

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. В.П. Астафьева
(КГПУ им. В.П. Астафьева)

Институт математики, физики информатики

Кафедра технологии и предпринимательства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ПРИКЛАДНОЙ МАРКЕТИНГ И МЕНЕДЖМЕНТ

Направление подготовки:

44.03.01 Педагогическое образование

Направленность (профиль) /название программы:

Технология с основами предпринимательства

квалификация (степень):

Бакалавр

очная форма обучения

Красноярск 2020

Рабочая программа дисциплины «Прикладной маркетинг и менеджмент» составлена ст. преподавателем кафедры технологии и предпринимательства Н. Г. Кареповой, ст. преподавателем кафедры технологии и предпринимательства Е.А. Степановым

Рабочая программа дисциплины дополнена и скорректирована на заседании кафедры технологии и предпринимательства

8 мая 2019 г., протокол № 9

и.о. заведующего кафедрой

канд. тех. наук, доцент  С.В. Бортновский

Одобрено НМСС(Н)

Института математики, физики и информатики

16 мая 2019 г., протокол № 8

Председатель  С.В. Бортновский

Рабочая программа дисциплины актуализирована старшим преподавателем кафедры технологии и предпринимательства Е.А. Степановым

Рабочая программа дисциплины дополнена и скорректирована на заседании кафедры технологии и предпринимательства

« 06 » 05 2020 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой _____  С.В. Бортновский

Одобрено НМСС(Н)

Института математики, физики и информатики

« 20 » 05 2020 г., протокол №8

Председатель _____  С.В. Бортновский

**Лист внесения
изменений**

Дополнения и изменения в рабочую программу
дисциплины на 2020/2021 учебный год

В программу вносятся следующие изменения:

1. Обновлены титульные листы рабочей программы, фонда оценочных средств в связи с изменением ведомственной принадлежности – Министерству просвещения Российской Федерации.

2. Обновлена и согласована с Научной библиотекой КГПУ им. В.П. Астафьева «Карта литературного обеспечения (включая электронные ресурсы)», содержащая основную и дополнительную литературу, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.

3. Обновлена «Карта материально-технической базы дисциплины», включающая аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы обучающихся в КГПУ им. В.П. Астафьева) и комплекс лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

Программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры ТиП

« 06 » 05 2020 г., протокол № 5

Внесенные изменения утверждаю:

Заведующий кафедрой _____ С.В. Бортновский

Одобрено НМСС(Н)

Института математики, физики и информатики

« 20 » 05 2020 г., протокол №8

Председатель _____ С.В. Бортновский

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Рабочая программа дисциплины «Прикладной маркетинг и менеджмент» разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 44.03.01 Педагогическое образование, утвержденным приказом Минобрнауки РФ от 22.02.2018 г. № 121; Федеральным законом «Об образовании в РФ» от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ; профессиональным стандартом «Педагог», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 18.10.2013 г. № 544н.; нормативно-правовыми документами, регламентирующими образовательный процесс в КГПУ им. В.П.Астафьева по направленности (профилю) образовательной программы Технология с основами предпринимательства, очной формы обучения на кафедре технологии и предпринимательства ИМФИ КГПУ им. В.П. Астафьева, с присвоением квалификации бакалавр.

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы. Учебный курс «Прикладной маркетинг и менеджмент» относится к предметно-практической части учебного плана основной образовательной программы и основывается на ранее изученных дисциплинах направления подготовки 44.03.01 «Педагогическое образование». Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.ВД.02.04 Преподавание дисциплины ведется на 4 курсе обучения, в 4 семестре.

2. Трудоемкость дисциплины включает в себя общий объем времени, отведенный на изучение дисциплины и составляет 2 з.е. (72 часа). Из них на контактную работу с преподавателем (различные формы аудиторной работы) отводится 36,25 часов и на самостоятельную работу обучающегося – 35,75 часа.

Форма итогового контроля – зачет.

3. Цели освоения дисциплины является углубление знаний и выработка практических умений студентов в области организации и управления маркетинговой деятельностью на предприятиях различных отраслей, ознакомление студентов с процессами формирования и развития современного маркетинга и менеджмента.

4. Планируемые результаты обучения.

