

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Майкопский государственный технологический университет»**

Факультет _____ управления _____

Кафедра _____ менеджмента и региональной экономики _____



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.О.21 Основы экономической деятельности предприятия легкой промышленности, менеджмент и маркетинг

по направлению подготовки 29.03.01. Технология изделий легкой промышленности бакалавров

по профилю подготовки «Технология швейных изделий»

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения Очная, заочная


Год начала подготовки 2019

Майкоп

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана МГТУ по направлению подготовки 27.03.01. Стандартизация и метрология

Составитель рабочей программы:

Доцент, к.э.н.
(должность, ученое звание, степень)


(подпись)

Горбанев С.В.
(Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры

менеджмента и региональной экономики
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой
«13» 05 2019 г.


(подпись)

Л.И. Задорожная
(Ф.И.О.)

Одобрено учебно-методической
комиссией факультета
(где осуществляется обучение)

«28» 05 2019 г.

Председатель учебно-методического
совета направления (специальности)
(где осуществляется обучение)


(подпись)

Газова З.Т.
(Ф.И.О.)

Декан факультета
(где осуществляется обучение) заруб
«28» 05 2019 г.


(подпись)

Схалыхов А.А.
(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник УМУ
«28» 05 2019 г.


(подпись)

Н.Н. Чудесова
(Ф.И.О.)

Зав. выпускающей кафедрой
по направлению (специальности)


(подпись)

Газова З.Т.
(Ф.И.О.)

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины – формирование у студентов основ управленческого мышления путем изучения основных разделов менеджмента, системы знаний в области маркетинга; освоение ими общетеоретических положений управления социально-экономическими системами; овладение умениями и навыками практического решения управленческих проблем; изучение мирового опыта менеджмента и маркетинга, а также особенностей российского менеджмента и маркетинга.

Задачи курса:

- приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков в области экономики и механизма функционирования рыночного хозяйства на уровне предприятия;
- формирование знаний для принятия эффективных управленческих решений;
- получение обучающимися теоретических знаний и практических навыков в области задач, структуры и методов маркетинговой деятельности в условиях ориентации на максимальное удовлетворение потребностей;
- формирование навыков экономического мышления и конкретных приемов при решении инженерных задач в научной, конструкторской, технологической и производственной деятельности;
- приобретение навыков самостоятельного творческого использования теоретических знаний и умений управления производством и услугами в практической деятельности на предприятиях отрасли;
- формирование представлений о том, что менеджмент и маркетинг являются инструментами достижения экономических целей предприятия по совершенствованию управления деятельностью предприятия и повышению уровня удовлетворения потребностей путем предложения им конкурентоспособности продукции.

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Основы экономической деятельности предприятий легкой промышленности, менеджмент и маркетинг представляет собой дисциплину базовой части профессионального цикла. Для ее изучения необходимы знания, умения и компетенции, формируемые дисциплинами: экономика, социология, правоведение, математика, информатика, инженерная графика, безопасность жизнедеятельности, метрология, стандартизация и сертификация.

Полученные знания, умения и навыки могут быть использованы студентами при освоении таких профессиональных дисциплин как проектирование, техническое перевооружение и реконструкция предприятий легкой промышленности, технологические информационные системы в производстве изделий легкой промышленности, подготовке курсовых проектов и выпускной квалификационной работы.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц. Форма итогового контроля - экзамен.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-2 Способен участвовать в проектировании технологических процессов с учетом экономических, экологических, социальных и других ограничений

ПКУВ-9 Демонстрирует комплексные знания и системное понимание базовых основ методов, приемов и технологий оптимизации информационно-аналитических и экспертных процедур оценки одежды, и его производства

ПКУВ-10 Принимает участие в исследованиях по совершенствованию качественных показателей одежды и его производства с последующим применением результатов на практике

в результате освоения дисциплины студент должен:

ОПК-2.2. Проектировать технологические процессы с учетом экономических, экологических, социальных и других ограничений; оценивать технические возможности предприятия для изготовления изделий легкой промышленности

ПК 9.1. Использовать базовые основы методов приемов, технологий и экспертных процедур оценки одежды и его производства

ПК-9.2. Применять знания базовых основ методов, приемов, технологий для исследования и совершенствования экспертных процедур оценки одежды и его производства

ПК-9.3. Совершенствовать экспертных процедур оценки одежды и его производства

ПК-10.1. Определяет основные пути совершенствования качественных показателей одежды и его производства

ПК-10.2. Проводить исследования по совершенствованию качественных показателей одежды и его производства

ПК-10.3. Использовать опыт проведения и практического применения результатов исследований по совершенствованию качественных показателей одежды и его производства

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единицы (216 часов).
Для ОФО

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры			
		7	8		
Аудиторные занятия (всего)	136,6/3,79	85,25/2,36	51,35/1,42		
В том числе:					
Лекции (Л)	51/1,42	34/0,94	17/0,47		
Практические занятия (ПЗ)	85/2,36	51/1,42	34/0,94		
Семинары (С)	-	-			
Лабораторные работы (ЛР)	-	-			
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)	0,35/0,009		0,35/0,009		
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	0,25/0,006	0,25/0,006			
Самостоятельная работа студентов (СРС) (всего)	56,75/1,57	22,75/0,63	34/0,94		
В том числе:					
Курсовой проект (работа)	-	-			
Расчетно-графические работы	-	-			
Реферат	8/0,24	4/0,12	4/0,12		
<i>Другие виды СРС (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>					
1. Составление плана-конспекта	48,75/1,35	18/0,5	30/0,83		
Форма промежуточной аттестации: Зачет, экзамен		3,65/0,1	8,65/0,24		
Общая трудоемкость	216/6	108/3	108/3		

4.2. Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единицы (216 часов).

ЗФО

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры			
		5	6		
Аудиторные занятия (всего)	22,6/0,63	22,25/1,39	22,35/1,89		
В том числе:					
Лекции (Л)	20/0,56	10/0,28	10/0,28		
Практические занятия (ПЗ)	24/0,66	12/0,33	12/0,33		
Семинары (С)	-	-			
Лабораторные работы (ЛР)	-	-			
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)	0,35/0,009		0,35/0,009		
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	0,25/0,006	0,25/0,006			
Самостоятельная работа студентов (СРС) (всего)	159/4,42	82/2,28	77/2,14		
В том числе:					
Курсовой проект (работа)	-	-			
Расчетно-графические работы	-	-			
Реферат	8/0,24	4/0,12	4/0,12		
<i>Другие виды СРС (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>					
1. Составление плана-конспекта	151/4,19	78/2,17	73/2,03		
Форма промежуточной аттестации: Зачет, экзамен		3,65/0,1	8,65/0,24		
Общая трудоемкость	216/6	108/3	108/3		

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины ОФО

№ п/п	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	С/ПЗ	ЛР	СРС	
1.	Теория управления. Процесс и механизм управления	1-2	6	8		5	Блиц-опрос
2.	Цели и целеполагание в управлении.	3-4	6	8		5	Обсуждение сообщений
3.	Интеграционные процессы в менеджменте	5-6	6	8		5	Тестирование
4.	Организационные структуры управления	7-8	8	8		7	Блиц-опрос

