

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**
Образовательный центр г. Когалым

УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности

 А.Б. Петроченков

"29" июня 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Менеджмент и маркетинг
Форма обучения	Очная
Уровень высшего образования	Специалист
Общая трудоемкость (час., (ЗЕТ))	108 (3)
Специальность	21.05.06 Нефтегазовая техника и технологии

Пермь 2023

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель – формирование, систематизация и закрепление студентами основ теории и практики управления различными организациями (предприятиями, фирмами и др.) в современных условиях цифровой трансформации экономики, целостного всестороннего понимания студентами природы и сущности маркетинга как концепции внутрифирменного управления, которая направлена на изучение рынка в эпоху цифровизации.

Задачи:

- Знать профессиональную терминологию управленческого цикла и комплекса маркетинга;
- Уметь анализировать и интерпретировать различные виды информации для принятия управленческих решений, используя сквозные цифровые технологии;
- Владеть навыками проектирования организационных структур управления, применяя инструменты цифровизации.

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

- Формальные и неформальные организации, функционирующие в современных условиях цифровой трансформации экономики;
- Функции менеджмента;
- Рынок в эпоху цифровизации;
- Комплекс маркетинга.

1.3. Входные требования

Не предусмотрены

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
УК-9	ИД-1УК-9	Знает сущность и базовые принципы экономического развития хозяйствующих субъектов на потребительском и факторных рынках в рамках национальной экономики для обоснования принятия экономических решений в различных областях жизнедеятельности; знает цели и формы государственного регулирования экономических процессов	Знает основные принципы недискриминационного языка в отношении людей с инвалидностью (корректное употребление формулировок, связанных с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья), а также эмпатии и психологической поддержки	Зачет

		для обоснования принятия экономических решений в различных областях жизнедеятельности.		
УК-9	ИД-2УК-9	Умеет решать типовые задачи для достижения личных экономических и финансовых целей.	Умеет в общении с инвалидами фокусироваться не на проблеме, а на человеке (личности), с его возможностями и условиями социального окружения человека с инвалидностью	Кейс-задача (индивидуальное задание)
УК-9	ИД-3УК-9	Владеет навыками оценки и управления собственными экономическими и финансовыми рисками в различных областях жизнедеятельности; навыками использования финансовых инструментов управления личными финансами в различных областях жизнедеятельности.	Владеет навыками инклюзивного волонтерства (вовлечение инвалидов в волонтерскую общественную деятельность), взаимодействия с инвалидами на основе гуманистических ценностей, поддержки инвалидов в сложной ситуации	Кейс-задача (индивидуальное задание)

3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		11
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	45	45
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:		
- лекции (Л)	18	18
- лабораторные работы (ЛР)		
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	25	25
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2
- контрольная работа		
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	63	63
2. Промежуточная аттестация		
Экзамен		
Дифференцированный зачет		
Зачет	9	9
Курсовой проект (КП)		

Курсовая работа (КР)		
Общая трудоемкость дисциплины	108	108

4. Содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
11й семестр				
Модуль 1. Менеджмент				
<p>Тема 1. Сущность менеджмента Понятие менеджмента. Социально-экономические факторы формирования менеджмента в России. Влияние цифровой трансформации экономики на менеджмент.</p> <p>Тема 2. Субъект и объект менеджмента Менеджер как субъект менеджмента. Иерархия управления. Цифровые технологии в работе менеджера. Организация как объект менеджмента. Формальные организации. Неформальные организации. Организация в условиях цифровизации.</p> <p>Тема 3. Функции менеджмента Планирование. Миссия организации. Цели организации. Организация. Разделение труда. Организационные структуры управления. Мотивация. Потребности. Теории мотивации. Контроль. Необходимость контроля. Процесс контроля. Цифровые технологии как необходимый инструмент при реализации управленческого цикла.</p>	10	0	13	31
Модуль 2. Маркетинг				
<p>Тема 4. Сущность маркетинга Понятие маркетинга. Составляющие понятия «маркетинг». Влияние цифровой трансформации экономики на маркетинг.</p> <p>Тема 5. Рынок как объект маркетинговой деятельности Понятие рынка. Потребительский рынок. Рынок предприятий. Сегментирование рынка. Позиционирование товара на рынке. Рынок в эпоху цифровизации.</p> <p>Тема 6. Комплекс маркетинга Товар и товарная политика. Жизненный цикл</p>	8	0	12	32