ПК-1 Способен организовывать индивидуальную и совместную учебно-проектную деятельность обучающихся в соответствующей предметной области;

ПК-2 Способен поддерживать образцы и ценности социального поведения, навыки поведения в мире виртуальной реальности и социальных сетях;

ПК-6 Способен к участию в предпринимательской деятельности в сфере образовательных услуг

Таблица 1.
«Планируемые результаты обучения»

| | | |
|--|--|--|
| 1. Формирование и развитие у студента способностей организации индивидуальной и совместной учебно-проектной деятельности обучающихся в предметном контексте учебной дисциплины и | Знать: Знать и понимать смыслы, принципы и механизмы проектной деятельности и проектных технологий | ПК-1 Способен организовывать индивидуальную и совместную учебно-проектную деятельность обучающихся в соответствующей предметной области |
| | Уметь: Использовать технологии проектной деятельности в качестве учебных, дидактических инструментов для работы с учащимися | |
| | Владеть: Практическими навыками организации учебно-проектной деятельности обучающихся в разных предметно-тематических контекстах | |
| 2. Формирование ценностей социального поведения, навыки поведения в мире виртуальной реальности и социальных сетях | Знать: Установки обучающихся на использование образцов и ценностей социального поведения | ПК-2 Способен поддерживать образцы и ценности социального поведения, навыки поведения в мире виртуальной реальности и социальных сетях |
| | Уметь: Демонстрировать знание правил безопасного поведения в мире виртуальной реальности | |
| | Владеть: Возможностями и интернет пространства и социальных сетей в качестве инструмента взаимодействия с субъектами образовательного процесса | |
| 3. Сформировать способность к участию в предпринимательской деятельности в сфере образовательных услуг | Знать: Информацию о видах предпринимательской деятельности в сфере образовательных услуг | ПК -6 Способен к участию в предпринимательской деятельности в сфере образовательных услуг |
| | Уметь: Применять информацию предпринимательской деятельности в сфере образовательных услуг | |
| | Владеть: Информацией о предпринимательской деятельности в сфере образовательных услуг | |

5. Контроль результатов освоения дисциплины.

Методы текущего контроля успеваемости:

- посещение занятий;
- контрольные задания (работа) и их защита;
- написание тестов;
- вопросы к зачёту.

Форма итогового контроля по дисциплине – зачёт.

Оценочные средства результатов освоения дисциплины, критерии оценки выполнения заданий представлены в разделе «Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся».

6. Перечень образовательных технологий, используемых при освоении дисциплины.

В рамках учебного процесса по дисциплине используются технологии современного традиционного обучения (лекционно - семинарская система).

Интерактивные технологии.

Технологии индивидуализации обучения.

Технологии интеграции в образовании.

Технологии продуктивного образования.

Технологии эвристического образования.

2. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ

2.1. Технологическая карта обучения дисциплине

Прикладной маркетинг и менеджмент

(наименование дисциплины)

Для обучающихся образовательной программы

Уровень бакалавриата, 44.03.01 Педагогическое образование

(указать уровень, код и наименование направления подготовки,)

Технология с основами предпринимательства, очная форма

(указать профиль/ название программы и форму обучения)

(общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.)

| Наименование разделов и тем дисциплины | Всего часов | Аудиторных часов | | Внеауди- торных часов | КОНТРОЛЬ |
|--|-------------|------------------|----------|-----------------------------|----------|
| | | Лекции | Семинары | | |
| 1. Основы и развития менеджмент | 10 | 2 | 2 | 6 | |
| 1.1.История менеджмента: основные этапы, научные школы, | | | 1 | | |
| 1.2. Основные концепции менеджмента | | | 1 | | |
| 2. Социальные основы маркетинга и маркетинговые исследование | 6 | 2 | 2 | 2 | |
| 2.1. Основные понятия маркетинга, содержание и виды, принципы и методы маркетинга. | | | 1 | | |
| 2.2. Система маркетинговых исследований, система маркетинговой информации, средства сбора информации, исследование товарных рынков. | | | 1 | | |
| 3. Методологические основы менеджмента | 8 | 1 | 1 | 6 | |
| 3.1.Система методов менеджмента, методы управленческого воздействия, организационная культура, методы управления организационными изменениями. | | | 1 | | |
| 4. Исследование рынка товаров потребительского и производственного назначения | 8 | 1 | 1 | 6 | |
| 4.1. Покупательское поведение потребителей, | | | 1 | | |