5.	Мотивация и контроль деятельности в управлении.	9-10	8	8		7	Тестирование
6.	Лидерство и стиль управления. Групповая динамика и конфликты	11-12	8	5		7	Тестирование
7.	Маркетинг – философия организации, ориентированной на рынок.	13-14	6	5		7	Обсуждение сообщений
8.	Стратегия маркетинга. Рынки как среда бизнес взаимодействия организаций.	15-16	6	5		7	Блиц-опрос
9.	Планирование, управление и контроль маркетинга	17-18	8	5		6	Обсуждение сообщений
10	Комплексный анализ и прогнозирование товарных рынков.	19-20	6	5		6	Тестирование
11.	Промежуточная аттестация	20					Экзамен в устной форме
	ИТОГО:		51	85		56,75	

5.2. Структура дисциплины ЗФО

№ п/п	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	С/ПЗ	ЛР	СРС	
1.	Теория управления. Процесс и механизм управления	1-2	2	2		10	Блиц-опрос
2.	Цели и целеполагание в управлении.	3-4	2	2		10	Обсуждение сообщений
3.	Интеграционные процессы в менеджменте	5-6	2	2		10	Тестирование
4.	Организационные структуры управления	7-8	2	2		10	Блиц-опрос
5.	Мотивация и контроль деятельности в управлении.	9-10	2	2		10	Тестирование

	Промежуточная аттестация		2	2		10	Зачет
6.	Лидерство и стиль управления. Групповая динамика и конфликты	11-12	2	2		7	Тестирование
7.	Маркетинг – философия организации, ориентированной на рынок.	13-14	2	2		7	Обсуждение сообщений
8.	Стратегия маркетинга. Рынки как среда бизнес взаимодействия организаций.	15-16	2	2		7	Блиц-опрос
9.	Планирование, управление и контроль маркетинга	17-18	2	4		6	Обсуждение сообщений
10	Комплексный анализ и прогнозирование товарных рынков.	19-20	2	4		6	Тестирование
11.	Промежуточная аттестация	20					Экзамен в устной форме
	ИТОГО:		20	24		159	

5.2. Содержание разделов дисциплины «**Основы экономической деятельности предприятий легкой промышленности, менеджмент и маркетинг**», образовательные технологии

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы / зач. ед.) ОФО	Трудоемкость (часы / зач. ед.) ЗФО	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)
Тема 1.	Теория управления. Процесс и механизм управления.	11/0,31	2/0,04	Управление как потребность и как фактор успеха деятельности, сущность и содержание управления, место теории управления в системе современных знаний, специфика управленческой деятельности, современные проблемы управления. Управленческие революции, возникновение научной теории управления, классификация подходов и школ управления, национально-региональные модели управления, истоки и тенденции развития российского управления. Субъективные и объективные факторы в управлении; закономерности управления. Общие и специализированные функции управления, потребность в системе управления. Понятие процесса управления; операции процесса управления; свойства, характеристики и основные этапы процесса управления; типология процессов управления. Ресурсы управления. Внешняя среда и корпоративная культура. Взаимоотношения: организация - внешняя среда. Неопределённость среды. Адаптация к условиям среды. Внутренняя среда: корпоративная культура. Элементы корпоративной культуры: символы,	ОПК-2 ПК-9 ПК-10	Знать: основные понятия теории управления; управление в современной системе знаний; предпосылки возникновения управления и его проблемы; основные этапы развития менеджмента; основы менеджмента; основы менеджмента науки и профессии; принципы развития и функционирования организации; системы управления организациями; основы организации управленческой деятельности; задачи менеджера в современной организации; этапы процесса управления; системы обеспечения управленческих действий в организации; основные факторы внешней среды организации; принципы классификации факторов окружающей среды; характеристики внешней среды; внутренние переменные элементы организации; взаимосвязь. Уметь: проводить анализ внешней и внутренней среды организации, выявлять её ключевые элементы и определять их влияние на организацию; осуществлять оценку адаптивности организации к среде; организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы; представлять результаты самостоятельных исследований. Владеть: навыками сбора и анализа информации; навыками публичных выступлений; оценки влияния внешней среды на организацию.

				предания, герои, девизы, церемонии. Среда и культура. Адаптивность корпоративной культуры. типология корпоративных культур. Культурологическое лидерство.		деятельность организации; технологии работы в малых творческих группах.
Тема 2.	Цели и целеполагание в управлении.	4/0,12	2/0,04	Роль цели в организации и осуществлении процессов управления, классификация целей, построение дерева целей; сочетание разнообразия целей и функций менеджмента; система управления по целям; стратегия и тактика управления.	ОПК-2	Знать: классификацию целей организации; принципы целеполагания, виды и методы планирования; основные теории менеджмента; теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов конкурентного преимущества организации; взаимосвязь основных элементов процесса управления; Уметь: ставить цели и формулировать задачи, обеспечивать долгосрочное развитие организации, внешней и внутренней среды организации; разрабатывать дерево целей. Владеть: навыками проведения SWOT-анализа, разработки и реализации стратегии на уровне единицы.
Тема 3.	Интеграционные процессы в управлении	4/0,12	2/0,04	Понятие и классификация управленческих решений, основополагающие элементы деятельности, условия и критерии принятия решений, процесс и модели принятия управленческих решений, реализация управленческих решений. Роль коммуникаций в деятельности организации, классификация коммуникаций, уровни и виды коммуникаций, коммуникационный процесс, принципы управления коммуникациями.	ПК-9	Знать: структуру и элементы систем управленческих решений; основные подходы к принятию решений; факторы и условия принятия управленческих решений; этапы рационального процесса принятия решений; основные элементы процесса коммуникаций; условия осуществления; барьеры коммуникаций; структуру коммуникационных сетей; классификацию коммуникационных стилей; специфику невербальных коммуникаций. Уметь: организовать свою самостоятельную работу, участвовать в изучению основной и дополнительной литературы.

						<p>оценивать риски и эффективность управленческих решений;</p> <p>диагностировать этические проблемы организации и применять основные методы управленческих решений.</p> <p>проводить анализ и проектировать групповых и организационных коммуникаций;</p> <p>выявлять барьеры коммуникаций и предлагать решения по повышению коммуникационного взаимодействия.</p> <p>Владеть: навыками сбора и анализа информации; навыками оценки условий и последствий организационно-управленческих решений; технологиями совместной работы в малых группах;</p> <p>владеть методами принятия и реализации решений.</p>
Тема 4.	Организационная структура управления	4/0,12	2/0,04	<p>Понятие организационной структуры управления (ОСУ). Вертикальная ОСУ. Департаментализация. Горизонтальная ОСУ. Сравнение традиционной и современной организации. Факторы, влияющие на ОСУ. Адаптивные структуры. Централизованные и децентрализованные организации. Централизация и децентрализация управления: полномочия и факторы их распределения; делегирование полномочий в процессах управления, функциональное содержание полномочий; выбор и регулирование степени централизации управления..</p>	ПК-10	<p>Знать: историю развития структур управления; типологию организационных структур (ОСУ); параметры и принципы проектирования ОСУ; содержание понятий централизации и децентрализации; факторы, определяющие степень децентрализации; сущность и необходимость интеграции структур в достижении целей организации;</p> <p>Уметь: выявлять характеристики ОСУ на основе анализа коммуникационного взаимодействия; проектировать свою самостоятельную работу; анализировать основную и дополнительную литературу; определять степень централизации управления; оценивать преимущества и недостатки порядка распределения полномочий; организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы.</p>

