. Особенности организации управления в условиях различных организационно-правовых форм хозяйствования.</p>
2	Маркетинг в машиностроении	<p>1. История, проблемы и перспективы развития маркетинга в России.</p> <p>2. Использование маркетинга в практической деятельности российских предприятий.</p>

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Сущность, содержание и основные социально-экономические понятия маркетинга. 4. Основные виды маркетинга 5. Основные принципы маркетинга 6. Характеристика основных маркетинговых концепций. 7. Характеристика маркетинговой среды фирмы. 8. Основные направления маркетинговых исследований. 9. Информационное обеспечение маркетинговых исследований. 10. Цели, принципы и методы маркетинговых исследований. 11. Роль и классификация потребителей на рынке. 12. Теории мотивации, используемые в маркетинге. 13. Значение и классификация потребностей. 14. Анализ основных факторов, определяющих поведение потребителей. 15. Основные направления изучения потребителей. 16. Определение и оценка емкости рынка и рыночного потенциала. 17. Методы определения и прогнозирования рыночной доли предприятия. 18. Конкурентоспособность предприятия на рынке производимой продукции. 19. Понятие, значение и задачи сегментации рынка. 20. Формирование сегмента рынка. 21. Ниша рынка: понятие, виды и методика поиска. 22. Стратегия маркетинговой деятельности на целевых рынках. 23. Позиционирование товара. 24. Формирование и задачи ценовой политики предприятия. 25. Классификация цен и характеристика стратегий ценообразования 26. Разработка стратегий ценообразования. 27. Методы ценообразования. 28. Сущность, принципы и методы маркетинговых коммуникаций. 29. Понятие рекламы, ее виды и функции на рын-
--	--	---

	<p>ке товаров и услуг.</p> <p>30. Разработка рекламного обращения.</p> <p>31. Обоснование выбора средств распространения рекламы, времени и частоты выхода рекламного сообщения.</p> <p>32. Оценка эффективности рекламы.</p> <p>33. Позиционирование товара на рынке.</p> <p>34. Характеристика жизненного цикла товара.</p> <p>35. Формирование товарной политики предприятия.</p> <p>36. Ассортиментная политика предприятия</p> <p>37. Методы оптимизации ассортимента предприятия.</p> <p>38. Инновационная политика предприятия, разработка новых товаров.</p> <p>39. Упаковка и маркировка товаров.</p> <p>40. Товарно-знаковая символика.</p> <p>41. Организация товародвижения на предприятии.</p> <p>42. Характеристика и особенности построения каналов сбыта продукции.</p> <p>43. Организация оптовой торговли.</p> <p>44. Розничная торговля.</p> <p>45. Стимулирование сбыта</p> <p>46. Сущность, цели и особенности международного маркетинга.</p> <p>47. Принципы и методы выхода фирмы на международный рынок.</p> <p>48. Стратегии предприятий на международном рынке.</p> <p>49. Управление, планирование и контроль в маркетинге.</p> <p>50. Маркетинговые организационные структуры.</p> <p>51. Этапы совершенствования организационных структур маркетинга на предприятии.</p>
--	---

7.3 Вопросы для промежуточной аттестации

Вопросы к зачету

Раздел 1 Менеджмент в машиностроении

1. Определение понятий «управление» и «менеджмент»
2. Управление как информационный и функциональный процесс

3. Принципы менеджмента
4. Методы менеджмента
5. Современные подходы менеджмента
6. Определение и общие характеристики организаций
7. Типы совместной деятельности в организации
8. Внутренняя и внешняя среда организации
9. Методы исследования внутренней и внешней среды организации
10. Маркетинговые службы предприятий машиностроения
11. Функция планирования
12. Функция организации
13. Делегирование полномочий
14. Организационные структуры управления
15. Функция мотивации
16. Функция контроля
17. Коммуникационный процесс
18. Процесс принятия решений
19. Функции современных руководителей предприятий машиностроения
20. Требования к качествам руководителя и их взаимосвязь с уровнем организационной иерархии
21. Классификации управленческих ролей
22. Формы власти и влияния
23. Теории лидерства
24. Стили руководства
25. Понятие и причины конфликта, типологии конфликтов.
26. Управление конфликтами и стрессами