| | | | | | |
|---|-----------|-----------|-----------|--------------|-------------|
| характеристики потребительских товаров, процесс принятия решения о покупке, исследование рынка товаров производственного назначения. | | | | | |
| 5. Связующие процессы в менеджменте | 8 | 2 | 2 | 4 | |
| 5.1. Управление как процесс, решение в процессе управления, методы оптимизации управленческих решений, коммуникации в менеджменте (связующие процессы). | | | 2 | | |
| 6. Человек в системе менеджмента | 12 | 4 | 4 | 6 | |
| 6.1. Человеческие ресурсы управления, цели, задачи и функции менеджера, стили управления, эффективность и качество управления. | | | 4 | | |
| 7. Маркетинговая среда фирмы и сегментация рынка | 6 | 2 | 2 | 2 | |
| 7.1. Сегментация рынка, маркетинговая среда, стратегия, планирование и контроль в маркетинге, исследование конкурентов. | | | 2 | | |
| 8. Разработка товара и установление цен на товары | 6 | 2 | 2 | 2 | |
| 8.1. Товар и товарная политика, разработка новых товаров, установление цен и политика ценообразования. | | | 2 | | |
| 9. Реализация товара и система маркетинговых коммуникаций | 6 | 2 | 2 | 1,75 | |
| 9.1. Оптовая и розничная торговля, продвижение товара, каналы распределения товаров и товародвижения, сбыт, реклама товара. | | | 2 | | |
| | 72 | 18 | 18 | 35,75 | 0,25 |
| Форма итогового контроля по учебному плану | | | | | Зачет |

2.2. СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНЫХ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Модуль 1. Основы и развития менеджмента

Основные этапы, научные школы и концепции управления, функции и цели менеджмента, организация как объект управления, организационные структуры управления.

Модуль 2. Социальные основы маркетинга, маркетинговые исследование товарных рынков

Основные понятия маркетинга, концепции маркетинга, содержание и виды, принципы и методы маркетинга, система маркетинговых исследований, система маркетинговой информации, средства сбора информации, исследование товарных рынков.

Модуль 3. Методологические основы менеджмента

Система методов менеджмента, методы управленческого воздействия, организационная культура, методы управления организационными изменениями.

Модуль 4. Исследование рынка товаров потребительского и производственного назначения

Покупательское поведение потребителей, характеристики потребительских товаров, процесс принятия решения о покупке, исследование рынка товаров производственного назначения.

Модуль 5. Связующие процессы в менеджменте

Управление как процесс, решение в процессе управления, методы оптимизации управленческих решений, коммуникации в менеджменте (связующие процессы).

Модуль 6. Человек в системе менеджмента

Человеческие ресурсы управления, цели, задачи и функции менеджера, стили управления, эффективность и качество управления.

Модуль 7. Маркетинговая среда фирмы и сегментация рынка

Сегментация рынка, маркетинговая среда, стратегия, планирование и контроль в маркетинге, исследование конкурентов.

Модуль 8. Разработка товара и установление цен на товары

Товар и товарная политика, разработка новых товаров, установление цен и политика ценообразования.

Модуль 9. Реализация товара и система маркетинговых коммуникаций

Оптовая и розничная торговля, продвижение товара, каналы распределения товаров и товародвижения, сбыт, реклама товара

2.3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «*Прикладной маркетинг и менеджмент*» изучается в течение одного (восьмого) семестра.

Основными видами учебной деятельности при изучении данной дисциплины являются: лекции, практические занятия (семинарские работы), самостоятельная работа студента.

Таблица 2 дает представление о распределении общей трудоемкости дисциплины по видам учебной деятельности.

Таблица 2.

| Дисциплина | Общая трудоемкость | Аудиторные занятия | | | Самостоятельная работа | Контроль |
|--|--------------------|--------------------|----------|--|------------------------|----------|
| | | Всего | Лекции | Практические занятия (лабораторные работы) | | |
| <i>Прикладной маркетинг и менеджмент</i> | 72 часов (2 з.е.) | 36,75 часов | 18 часов | 18 часов | 35,25 часов | 0,25 |

Лекции являются одним из основных видов учебной деятельности в вузе, на которых преподавателем излагается содержание теоретического курса дисциплины. Рекомендуется конспектировать материал лекций.