						Владеть: навыками сбора и анализа информации, навыками организации делегирования полномочий.
Тема 5.	Мотивация и контроль деятельности в управлении.	13/0,36	2/0,04	Мотивация деятельности в управлении: мотивы деятельности человека и их роль в управлении, основные понятия и логика процесса мотивации, факторы формирования мотивов труда; использование мотивации в практике менеджмента; факторы эффективности мотивации; современные концепции мотивации. Сущность, понятие, виды контроля. Факторы эффективного контроля. Процесс контроля: установление стандартов, сопоставление результатов деятельности со стандартами, корректирующие действия. Поведенческие аспекты контроля. Контроллинг.	ОПК-2	Знать: историческое развитие подходов к деятельности в организации; модель мотивации; потребности сотрудников; теории мотивации; классификацию видов внутриорганизационного контроля; процедуру проведения контроля; эффективного контроля; Уметь: выявлять ключевые мотивы деятельности; выявлять причины неудовлетворенности сотрудников; организовывать самостоятельную работу по изучению дополнительной литературы; определять параметры стандартов контроля; анализ работ в организации; идентифицировать выявленные отклонения действия; Владеть: навыками сбора и анализа информации; систематизации потребностей персонала; благоприятной социально-психологической обстановкой; межличностного общения в процессе управления организацией.
Тема 6.	Лидерство и стиль управления.	4/0,12	2/0,04	Процессы формирования и основные составляющие лидерства, формальные и неформальные факторы лидерства, проявление лидерства в стиле управления, тенденция развития стиля управления. Роль группы в поведении и деятельности человека, формирование групп, взаимодействия в группе и в организации; возникновение, проявление и разновидности конфликтов, влияние конфликтов на управление.	ПК-9	Знать: эволюция концепции лидерства; основные концепции лидерства; типология стилей лидерства; классификация факторов лидерства; сущность группы в организации; этапы процесса формирования групп; типологию и характеристики групп; факторы, определяющие эффективность групп; и понятие конфликта; типологию конфликтов; процесс конфликта. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы; выявлять признаки влияния групп на поведение; идентифицировать признаки конфликта; организовывать взаимодействие в группе.

						самостоятельную работу по изучению дополнительной литературы. Владеть: навыками сбора и анализа информации, формирования благоприятной социально-психологической среды межличностного общения в процессе работы организации.
Тема 7.	Маркетинг – философия организации, ориентированной на рынок.	11/0,31	2/0,04	Сущность, понятие маркетинга. Маркетинговый цикл. Схема маркетингового цикла. Оценка возможностей предприятия для перехода к маркетинговой деятельности. Вопросы ситуационного анализа возможностей предприятия. Условия, в которых возможно применение маркетинга. Контролируемые факторы. Факторы, управляемые высшим руководством. Факторы, определяемые службой маркетинга. Неконтролируемые факторы. Достижение целей, обратные связи и приспособление.	ПК-10	Знать: основные понятия маркетинговой стратегии, схему маркетингового цикла; условия маркетинга в организации Уметь: проводить анализ внешней и внутренней среды организации, осуществлять оценку возможностей предприятия при переходе к маркетинговой деятельности, организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы; представлять результаты самостоятельных исследований.
Тема 8.	Стратегия маркетинга. Рынки как среда бизнес взаимодействия организаций.	11/0,31	2/0,04	Содержание стратегического плана. Взаимосвязь между маркетингом и другими функциональными сферами организации. Процесс стратегического планирования. Установление целей маркетинга. Ситуационный анализ. Разработка стратегии маркетинга. Типы рынков. Емкость рынка. Сегменты рынка. Условия для успешной сегментации. Выбор наиболее важных для предприятия рынков. Алгоритм выбора	ОПК-2	Знать: основные составляющие маркетинга предприятия, этапы стратегического планирования, сущность конкуренции, закономерности рыночной борьбы, ключевые факторы успеха предприятия Уметь: проводить анализ внешней и внутренней среды организации, выявлять её ключевые элементы и их влияние на организацию; осуществлять оценку адаптивности организации к среде; организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы; представлять результаты самостоятельных исследований.

				рынка. Приложение принципа сегментации к мировому рынку. Понятие конкуренции. Виды конкуренции. Закономерности конкурентной борьбы. Четыре роли конкурентной борьбы. Оценка стратегии основных конкурентов. Недобросовестная конкуренция. Ключевые факторы успеха: их выявление, ответственность за использование.		Владеть: навыками сбора и анализа публичных выступлений; оценки влияния деятельности организации; технологиям работы в малых творческих группах.
Тема 9.	Планирование, управление и контроль маркетинга	4/0,12	2/0,04	Планирование в маркетинге. Управление маркетингом. Функции маркетинг-директора. Контроль маркетинга.	ПК-9	Знать: основные функции процесса маркетинга; процесс осуществления маркетинга, направления контроля стратегического, тактического, оперативного директ-маркетинга. Уметь: составлять план маркетинговой деятельности предприятия, разрабатывать процедуры маркетинга; организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы; представлять результаты самостоятельных исследований. Владеть: навыками сбора и анализа публичных выступлений; оценки влияния деятельности организации; технологиям работы в малых творческих группах.
Тема 10.	Комплексный анализ и прогнозирование товарных рынков.	8/0,31	2/0,04	Маркетинговая информационная система. Комплексное изучение рынка. Масштабы маркетингового исследования. Бюджет маркетинга. Роль информации для маркетинговых исследований. Процесс маркетинговых исследований. Определение проблемы. Анализ вторичной информации. Сбор и анализ первичных данных. Представление полученных результатов.	ПК-10	Знать: назначение маркетинговых исследований; методы изучения рынка, технологии определения бюджета маркетинга; процесс маркетинговых исследований. Уметь: составлять бюджет маркетинга; собирать маркетинговую информацию, анализировать ее; представлять полученные результаты; организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы; представлять результаты самостоятельных исследований.

						Владеть: навыками сбора и анализа публичных выступлений; оценки влияния деятельности организации; технологиям работы в малых творческих группах.
	Итого	51/1,42	20/0,56			

5.3. Практические и семинарские занятия, их наименование, содержание и объем в часах

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование практических и семинарских занятий	Объем в часах / трудоемкость в з.е. ОФО.	Трудоемкость (часы / зач. ед.) ЗФО
1.	Теория управления. Процесс и механизм управления.	Основные понятия теории управления; место теории управления в современной системе знаний; исторические предпосылки возникновения управления и его современные проблемы. Основные этапы развития менеджмента как науки и профессии; ключевые идеи представителей школ менеджмента. Принципы развития и закономерности функционирования организации. Основные принципы организации управленческой деятельности; роль, функции и задачи менеджера в современной организации. Основные этапы процесса управления. Основные факторы внешней среды организации; принципы классификации факторов окружающей среды; характеристики внешней среды; внутренние переменные элементы организации и их взаимосвязь.	5/0,14	2/0,06
2.	Цели и целеполагание в управлении.	Классификация целей организации; принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования; основные теории стратегического менеджмента; теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации; содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления.	5/0,14	2/0,06
3.	Интеграционные процессы в менеджменте	Структура и элементы системы принятия управленческих решений; основные подходы к принятию решений; факторы и условия принятия управленческих решений; этапы рационального процесса принятия решения. Историческое развитие системы коммуникаций в организации, ее особенности в представлении различных научных школ; основные элементы процесса коммуникаций и этапы его осуществления; барьеры коммуникаций; структура коммуникационных сетей; классификацию коммуникационных стилей; специфика невербальных коммуникаций.	5/0,14	2/0,06