Раздел 2 Маркетинг в машиностроении

27. Понятие маркетинга
28. Значение маркетинга
29. Маркетинг – инструмент предпринимательства
30. Основные категории маркетинга
31. Эволюция маркетинга и концепции
32. Принципы маркетинга
33. Цели и задачи маркетинга
34. Функции маркетинга
35. Маркетинговая среда предприятия
36. Товарная политика и производственная программа предприятия
37. Полезность товара для потребителя
38. Конкурентоспособность товара
39. Подходы к выбору целевых сегментов потребителей
40. Процесс создания нового товара.
41. Жизненный цикл продукта
42. Формирование и обновление производственной программы

43. Понятие ценовой политики
44. Основные стратегии ценообразования
45. Методы ценообразования
46. Понятия и задачи распределительной политики
47. Системы сбыта
48. Посредники по сбыту и их функции
49. Методы товародвижения и сбыта
50. Выбор системы сбыта
51. Управление сбытом
52. Коммуникационная политика.
53. Стимулирование сбыта.
54. Сервис

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература

1. Солдатов, В. Г. Менеджмент в машиностроении: учебное пособие для вузов / В. Г. Солдатов, Я. А. Вавилин. — Санкт-Петербург: Лань, 2021. — 292 с. — ISBN 978-5-8114-7315-1. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/174967>

2. Маркетинг и менеджмент технического сервиса машин и оборудования [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. Н. Шиловский, А. В. Питухин, В. М. Костюкевич. - Электрон.дан. - Санкт-Петербург: Лань, 2021. - 272 с. - (Учебники для вузов) (Специальная литература). - Внешняя ссылка: <https://e.lanbook.com/book/168754>

3. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебник / Ю. В. Гуськов. - Электрон.дан. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 263 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/go.php?id=1063629>

4. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. - Электрон.дан. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 337 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/go.php?id=1078335>

б) Дополнительная литература

1. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 6-е изд., перераб. и доп. - Электрон.дан. - Москва: Магистр : ИНФРА-М, 2020. - 656 с. - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/go.php?id=1064558>

2. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика [Электронный ресурс] : монография / Т. Е. Никитина, К. А. Смирнов. - Электрон.дан. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 166 с. - (Научная мысль). - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/go.php?id=1052212>

3. Основы маркетинга [Электронный ресурс] : учебник / Ю. Н. Егоров. - 2-е изд., перераб. и доп. - Электрон.дан. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 292 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/go.php?id=1069190>

4. Менеджмент организации: теория, история, практика [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. Г. Тихомирова, Б. А. Варламов. - Электрон.дан. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 256 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/go.php?id=1057222>

в) Перечень информационных технологий, используемых в обучении, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows XP / Microsoft Windows 7 Professional , Microsoft Office Professional 2003 / Microsoft Office Professional 2007 / Microsoft Office Professional 2010

STATISTICA Advanced + QC 10 for Windows

в т.ч. отечественное

Astra Linux Special Edition РУСБ 10015-01 версии 1.6.

1С: Предприятие 8. Конфигурация, 1С: Бухгалтерия 8 (учебная версия)

Project Expert 7 (Tutorial) for Windows

СПС КонсультантПлюс

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный

Свободно распространяемое лицензионное программное обеспечение:

OpenOffice

LibreOffice

7-Zip

Adobe Acrobat Reader

Google Chrome

в т.ч. отечественное

Яндекс. Браузер

Информационные справочные системы

– Единое окно доступа к образовательным ресурсам – режим доступа: <http://window.edu.ru/>

– ИПС «КонсультантПлюс» – режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

– Интерфакс - Центр раскрытия корпоративной информации (сервер раскрытия информации) – режим доступа: <https://www.e-disclosure.ru/>

– Информационно-правовой портал ГАРАНТ.RU – режим доступа: <http://www.garant.ru/>

– Автоматизированная справочная система «Сельхозтехника» (web-версия) - режим доступ: <http://gtexam.ru/>