На практических занятиях происходит закрепление изученного теоретического материала и формирование профессиональных умений и навыков. Студент на семинарских занятиях выступает с докладом, работает по группам

Посещение студентами лекционных и семинарских занятий является обязательным.

С содержанием лекционных и семинарских занятий можно познакомиться в *Рабочей программе дисциплины*, а с трудоемкостью каждой темы и семинарского занятия – в *Технологической карте обучения дисциплине*.

Внеаудиторная самостоятельная работа студента направлена на самостоятельное изучение рекомендованной литературы и подготовку докладов к семинарским занятиям..

Список основной и дополнительной литературы, рекомендованной для самостоятельного изучения по дисциплине, приведен в *Карте литературного обеспечения дисциплины*.

Примерные темы для докладов к семинарским занятиям приведены в *Примерной тематике докладов к семинарам*.

Образовательный процесс по дисциплине организован в соответствии с модульно-рейтинговой системой подготовки студентов, принятой в университете¹.

Модульно - рейтинговая системой (МРС) – система организации процесса освоения дисциплин, основанная на модульном построении учебного процесса. При этом осуществляется структурирование содержания каждой учебной дисциплины на дисциплинарные модули (разделы) и проводится регулярная оценка знаний и умений студентов с помощью контроля результатов обучения по каждому дисциплинарному модулю (разделу) и дисциплине в целом.

Данная дисциплина состоит из девяти дисциплинарных модулей (разделов).

Результаты всех видов учебной деятельности студентов оцениваются рейтинговыми баллами. Формы текущей работы и рейтинг-контроля в каждом дисциплинарном модуле (разделе), количество баллов как по дисциплине в целом, так и по отдельным формам работы и рейтинг-контроля указаны в *Технологической карте рейтинга дисциплины*. В каждом модуле (разделе) определено минимальное и максимальное количество баллов. Сумма максимальных баллов по всем модулям (разделам) равняется 100%-ному усвоению материала. Минимальное количество баллов в каждом модуле (разделе) является обязательным и не может быть заменено набором баллов в других модулях (разделах), за исключением ситуации, когда минимальное количество баллов по модулю (разделу) определено как нулевое. В этом случае модуль (раздел) является необязательным для изучения и общее количество баллов может быть набрано за счет других модулей (разделов). Дисциплинарный модуль (раздел) считается изученным, если студент набрал количество баллов в рамках установленного диапазона.

Для получения зачёта необходимо от 65 баллов до 100 баллов , предусмотренных по дисциплине в целом.

1

Преподаватель имеет право по своему усмотрению добавлять студенту определенное количество баллов (но не более 5 % от общего количества), в каждом дисциплинарном модуле (разделе):

- за активность на занятиях;
- за выступление с докладом на научной конференции;
- за научную публикацию;
- за иные учебные или научные достижения.

Студент, не набравший минимального количества баллов по модулю (разделов) приходят на зачёт (в день зачёта)

Студентам, которые не смогли набрать промежуточный рейтинг или рейтинг по дисциплине в общеустановленные сроки по болезни или по другим уважительным причинам (документально подтвержденным соответствующим учреждением), директор (заместитель директора) института устанавливает индивидуальные сроки сдачи.

Если после этого срока задолженность по неуважительным причинам сохраняется, то назначается комиссия по приему академических задолженностей с обязательным участием заведующего кафедрой и директора института или его заместителя. По решению комиссии неуспевающие студенты по представлению директора института отчисляются приказом ректора из университета за невыполнение учебного графика.

3. КОМПОНЕНТЫ МОНИТОРИНГА УЧЕБНЫХ ДОСТИЖЕНИЙ СТУДЕНТОВ

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА РЕЙТИНГА ДИСЦИПЛИНЫ

| | | |
|---|--|----------------------------|
| Наименование дисциплины | Направление подготовки и уровень образования (бакалавриат, магистратура, аспирантура) Название программы/ профиля | Количество зачетных единиц |
| <i>Прикладной маркетинг и менеджмент</i> | 44.03.01 Педагогическое образование /Бакалавриат Направленность (профиль) образовательной программы <i>Технология с основами предпринимательства</i> | 2 |
| Смежные дисциплины по учебному плану | | |
| Предшествующие: Охрана труда и техника безопасности на производстве и в школе, Техническое моделирование, Основы систем разработки виртуальных приборов | | |
| Последующие: Основы электроники и схемотехники, Основы программируемой микроэлектроники, Основы математической обработки информации | | |

| МОДУЛЬ №1,2,3,4,5,6,7,8,9 | | | |
|-------------------------------------|------------------------------|-------------------|------------|
| | Форма работы | Количество баллов | |
| | | min | max |
| Текущая работа | Посещение аудиторных занятий | 14 | 18 |
| | Работа на семинарах | 14 | 18 |
| | Доклады | 14 | 18 |
| Промежуточный рейтинг-контроль | Тестирование | 23 | 46 |
| Итого | | 65 | 100 |
| Итоговый контроль по учебному плану | | Зачёт | |