4.	Организационные структуры управления	История развития структур управления; типология организационных структур (ОСУ); основные параметры и принципы проектирования ОСУ. Сущность и содержания понятий централизации и децентрализации; факторы, определяющие степень децентрализации; сущность и необходимость интеграции структуры и её роль в достижении целей организации	5/0,14	2/0,06
5.	Мотивация и контроль деятельности в управлении.	Историческое развитие подходов к мотивации деятельности в организации; модель мотивации через потребности сотрудников; теории мотивации. Классификация видов внутриорганизационного контроля; процедура проведения контроля; характеристики эффективного контроля	5/0,14	2/0,06
6.	Лидерство и стиль управления. Групповая динамика и конфликты.	Эволюция концепции лидерства; основные теории и концепции лидерства; типология стилей управления; классификация факторов лидерства. Сущность и понятие группы в организации; этапы процесса формирования групп; типология и характеристики групп; классификация факторов, определяющих эффективность групп; сущность и понятие конфликта; типология конфликтов; модель процесса конфликта.	5/0,14	2/0,06
7.	Маркетинг – философия организации, ориентированной на рынок.	Сущность, понятие маркетинга. Маркетинговый цикл. Условия, в которых возможно применение маркетинга. Контролируемые факторы. Факторы, управляемые высшим руководством. Факторы, определяемые службой маркетинга. Неконтролируемые факторы. Достижение целей, обратные связи и приспособление.	5/0,14	2/0,06
8.	Стратегия маркетинга. Рынки как среда бизнес взаимодействия организаций.	Содержание стратегического плана. Взаимосвязь между маркетингом и другими функциональными сферами организации. Процесс стратегического планирования. Ситуационный анализ. Разработка стратегии маркетинга. Типы рынков. Сегменты рынка Алгоритм выбора рынка. Понятие конкуренции. Оценка стратегии основных конкурентов. Недобросовестная конкуренция. Оценка конкурентоспособности товара.	5/0,14	2/0,06
9.	Планирование, управление и контроль маркетинга	Планирование в маркетинге. Управление и контроль маркетинга.	5/0,14	2/0,06

10.	Комплексный анализ и прогнозирование товарных рынков.	Маркетинговая информационная система. Комплексное изучение рынка. Масштабы маркетингового исследования. Бюджет маркетинга. Процесс маркетинговых исследований.	5/0,14	6/0,18
Итого			85/2,36	24/0,66

5.4 Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

Лабораторные занятия учебным планом не предусмотрены.

5.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрены.

5.6. Самостоятельная работа студентов

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

№ п/п	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах / трудоемкость в з.е. ОФО	Трудоемкость (часы / зач. ед.) ЗФО
1.	Управление как потребность и как фактор успеха деятельности. Специфика управленческой деятельности, современные проблемы управления. Модели управления, истоки и тенденции развития российского управления. Сравнительный анализ управленческой деятельности Японии и США. Характерные особенности менеджмента по результатам в Западной Европе. Типология процессов управления; нравственные ограничения в использовании средств управления. Информация как ресурс управления, информационные системы и технологии; экономическое содержание ресурсов управления. Взаимоотношения: организация - внешняя среда. Среда и культура. Культурологическое лидерство.	Составление плана-конспекта.	1-2 неделя	5/0,14	15/0,42
2.	Разнообразие целей и функций менеджмента; система управления по целям; стратегия и тактика управления.	Написание реферата. Анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода	3-4 неделя	5/0,14	15/0,42
3.	Процесс и модели принятия управленческих решений, реализация	Составление плана-конспекта	5-6 неделя	5/0,14	15/0,42

	управленческих решений. Роль коммуникаций в деятельности организации, принципы управления коммуникациями.	Подбор примеров влияния коммуникаций на деятельность организации. Подготовка к деловым и ролевым играм.			
4.	Сравнение традиционной и современной организации. Централизованные и децентрализованные организации. Функциональное содержание полномочий; выбор и регулирование степени централизации управления.	Подбор примеров видов ОСУ в деятельности современных организаций. Составление плана-конспекта	7-8 неделя	7/0,195	15/0,42
5.	Факторы формирования мотивов труда; факторы эффективности мотивации; современные концепции мотивации. Факторы эффективного контроля. Поведенческие аспекты контроля. Контроллинг	Подбор примеров применения мотивирующих факторов менеджером в деятельности современных организаций. Составление плана-конспекта. Подбор примеров осуществления контроля в практике современных организаций.	9-10 неделя		15/0,42
6.	Факторы лидерства, проявление лидерства в стиле управления, тенденция развития стиля управления. Власть и авторитет менеджера; источники власти в управлении организацией; партнерство в процессах менеджмента. Взаимодействия в группе и в организации; возникновение, проявление и разновидности конфликтов, влияние конфликтов на управление.	Написание реферата. Подбор примеров осуществления взаимодействия в группах в практике современных организаций. Составление плана-конспекта. Подготовка к деловым и ролевым играм.	11-12 неделя	7/0,195	15/0,42
7.	Исторический образ и анализ современного состояния. Товар (товары) или услуга (услуги). Рынок (рынки). Конкуренция.	Составление плана-конспекта. Проведение мониторинга рынка	13-14 неделя	7/0,195	15/0,42

		информационных услуг.			
	Цели и стратегия маркетинга.	Анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода. Составление плана-конспекта.	15-16 неделя	7/0,195	15/0,42
	План действий маркетинга. Свойства товара или услуги и их совершенствование. Упаковка. Определение цен. Сбыт и распределение. Стимулирование сбыта. Реклама. Установка связей с общественностью. Исследование рынка. График работ.	Подбор примеров взаимодействия организации с потребителями. Анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода.	17-18 неделя	6/0,165	15/0,42
	Смета маркетинга. Особенности маркетинговой деятельности на потребительском рынке и рынках предприятий	Составление плана-конспекта. Проведение мониторинга, сбор и анализ статистической информации.	19-20 неделя	6/0,165	15/0,42
	Итого			56,75/1,5	159/4,42

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

6.1. Методические указания (собственные разработки)

1. Горбанев С.В. Менеджмент: [учебное пособие]. Ч. 1/ С.В. Горбанев. – Майкоп: Магарин О.Г., 2013. – 124 с. -

6.2 Литература для самостоятельной работы

1. Кукушкина, В.В. Введение в специальность. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / В.В. Кукушкина. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 252 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=454210>
2. Фарахов, А.Г. Теория менеджмента: история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.Г. Фарахов. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 272 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=538741>
3. Угурчиев, О.Б. Теория менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие / Угурчиев О.Б., Бероева З.М. - М.: РИОР, ИНФРА-М, 2016. - 268 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=521043>
4. Грибов, В.Д. Теория менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие / Грибов В.Д., Веснин В.Р. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 357 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=547983>