Профессиональные базы данных

– Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – режим доступа:

<http://elibrary.ru>

– Научометрическая база данных Scopus: база данных рефератов и цитирования – режим доступа:

<https://www.scopus.com/customer/profile/display.uri>

– Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики – режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/> (Открытый доступ)

– Российская Академия Наук, открытый доступ к научным журналам – режим доступа: <http://www.ras.ru> (Открытый доступ)

– Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации – режим доступа: <http://mcs.ru/> (Открытый доступ)

Электронные библиотечные системы:

- Электронный библиотечный каталог Web ИРБИС – режим доступа: https://molochnoe.ru/cgi-bin/irbis64r_14/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBNAM=STATIC&I21DBN=STATIC

- ЭБС ЛАНЬ – режим доступа: <https://e.lanbook.com/>

- ЭБС Znanium.com – режим доступа: <https://new.znanium.com/>

- ЭБС ЮРАЙТ – режим доступа: <https://urait.ru/>

- ЭБС POLPRED.COM: <http://www.polpred.com/>

- Электронная библиотека издательского центра «Академия»: <https://www.academia-moscow.ru/elibrary/> (коллекция СПО)

- ЭБС ФГБОУ ВО Вологодская ГМХА – режим доступа: <https://molochnoe.ru/ebs/>

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория 5101 лекционная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций; государственной итоговой аттестации. Учебная мебель: столы – 31, стулья – 70, доска меловая. Основное оборудование: экран для проектора 1 шт., проектор - 1 шт., компьютер в комплекте - 1 шт.

Учебная аудитория 5103 Компьютерный класс, для проведения семинарских и практических занятий, групповых консультаций Основное оборудование: экран для проектора 1 шт., проектор - 1 шт., компьютер в комплекте - 15 шт.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ

Для обеспечения образования инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья реализация дисциплины может осуществляться в адаптированном виде, исходя из индивидуальных психофизических особенностей и по личному заявлению обучающегося, в части создания специальных условий. В специальные условия могут входить: предоставление отдельной аудитории, необходимых технических средств, присутствие ассистента, оказывающего необходимую техническую помощь,

выбор формы предоставления инструкции по порядку проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, использование специальных технических средств, предоставление перерыва для приема пищи, лекарств и др.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

11. Карта компетенций дисциплины

Название дисциплины (код и название направления подготовки) Менеджмент и маркетинг в машиностроении (направление подготовки 15.03.02 Технологические машины и оборудование)						
Цель дисциплины		формирование у выпускников современных знаний в области менеджмента маркетинга и роли управления производством в условиях рыночной экономики.				
Задачи дисциплины		<ol style="list-style-type: none"> 1. Ознакомление студентов с теорией и практикой менеджмента и маркетинга, 2. Применение этих знаний в практике деятельности предприятий и организаций, 3. Получение необходимых навыков в организации управления и принятия управленческих решений во всех видах и уровнях управленческой и маркетинговой деятельности, 4. Получение навыков использования в практической деятельности организаций информации, полученной в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте. 				
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие						
Компетенции		Перечень компонентов (планируемые результаты обучения)	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Ступени уровней освоения компетенции	
Индекс	Формулировка					
Универсальные компетенции						
УК-10	способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	<p>ИД-1_{УК-10} Умеет принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p> <p>ИД-2_{УК-10} Знает основные методы и принципы принятия</p>	<p>Лекции</p> <p>Практические занятия</p> <p>Самостоятельная работа</p> <p>Интерактивные занятия</p>	<p>Тестирование</p> <p>Устный ответ</p> <p>Контрольная работа</p> <p>Индивидуальная работа</p>	<p>Пороговый (удовлетворительный)</p> <p>Знает основные методы и принципы принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности</p> <p>Продвинутый (хорошо)</p>	

		<p>обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности</p> <p>ИД-3_{УК-10} Владеет методами и принципами принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности</p>			<p>Умеет принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p> <p>Высокий (отлично)</p> <p>Владеет методами и принципами принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности</p>
--	--	---	--	--	--