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ФОС)

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Красноярский государственный педагогический университет
им. В.П. Астафьева

Институт математики, физики и информатики

Кафедра-разработчик
Кафедра технологии и предпринимательства

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
Протокол № 5
от 6 мая 2020 г.

Зав. кафедрой
С.В. Бортновский



ОДОБРЕНО
На заседании научно-методического совета
специальности (направления подготовки)
Протокол № 8
от 20 мая 2020 г.

Председатель НМСС
Бортновский С.В.



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля успеваемости и
промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

«ПРИКЛАДНОЙ МАРКЕТИНГ И МЕНЕДЖМЕНТ»

Направление подготовки: 44.03.01 Педагогическое образование

Направленность (профиль) образовательной программы
Технология с основами предпринимательства

квалификация (степень) выпускника:
бакалавр

Составитель: ст. преподаватель кафедры технологии и предпринимательства
Е.А. Степанов

1. Назначение фонда оценочных средств

1.1. Целью создания ФОС дисциплины является установление соответствия учебных достижений запланированным результатам обучения и требованиям основной профессиональной образовательной программы, рабочей программы дисциплины.

1.2. ФОС дисциплины решает задачи:

– контроль и управление процессом приобретения студентами необходимых знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенций, определенных в ФГОС ВО по соответствующему направлению подготовки;

– контроль (с помощью набора оценочных средств) и управление (с помощью элементов обратной связи) достижением целей реализации ОПОП, определенных в виде набора общепрофессиональных и профессиональных компетенций выпускников;

– обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных методов обучения в образовательный процесс Университета.

1.3. ФОС разработан на основании нормативных документов:

- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 44.03.01 Педагогическое образование (уровень бакалавриат);

- образовательной программы Технология, очной формы обучения высшего образования по направлению подготовки 44.03.01 Педагогическое образование;

- положения о формировании фонда оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой (государственной итоговой) аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры, программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре – в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева» утвержденного приказом ректора № 297 (п) от 28.04.2018.

2. Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины:

ПК-1 Способен организовывать индивидуальную и совместную учебно-проектную деятельность обучающихся в соответствующей предметной области;

ПК-2 Способен поддерживать образцы и ценности социального поведения, навыки поведения в мире виртуальной реальности и социальных сетях;

ПК-6 Способен к участию в предпринимательской деятельности в сфере образовательных услуг

Оценочное средство - Зачёт

3. Примерные задания к практическим занятиям

1. Авторы научных школ: Фредерик У. Тейлор, Анри Файоль, Макс Вебер, Элтон Мэйо, М. Фоллет, Р. Лайкерт, Д. Макгрегор, А. Маслоу, Ф. Херцберг, Л.В. Канторович, В.В. Новожилов, Л. Берталанти, Р. Акофф, А. Гольдбергер. (краткая автобиография автора, история возникновения научной школы)

2. Концепция развития маркетинга:

1. Производственная;

2. Товарная;

3. Сбытовая;

4. Традиционная;

5. Социально-этическая;

6. Маркетинг отношений

Таблица

| Время действия концепции | Название концепции | Цель | Задача | Основные характеристики |
|--------------------------|--------------------|------|--------|-------------------------|
| | | | | |

3. Законы управления

1. Четыре основных закона: закон синергии, закон информированности и упорядоченности, закон развития и закон композиции.

Таблица

| Название закона | Цель | Задача | Основные характеристики |
|-----------------|------|--------|-------------------------|
| | | | |

4. Стили управления

Таблица

| Название | Цель | Задача | Характеристики |
|----------|------|--------|----------------|
| | | | |

5. Менеджер, руководитель

Таблица

| Понятия | Цель | Задача | Функции | Закономерности | Принципы | Стиль управления | Основные черты |
|--------------|------|--------|---------|----------------|----------|------------------|----------------|
| Менеджер | | | | | | | |
| Руководитель | | | | | | | |

6. Мотивация персонала

Теория Герцберга.