СОГЛАСОВАНО

С БИБЛИОТЕКОЙ МГТУ

 /САМУСОВА Е.Е./

5. Балашов, А. П. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие / А. П. Балашов. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015. - 272 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим

доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=452755>

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

ОПК-2		Способен участвовать в проектировании технологических процессов с учетом экологических, социальных и других ограничений
3	3	Экология
2.3	4,5	Инженерная графика
4	4	Экономика
5.6	7,8	Основы экономической деятельности предприятия легкой промышленности, менеджмент и маркетинг
7	9	Основы машиноведения производства изделий легкой промышленности
6	6	Технологическая (проектно-технологическая) практика
8	9	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

ПКУВ-9 Демонстрирует комплексные знания и системное понимание базовых основ методов, приемов и технологий оптимизации информационно-аналитических и экспертных процедур оценки одежды, и его производства -

5.6 7,8 Основы экономической деятельности предприятия легкой промышленности, менеджмент и маркетинг

3 3 Гигиена одежды

4.5 4,5 Материаловедение в производстве изделий легкой промышленности

7 7 Товароведение и экспертиза швейных изделий

7 7 Идентификация кожи, меха и текстильных материалов

8 9 Управление качеством швейного производства

8 9 Технологические процессы на предприятиях сервиса

8 9 Преддипломная практика для выполнения выпускной квалификационной работы

8 9 Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

8 9 Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

ПКУВ-10 Принимает участие в исследованиях по совершенствованию качественных показателей одежды и его производства с последующим применением результатов на практике -

5.6 7,8 Основы экономической деятельности предприятия легкой промышленности, менеджмент и маркетинг

3 3 Гигиена одежды

4.5 4,5 Материаловедение в производстве изделий легкой промышленности

7 7 Мерчендайзинг швейных изделий

7 7 Категорийный менеджмент

7 7 Товароведение и экспертиза швейных изделий

7 7 Идентификация кожи, меха и текстильных материалов

8 9 Управление качеством швейного производства

8 9 Технологические процессы на предприятиях сервиса

8 9 Преддипломная практика для выполнения выпускной квалификационной работы

8 9 Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

8 9 Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

5 6 Использование растительных ресурсов в производстве текстильных материалов

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

ОПК-2 Способен участвовать в проектировании технологических процессов с учетом экономических, экологических, социальных и других ограничений					
знать: - современные технологии поиска, обработки, хранения и использования профессионально значимой информации; - основные источники получения информации в ландшафтном и архитектурно-строительном проектировании, включая нормативные, методические, справочные и реферативные источники;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
уметь: самостоятельно оценивать эффективность тех или иных экономических решений	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
владеть: культурой экономического мышления, способностью обобщать и анализировать информацию экономического характера.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-9 Демонстрирует комплексные знания и системное понимание базовых основ методов, приемов и технологий оптимизации информационно-аналитических и экспертных процедур оценки одежды, и его производства					

<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы отечественного законодательства, касающиеся организационно-управленческих решений; - основные положения законодательных документов и договоров, применяемых в РФ; - механизм применения основных нормативно-организационных и управленческих документов; - основные акты об ответственности за управленческие решения. <p>основные принципы, законы и категории философских знаний в их логической целостности и последовательности;</p>	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Проведение занятия, отчет
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оперативно находить нужную информацию в управленческих и рекомендательных документах; - грамотно использовать информацию найденную в управленческих и рекомендательных документах; 	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

<p>- с позиций управленческо-правовых норм анализировать конкретные ситуации, возникающие в повседневной практике;</p> <p>-принимать адекватные решения при возникновении критических, спорных ситуаций.</p> <p>формировать свою мировоззренческую позицию в обществе, совершенствовать свои взгляды и убеждения, переносить философское мировоззрение в область материально-практической деятельности;</p>					
<p>Владеть: способностью абстрактно мыслить, анализировать, синтезировать получаемую информацию</p>	<p>Частичное владение навыками</p>	<p>Несистематическое применение навыков</p>	<p>В систематическом применении навыков допускаются пробелы</p>	<p>Успешное и систематическое применение навыков</p>	

<p>ПКУВ-10 Принимает участие в исследованиях по совершенствованию качественных показателей одежды и его производства с последующим применением результатов на практике</p>					
<p>Знать: основные принципы касающиеся организационно-управленческих решений</p>	<p>Фрагментарные знания</p>	<p>Неполные знания</p>	<p>Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания</p>	<p>Сформированные систематические знания</p>	<p>Проведение занятия, отчет</p>

Уметь: -принимать адекватные решения при возникновении критических, спорных ситуаций.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: -навыками применения организационно-управленческих решений в текущей профессиональной деятельности-	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

7.2. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля

1. Сущность, цели и задачи менеджмента
2. Сущность организации, виды организаций.
3. Предпринимательство и бизнес. Их сущность и различия.
4. Требования к профессиональной компетенции менеджера.
5. Разделение труда менеджера.
6. Школы менеджмента.
7. Научные подходы к менеджменту.
8. Влияние среды организации и ее характеристики.
9. Внутренние переменные организации, их взаимосвязь.
10. Этапы коммуникационного процесса.
11. Коммуникационные стили и сети.
12. Невербальные коммуникации.
13. Преграды на пути коммуникаций.
14. Совершенствование коммуникаций в организации.
15. Этапы принятия управленческих решений.
16. Требования к управленческим решениям.
17. Организация выполнения решений.
18. Виды и функции переговоров.
19. Методы ведения переговоров.
20. Правила ведения деловых бесед.
21. Деловой протокол. Ведение делового телефонного разговора.
22. Понятие и основные элементы рабочего времени.
23. Инвентаризация рабочего времени.
24. Пути рационализации исследования рабочего времени.
25. Планирование рабочего времени руководителя.
26. Социальная ответственность в менеджменте.
27. Этика в управлении.
28. Принятие решений. Подходы к принятию решений.
29. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений.
30. Сущность стратегии, процесс стратегического планирования.
31. Миссия организации. Характеристики целей.
32. Оценка и анализ внешней среды.
33. Управленческое обследование внутренних сильных и слабых сторон организации.
34. Изучение стратегических альтернатив. Выбор стратегии.
35. Реализация стратегического плана, контроль за его выполнением.
36. Природа процесса принятия решений. Организационные решения.
37. Делегирование, ответственность в контексте делегирования, полномочия.
38. Виды структур управления.
39. Сущность, виды, достоинства и недостатки централизованных структур управления.
40. Сущность, виды, достоинства и недостатки децентрализованных структур управления.
41. Сущность, достоинства и недостатки адаптивных структур управления.

Контрольные вопросы и задания для проведения промежуточной аттестации

Тест 1.

1. Организация – это:

а) группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей.

б) некая группа, развитие которой происходит стихийно и непредсказуемо.

в) группа людей, деятельность которых сознательно координируется.

2. Общие характеристики организации следующие:

а) ресурсы; зависимость от внешней среды; горизонтальное разделение труда; вертикальное разделение труда; необходимость управления.

б) ресурсы; зависимость от внешней среды; необходимость управления.

в) горизонтальное разделение труда; вертикальное разделение труда.

3. Уровни управления следующие:

а) высший, средний, низший

б) ресурсы, иерархия, внешняя среда

в) финансы, маркетинг, персонал, производство.

4. Менеджер и предприниматель – Это:

а) равнозначные понятия

б) неравнозначные понятия

в) равнозначность понятий зависит от ситуаций

5. Составляющие успеха организации:

а) выживание, результативность и эффективность, производительность;

б) выживание, результативность и эффективность, производительность, практическая реализация;

в) люди, капитал, информация, технологии, сырье и материалы;

6. Представители классической или административной школы в управлении следующие:

а) Ф. У. Тейлор, Френк и Лилия Гилберт, Генри Гант;

б) Анри Файоль, Линдалл Урвик, Джеймс Муни, А. К. Рейли, Элтон Мейо;

в) Анри Файоль, Линдалл Урвик, Джеймс Муни, А. К. Рейли;

7. Функции процесса управления следующие:

а) планирование, организация, мотивация, контроль;

б) планирование, принятие решений, мотивация, коммуникации;

в) принятие решений, коммуникации, руководство и лидерство, управление трудовыми ресурсами;

8. Внутренние переменные организации – это:

а) цели, структура, задачи, технологии, люди;

б) высший, средний и низший уровни управления;

в) ресурсы, иерархия, взаимодействие с внешней средой;

9. Характеристики внешней среды организации следующие:

а) взаимосвязанность факторов внешней среды, сложность среды, подвижность среды, неопределенность среды;

б) ресурсы, иерархия, взаимодействие с внешней средой;

в) экономика, политика, международное положение, потребители, поставщики, конкуренты, НТП, СМИ и т. д.

10. Стратегическое планирование – это:

а) набор действий и решений, принятых руководством, которые ведут к разработке специфических, долгосрочных стратегий;

б) набор действий и решений, принятых руководством, которые ведут к разработке специфических, краткосрочных стратегий;

в) набор действий и решений, принятых руководством, которые ведут к разработке специфических, бессрочных стратегий;

11. Основные характеристики целей следующие:

- а) конкретность и измеримость;
 - б) ориентация целей во времени;
 - в) конкретность, измеримость, ориентация во времени, достижимость;
12. Типовые стратегические альтернативы следующие:
- а) ограниченный рост, рост, сокращение, сочетание;
 - б) «Дойная корова», «Собака», «Трудный ребенок», «Звезды»;
 - в) ликвидация, отсечение лишнего, сокращение и переориентация.

ТЕСТ 2.

1. Целью менеджмента является:
 - 1) обеспечение сбыта предприятия;
 - 2) руководство хозяйственной деятельности предприятия;
 - 3) обеспечение доходности деятельности предприятия;
 - 4) управление деятельностью персонала предприятия;
 - 5) налаживание внешних коммуникаций.
2. Основные функции менеджмента как науки – это:
 - 1) руководство, наставничество, координация;
 - 2) лидерство, коммуникации, принятие решений, администрирование;
 - 3) планирование, организация, мотивация, контроль;
 - 4) властвование, координация, стимулирование, управление;
 - 5) управление персоналом, производством, финансами, сбытом.
3. Предпринимательская деятельность характеризуется:
 - 1) разовостью совершения сделок;
 - 2) постоянством деятельности, на свой страх и риск;
 - 3) наличием учредительных документов;
 - 4) необходимостью регистрации в качестве юридического лица.
4. Отличие менеджера от предпринимателя состоит в том, что:
 - 1) менеджер только управляет персоналом в организации;
 - 2) менеджер является наемным работником;
 - 3) менеджер не имеет акций предприятия;
 - 4) менеджер не является учредителем предприятия;
 - 5) менеджер не участвует в распределении прибыли предприятия.
5. Неформальная организация это:
 - 1) некоммерческая организация, государственное или муниципальное учреждение;
 - 2) группа людей, образующих на основе общих интересов;
 - 3) группа людей действующая на основе взаимопомощи;
 - 4) организация, действующая в условиях сильной децентрализации;
 - 5) организация не имеющая директора.
6. Представители школы человеческих отношений - это:
 - 1) Смит, Вебер, Фрейд;
 - 2) Герцберг, Макклелланд, Лайкерт;
 - 3) Тейлор, Файоль, Гилберт;
 - 4) Маслоу, Фоллетт, Мейо;
 - 5) Бартон, Арджирис, Фидлер.
7. Горизонтальное разделение труда менеджеров – это разделение по:
 - 1) профессиональному уровню подготовки менеджеров;
 - 2) функциональному признаку в организации;
 - 3) сфере деятельности организации;
 - 4) возрастному составу управляющих;
 - 5) уровнем управления в организации.
8. Менеджмент определяется как:

- 1) управление социально-экономическими процессами в государстве;
 - 2) управление сбытовой деятельностью;
 - 3) управление людьми в различных организациях;
 - 4) управление коммерческими организациями;
 - 5) управление собой.
9. Первой школой менеджмента была:
- 1) поведенческих наук;
 - 2) человеческих отношений;
 - 3) рационалистическая;
 - 4) административная;
 - 5) демократическая.
10. Внутренними переменными организации являются:
- 1) планы, техника, руководители, служащие;
 - 2) цеха, оборудование, транспорт, сбыт;
 - 3) маркетинг, финансы, производство, персонал, НИОКР;
 - 4) цели, структура, задачи, технология и люди;
 - 5) иерархия, коммуникации, решения, лидерство.
11. Внешнее окружение организации делится на среды:
- 1) микроокружение и инфраструктура региона;
 - 2) прямого и косвенного воздействия;
 - 3) макроокружение и фронтальное окружение;
 - 4) мягкого и жесткого воздействия;
 - 5) первого и второго уровня.
12. Классификация технологии по Д. Вудворд:
- 1) однозвенное, многозвенное, монолитное производство;
 - 2) одиночное, массовое, непрерывное производство;
 - 3) многозвенное, посредническое, интенсивное производство;
 - 4) одноступенчатое, многоступенчатое, индивидуальное производство;
 - 5) многоточное, разнообразное и мелкое производство.
13. Помехами в коммуникационном процессе могут быть:
- 1) вариационные барьеры;
 - 2) интеграционные помехи;
 - 3) семантические барьеры;
 - 4) присутствие эмпатии в общении;
 - 5) наличие децентрализации в организации.
14. Коммуникационная сеть типа «колесо» характеризуется:
- 1) дифференциацией;
 - 2) централизацией;
 - 3) децентрализацией;
 - 4) интеграцией;
 - 5) слаженностью.
15. Коммуникационный стиль, характеризующийся высокой степенью открытостью в коммуникации и низкой адекватностью обратной связи:
- 1) замыканием в себе;
 - 2) открытием себя;
 - 3) защитой себя;
 - 4) реализацией себя;
 - 5) торговлей за себя.
16. Невербальные коммуникации:
- 1) послание, посланное отправителем с помощью слов;