Теория Тейлора.

Теория Макклелланда.

Теория Маслоу.

Таблица

| Денежное вознаграждения | Неденежное вознаграждения | Система штрафов |
|-------------------------|---------------------------|-----------------|
| | | |

7. Основные направления маркетинговых исследований

Таблица

| Направление | Цель | Задача | Основные характеристики |
|-----------------------|------|--------|-------------------------|
| Изучение потребителей | | | |
| Изучение рынка | | | |
| Изучение микросреды | | | |

Изучение макросреды

Изучение
конкурентов

Изучение сбыта

Изучение
продвижения

Изучение цен

8. ПРОЕКТ: Разработка организации «Создание предприятия», защита проекта

9. Написание итогового теста

Вопросы к зачёту

1. Функции и цели менеджмента.
2. Научные школы и концепции управления организация как объект управления.
3. Основные этапы менеджмента.
4. Организационные структуры управления.
5. Основные понятия маркетинга.
6. Концепции маркетинга.
7. Принципы и методы маркетинга.
8. Система маркетинговых исследований.
9. Система маркетинговой информации.
10. Исследование товарных рынков.
11. Система методов менеджмента.
12. Методы управленческого воздействия.
13. Характеристики потребительских товаров.
14. Процесс принятия решения о покупке.
15. Исследование рынка товаров.
16. Покупательское поведение потребителей.
17. Методы оптимизации управленческих решений.
18. Коммуникации в менеджменте.
19. Цели, задачи и функции менеджера.
20. Сегментация рынка.
21. Планирование и контроль в маркетинге.
22. Товар и товарная политика.
23. Установление цен и политика ценообразования.
24. Оптовая и розничная торговля.
25. Методы продвижения товаров.

4. УЧЕБНЫЕ РЕСУРСЫ

4.1. Карта литературного обеспечения дисциплины (включая электронные ресурсы)

ПРИКЛАДНОЙ МАРКЕТИНГ И МЕНЕДЖМЕНТ

(наименование дисциплины)

Для обучающихся образовательной программы

Уровень бакалавриата, 44.03.01 Педагогическое образование

(указать уровень, код и наименование направления подготовки,)

Технология с основами предпринимательства, очная форма

(указать профиль/ название программы и форму обучения)

| Наименование | Место хранения/ электронный адрес | Кол-во экземпляров/ точек доступа |
|---|---|--------------------------------------|
| Основная литература | | |
| Наименование | Место хранения/электронный адрес | Кол-во экземпляров/ точек доступа |
| Основная литература | | |
| Марусева, И.В. Современный менеджмент (Классический и прикладной аспекты) : учебное пособие для вузов / И.В. Марусева. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. - 540 с. : ил., схем., табл. - Библиогр.: с. 428-436 - ISBN 978-5-4475-9728-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494455 | ЭБС «Университетская библиотека онлайн» | Индивидуальный неограниченный доступ |
| Глухов, В. В. Менеджмент [Текст] : учебник для вузов / В. В. Глухов. - СПб. : Питер, 2008. - 608 с. | Научная библиотека «КГПУ им. В. П. Астафьева» | 50 |
| Менеджмент организации: учебник/ А. В. Тебекин, Б. С. Касаев. - 2-е изд., перераб. и доп.. - М.: КНОРУС, 2007. - 416 с. | | |
| Маркетинг: учебник для вузов/ Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн. - СПб.: Питер Пресс, 2007. - 736 с.: ил | Научная библиотека «КГПУ им. В. П. Астафьева» | 44 |
| Дополнительная литература | | |
| Менеджмент: учебник для студентов средних профессиональных учебных заведений/ Е. Л. Драчева, Л. И. Юликов. - 7-е изд., стереотип.. - М.: Академия, 2007. | Научная библиотека «КГПУ им. В. П. Астафьева» | 10 |
| Кабушкин, Н. И. Основы менеджмента [Текст] : учебное пособие / Н.И. Кабушкин. - 10-е изд., стереотип. - М. : Новое знание, 2007. - 336 с. | Научная библиотека «КГПУ им. В. П. Астафьева» | 10 |
| Маркетинг : теория, методика, практика: учебное пособие/ Т. С. Бронникова. - 2-е изд., перераб. и доп.. - М.: КноРус, 2008. - 208 с. | Научная библиотека «КГПУ им. В. П. Астафьева» | 10 |

4.2. Карта материально-технической базы дисциплины

ПРИКЛАДНОЙ МАРКЕТИНГ И МЕНЕДЖМЕНТ

(наименование дисциплины)

Для обучающихся образовательной программы

Уровень бакалавриата, 44.03.01 Педагогическое образование

(указать уровень, код и наименование направления подготовки.)