- 2) послание, посланное отправителем с помощью компьютера;
 - 3) послание, посланное отправителем по почте;
 - 4) послание, посланное отправителем без использования слов;
 - 5) послание, посланное отправителем с помощью факса.
17. Критерий эффективности оценки решения должен быть выражен:
- 1) экспериментально;
 - 2) количественно;
 - 3) физически;
 - 4) функционально;
 - 5) эмпирически.
18. Выбор решения, когда действие имеет своим следствием множество частных исходов, а вероятность этих исходов не известны называется:
- 1) выбор решения в условиях риска;
 - 2) выбор решения в условиях кризиса;
 - 3) выбор решения в условиях определенности;
 - 4) выбор решения в условиях неопределенности;
 - 5) выбор решения в условиях конкурентного давления.
19. При «мозговой атаке» необходимо:
- 1) пригласить специалистов из разных областей знаний;
 - 2) пригласить сторонних экспертов;
 - 3) пригласить руководителей высшего звена предприятия;
 - 4) пригласить специалистов по данной проблеме из своего предприятия;
 - 5) пригласить консультантов из-за границы.
20. Основными разновидностями переговоров являются:
- 1) письменные и устные;
 - 2) жесткие и легкие;
 - 3) позиционные и рациональные;
 - 4) формальные и неформальные;
 - 5) легкие и тяжелые.
21. Организация занимающаяся благотворительностью, ведет себя:
- 1) юридически ответственно;
 - 2) социально ответственно;
 - 3) экономически ответственно;
 - 4) как предпринимательский субъект;
 - 5) уголовно наказуемо.
22. При планировании рабочего времени руководителя, на непредвиденную деятельность необходимо отводить:
- 1) 10 % времени;
 - 2) 20 % времени;
 - 3) 30 % времени;
 - 4) 40 % времени;
 - 5) 50 % времени.
23. Согласно принципу Эйзенхауэра задачей категории «В» необходимо:
- 1) срочно выполнить;
 - 2) установить срок выполнения;
 - 3) перепоручить;
 - 4) воздержаться от выполнения;
 - 5) отправить в корзину для бумаг.
24. Системы бывают:
- 1) функциональными и дисфункциональными;

- 2) составными и бесструктурными;
 - 3) открытыми и закрытыми;
 - 4) органическими и механическими;
 - 5) простыми и многозвенными.
25. Интеллектуальное осознание стимулов полученных от ощущений – это:
- 1) ценности;
 - 2) нормы;
 - 3) восприятие;
 - 4) одаренность;
 - 5) потенциал.

**Примерный перечень вопросов к экзамену по дисциплине
«Основы экономической деятельности предприятий легкой промышленности,
менеджмент и маркетинг»**

1. Сущность организации. Общие характеристики организации.
2. Горизонтальное и вертикальное разделение труда. Уровни управления.
3. Составляющие успеха организации.
4. Менеджер и предприниматель: соотношение понятий.
5. Школа научного управления: ключевые идеи, разработки, основные представители.
6. Классическая или административная школа управления: ключевые идеи, разработки, основные представители.
7. Школа человеческих отношений и поведенческих наук: ключевые идеи, разработки, основные представители.
8. Процессный подход. Функции процесса управления.
9. Системный и ситуационный подходы в управлении.
10. Внутренние переменные организации, их взаимосвязь.
11. Характеристики внешней среды.
12. Среда прямого воздействия.
13. Среда косвенного воздействия.
14. Социальная ответственность в бизнесе.
15. Этика и современное управление.
16. Виды коммуникаций в организации.
17. Коммуникационный процесс.
18. Межличностные коммуникации, преграды на их пути.
19. Организационные коммуникации.
20. Сущность стратегии, процесс стратегического планирования.
21. Миссия организации. Характеристики целей.
22. Оценка и анализ внешней среды.
23. Управленческое обследование внутренних сильных и слабых сторон организации.
24. Изучение стратегических альтернатив. Выбор стратегии.
25. Реализация стратегического плана, контроль за его выполнением.
26. Природа процесса принятия решений. Организационные решения.
27. Подходы к принятию решений.
28. Этапы рационального решения проблем.
29. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений.
30. Делегирование, ответственность в контексте делегирования, полномочия.
31. Виды структур управления.
32. Сущность, виды, достоинства и недостатки централизованных структур управления.
33. Сущность, виды, достоинства и недостатки децентрализованных структур управления.

34. Сущность, достоинства и недостатки адаптивных структур управления.
35. Сущность и эволюция понятия мотивация. Современные теории мотивации.
36. Содержательные теории мотивации, их применимость в практике управления.
37. Процессуальные теории мотивации, их применимость в практике управления.
38. Сущность и виды контроля в организации.
39. Процесс контроля, его основные этапы. Характеристики эффективного контроля.
40. Поведенческие аспекты контроля в организации.
41. Группы и их значимость. Хоторнские эксперименты.
42. Неформальные организации и их характеристики.
43. Руководство в организации. Власть и влияние. Баланс власти в организации.
44. Формы власти и влияния.
45. Подходы к определению значимых факторов эффективного лидерства: подход с позиции личных качеств, поведенческий подход, ситуационный подход.
46. Теория «Х» и теория «У» Дугласа МакГрегора. Характеристики основных стилей руководства: авторитарного, либерального, демократического.
47. Управленческая решетка Р. Блейка и Д. Мутон. Руководство, сосредоточенное на работе, и руководство, сосредоточенное на человеке.
48. Ситуационные подходы к лидерству: ситуационная модель Фидлера, подход «путь-цель» Митчела и Хауса.
49. Ситуационные подходы к лидерству: теория жизненного цикла Херси и Бланшара, модель принятия решений Врума –Йеттона.
50. Сущность и типы конфликтов.
51. Основные причины возникновения конфликтов в организации.
52. Модель процесса конфликта.
53. Основные понятия и концепции маркетинга.
54. Стратегическое планирование маркетинга.
55. Маркетинговая среда и маркетинговая информация.
56. Особенности потребительского рынка и рынка предприятий.
57. Разработка маркетингового плана. Комплекс маркетинга.
58. Разработка товара.
59. Ценообразование в маркетинге.
60. Продвижение товара.
61. Распространение товаров.
62. Основные приемы маркетинга.
63. Разработка стратегии позиционирования товара.
64. Разработка анкеты для проведения маркетингового исследования.
65. Особенности маркетинговой деятельности на потребительском рынке и рынке предприятий.
66. Разработка продуктовой политики предприятия.
67. Разработка ценовой политики предприятия.
68. Разработка стратегии продвижения товара на рынок.

7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого.

Основные принципы тестирования, следующие:

- связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;
- объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;
- справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;
- систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;
- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам; Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

- закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.
- открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).
- установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;
- установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования к написанию реферата

Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список использованных источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д. Объем реферата – 15-20 страниц печатного текста, включая титульный лист, введение, заключение и список литературы.

Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;
2. Развитие навыков логического мышления;
3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

При оценке реферата используются следующие критерии:

- новизна текста;
- обоснованность выбора источника;
- степень раскрытия сущности вопроса;
- соблюдения требований к оформлению.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	Выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
«хорошо»	Основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
«удовлетворительно»	Имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.
«неудовлетворительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Тематика рефератов выдается преподавателем в конце семинарского занятия.

Проведение зачета

Форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине.