Технология с основами предпринимательства, очная форма

(указать профиль/ название программы и форму обучения)

| Аудитория | Оборудование (наглядные пособия, макеты, модели, лабораторное оборудование, компьютеры, интерактивные доски, проекторы, информационные технологии, программное обеспечение и др.) |
|---|---|
| <i>для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации</i> | |
| г. Красноярск, ул. Перенсона, зд. 7 (Корпус №4), ауд. 4-2-07 | Компьютер – 9 шт., учебная доска-1шт. Microsoft® Windows® Home 10 Russian OLP NL AcademicEdition Legalization GetGenuine (ОЕМ лицензия, контракт № Tr000058029 от 27.11.2015); Kaspersky Endpoint Security – Лиц сертификат №1B08-190415-050007-883-951; 7-Zip - (Свободная лицензия GPL); Adobe Acrobat Reader – (Свободная лицензия); Google Chrome – (Свободная лицензия); Mozilla Firefox – (Свободная лицензия); LibreOffice – (Свободная лицензия GPL); XnView – (Свободная лицензия); Java – (Свободная лицензия); VLC – (Свободная лицензия); Физика с компьютером в школе (Договор № 223 от 23.10.2017); Виртуальный практикум по физике (Договор № 5642934 от 26.10.2015); КОМПАС-3D V16 (Сублицензионный договор №Ец-17-000005 от 30.01.2017) |
| г. Красноярск, ул. Перенсона, зд. 7 (Корпус №4), ауд. 4-2-11 | Учебная доска-1шт., проектор-1шт., компьютер-1шт., маркерная доска-1шт., демонстрационный стол-1шт. Linux Mint – (Свободная лицензия GPL) |
| г. Красноярск, ул. Перенсона, зд. 7 (Корпус №4), ауд. 4-3-07 | Компьютер - 12 шт., интерактивная доска – 1шт., доска флипчарт – 1 шт., проектор – 1 шт., колонки – 1 шт., Linux Mint – (Свободная лицензия GPL) |
| для самостоятельной работы | |
| г. Красноярск, ул. Перенсона, зд. 7 (Корпус №4), ауд. 1-01 Отраслевая библиотека | Копир-1шт. |
| г. Красноярск, ул. Перенсона, зд. 7 (Корпус №4), | Компьютер-10шт., принтер-1шт., Альт Образование 8 (лицензия № ААО.0006.00, договор № ДС 14-2017 от 27.12.2017 |

| | |
|---|--|
| <p><i>ауд. 1-02 Читальный зал</i></p> | |
| <p><i>г. Красноярск, ул. Ады Лебедевой, д. 89 (Корпус №1), ауд. 1-05 Центр самостоятельной работы</i></p> | <p><i>МФУ-5 шт., компьютер- 15 шт., ноутбук-10 шт. Microsoft® Windows® Home 10 RussianOLPNLAcademicEditionLegalizationGetGenuine (ОЕМлицензия, контракт № Tr000058029 от 27.11.2015); Kaspersky Endpoint Security – Лицензионный сертификат №1B08-190415-050007-883-951; 7-Zip - (Свободная лицензия GPL); AdobeAcrobatReader – (Свободная лицензия); GoogleChrome – (Свободная лицензия); MozillaFirefox – (Свободная лицензия); LibreOffice – (Свободная лицензия GPL); XnView – (Свободная лицензия); Java – (Свободная лицензия); VLC – (Свободная лицензия). Гарант - (договор № КРС000772 от 21.09.2018) КонсультантПлюс (договор № 20087400211 от 30.06.2016); Альт Образование 8 (лицензия № ААО.0006.00, договор № ДС 14-2017 от 27.12.2017</i></p> |