Проведение зачета организуется на последней учебной неделе семестра до начала экзаменационной сессии в соответствии с утвержденным расписанием занятий. Зачет принимается преподавателем, читающим лекции по данной дисциплине. Экзаменатор может проставить зачет без опроса или собеседования тем обучающимся, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Критерии оценки знаний студентов на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если магистрант показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Основная литература

1. Кукушкина, В.В. Введение в специальность. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / В.В. Кукушкина. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 252 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=454210>


2. Фаррахов, А.Г. Теория менеджмента: история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.Г. Фаррахов. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 272 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=538741>

8.2. Дополнительная литература

1. Угурчиев, О.Б. Теория менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие / Угурчиев О.Б., Бероева З.М. - М.: РИОР, ИНФРА-М, 2016. - 268 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=521043>

2. Грибов, В.Д. Теория менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие / Грибов В.Д., Веснин В.Р. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 357 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=547983>

3. Балашов, А. П. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие / А. П. Балашов. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015. - 272 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=452755>

СОГЛАСОВАНО
С БИБЛИОТЕКОЙ МГТУ
 /САМУСОВА Е.Е./

8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

- Образовательный портал ФГБОУ ВО «МГТУ» [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://mkgtu.ru/>

- Официальный сайт Правительства Российской Федерации. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.government.ru>

- Информационно-правовой портал «Гарант» [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.garant.ru/>

- Научная электронная библиотека www.eLIBRARY.RU – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

- Электронный каталог библиотеки – Режим доступа: <http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/fo12>;

- Единое окно доступа к образовательным ресурсам: Режим доступа: <http://window.edu.ru/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов	Формир уе-мые компе- тенции	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения
Теория управления. Процесс и механизм управления.	УК-3	Чтение, приобретение знаний, применение знаний, творческая деятельность, частично- поисковый	Самостоя- тельная работа студента, домашние за- дания	Учебники, учебные пособия
Цели и целеполагание в управлении.	ПК-1 ПК-2	Чтение, приобретение знаний, применение знаний, творческая деятельность, частично- поисковый	Самостоя- тельная работа студента, домашние за- дания	Учебники, учебные пособия
Интеграционные процессы в управлении	ПК-4	Чтение, приобретение знаний, применение знаний, творческая деятельность, частично- поисковый	Самостоя- тельная работа студента, домашние за- дания	Учебники, учебные пособия
Организационные структуры управления	УК-3	Чтение, приобретение знаний, применение знаний, творческая деятельность, частично- поисковый	Самостоя- тельная работа студента, домашние за- дания	Учебники, учебные пособия
Мотивация и контроль деятельности в управлении.	ПК-1 ПК-2	Чтение, приобретение знаний, применение знаний, творческая деятельность, частично- поисковый	Самостоя- тельная работа студента, домашние за- дания	Учебники, учебные пособия
Лидерство и стиль управления.	ПК-4	Чтение, приобретение знаний, применение знаний, творческая деятельность, частично- поисковый	Самостоя- тельная работа студента, домашние за- дания	Учебники, учебные пособия
Маркетинг – философия организации, ориентированной на рынок.	УК-3	Чтение, приобретение знаний, применение знаний, творческая	Самостоя- тельная работа студента,	Учебники, учебные пособия

		деятельность, частично-поисковый	домашние задания	
Стратегия маркетинга. Рынки как среда бизнес взаимодействия организаций.	ПК-1 ПК-2	Чтение, приобретение знаний, применение знаний, творческая деятельность, частично-поисковый	Самостоятельная работа студента, домашние задания	Учебники, учебные пособия
Планирование, управление и контроль маркетинга	ПК-4	Чтение, приобретение знаний, применение знаний, творческая деятельность, частично-поисковый	Самостоятельная работа студента, домашние задания	Учебники, учебные пособия
Комплексный анализ и прогнозирование товарных рынков.	УК-3	Чтение, приобретение знаний, применение знаний, творческая деятельность, частично-поисковый	Самостоятельная работа студента, домашние задания	Учебники, учебные пособия

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

1. Microsoft Office 2010 номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO (14.0.6024.1000) 02260-018-0000106-48095
2. Kaspersky Anti-virus 6/0 № лицензии 26FE-000451-5729CF81 Срок лицензии 07.02.2020
3. Adobe Reader 9 Бесплатно, 01.02.2019
4. ОС Windows 7 Профессиональная, Microsoft Corp. № 00371-838-5849405-85257, 23.01.2012, бессрочный
5. Open Office 4.1.5, Apache 01.02.2019, лицензия LGPL.
6. 7-zip.org GNU LGPL

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем и профессиональных баз данных:

Электронно-библиотечные системы

1. Znanium.com. Базовая коллекция: электронно-библиотечная система: сайт / ООО "Научно-издательский центр Инфра-М". – Москва, 2011 – URL: <http://znanium.com/catalog> (дата обновления: 06.06.2019). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.
2. IPRBooks. Базовая коллекция: электронно-библиотечная система: сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания "Ай Пи Ар Медиа". – Саратов, 2010. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/586.html> – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст электронный.

Электронные библиотеки

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ): федеральная государственная информационная система: сайт / Министерство культуры Российской Федерации,

- Российская государственная библиотека. – Москва, 2004 – URL: <https://нэб.рф/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.
2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000. – URL: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.
3. CYBERLENINKA: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2014. – URL: <https://cyberleninka.ru/> – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.

11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Специальные помещения		
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: № ауд. 5-22, 5-21 адрес: г. Майкоп, ул. Жуковского 30. Аудитория для практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: № ауд. 5-22, 5-21 адрес: г. Майкоп, ул. Жуковского 30. Компьютерный класс: № ауд. 5-23, адрес: г. Майкоп, ул. Жуковского 30.	Переносное мультимедийное оборудование, доска, мебель для аудиторий, компьютерный класс <i>на 15 посадочных мест</i> , оснащенный компьютерами <i>Pentium</i> с выходом в Интернет	1. Microsoft Office 2010 номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO (14.0.6024.1000) 02260-018-0000106-48095 2. Kaspersky Anti-virus 6/0 № лицензии 26FE-000451-5729CF81 Срок лицензии 07.02.2020 3. Adobe Reader 9 Бесплатно, 01.02.2019 4. ОС Windows 7 Профессиональная, Microsoft Corp. № 00371-838-5849405-85257, 23.01.2012, бессрочный 5. Open Office 4.1.5, Apache 01.02.2019, лицензия LGPL. 6. 7-zip.org GNU LGPL

**Дополнения и изменения в рабочей программе
За 20 / 20 учебный год**

В рабочую программу _____
по направлению _____
подготовки специалистов по направлению _____

вносятся следующие дополнения и изменения

Дополнения и изменения внес _____
к.э.н. доцент Горбанев С.В.
(должность, Ф.И.О., подпись)

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и региональной экономики

« ____ » _____ 20 г.

**Дополнения и изменения в рабочей программе
за _____ / _____ учебный год**

В рабочую программу Основы экономической деятельности предприятий легкой промышленности, менеджмент и маркетинг

(наименование дисциплины)

для направления (специальности) 062000.62 Технология изделий легкой промышленности
(номер направления (специальности))

вносятся следующие дополнения и изменения:

Дополнения и изменения внес _____
(должность, Ф.И.О., подпись)

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

(наименование кафедры)

« ____ » _____ 20 ____ г.

Заведующая кафедрой _____
(подпись)

Бжецева Н.Р.
(Ф.И.О.)