товара. Цена и ценовая политика. Ценообразование. Товародвижение и сбытовая политика. Розничная торговля. Оптовая торговля. Маркетинговые коммуникации и политика продвижения. Основные и дополнительные виды продвижения. Цифровые технологии как необходимый инструмент при реализации комплекса маркетинга.				
Итого за 11й семестр	18	0	25	63
Итого по дисциплине	18	0	25	63

Примерная тематика практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Формальные и неформальные организации, функционирующие в современных условиях цифровой трансформации экономики.
2	Миссия современной организации (проведение анализа миссии организации с помощью онлайн-доски Sticky Studio).
3	Цели современной организации (презентация сформулированной цели с помощью инфографики Infogram.am).
4	Анализ организационной структуры современного предприятия (построение структуры предприятия с помощью онлайн-доски Board).
5	Анализ использования теорий мотивации в деятельности современных организаций (презентация проведенного анализа с помощью инфографики Infogram.am).
6	Процесс контроля в деятельности современных организаций (построение процесса контроля с помощью онлайн-доски Yandex Wiki).
7	Сегментирование рынка в эпоху цифровизации.
8	Позиционирование товара на рынке (презентация результатов позиционирования товара с помощью инфографики Infogram.am).
9	Жизненный цикл товара (презентация полученных результатов с помощью инфографики Infogram.am).
10	Ценообразование (расчет окончательной цены с помощью программы Microsoft Excel)
11	Сбытовая политика (построение процесса товародвижения с помощью онлайн-доски Sticky Studio).
12	Рекламная кампания (презентация рекламной кампании с помощью инфографики Infogram.am).

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления.

Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Печатная учебно-методическая литература

Не используется

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Основная литература	Жданкин Н. А. Менеджмент. Управление в цифровой экономике: учебное пособие / Н. А. Жданкин. – Москва: МИСИС, 2020	URL: https://elib.pstu.ru/Record/lanRU-LAN-BOOK-147925 (дата обращения: 10.12.2023)	сеть Интернет; авторизованный доступ
Основная литература	Шацкая И. В. Маркетинг: учебное пособие. Москва: РТУ МИРЭА, 2020	URL: https://elib.pstu.ru/Record/lanRU-LAN-BOOK-167584 (дата обращения: 10.12.2023)	сеть Интернет; авторизованный доступ
Дополнительная литература	Фейзуллаев Ф. С. Основы теории управления: учебно-	URL: https://elib.pstu.ru/Record/lanRU-	сеть Интернет; авторизованный доступ

	методическое пособие. Махачкала: ДагГАУ имени М.М.Джамбулатова, 2020	LAN-BOOK-138126 (дата обращения: 10.12.2023)	
Дополнительная литература	Сиганьков А. А. Маркетинговый анализ: учебное пособие. Москва: РТУ МИРЭА, 2020	URL: https://elib.pstu.ru/Record/lanRU-LAN-BOOK-167588 (дата обращения: 10.12.2023)	сеть Интернет; авторизованный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	MS Windows 8.1 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Операционные системы	Windows 10 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения
Лекция	Столы, стулья, стационарный презентационный комплекс
Практическое занятие	Столы, стулья, стационарный презентационный комплекс

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**
Образовательный центр г. Когалым

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
"Менеджмент и маркетинг"

Форма обучения	Очная
Уровень высшего образования	Специалитет
Общая трудоемкость (час., (ЗЕТ))	108 (3)
Специальность	21.05.06 Нефтегазовая техника и технологии
Курс: 6	Семестр: 11
Зачет: 11 семестр	

Пермь 2023

Общие положения

Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине "Менеджмент и маркетинг" является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины (РПД). ФОС для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине разработан в соответствии с общей частью фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации основной образовательной программы, которая устанавливает систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок. ФОС для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине устанавливает формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины "Менеджмент и маркетинг" запланировано в течение одного семестра (11 семестра учебного плана).

Предусмотрены аудиторные лекционные и практические занятия, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций знать, уметь, владеть, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине.

Контроль уровня усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала и в ходе практических занятий, а также на зачете (табл. 1.1)

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВы)	Вид контроля		
	Текущий	Рубежный	Итоговый
	ТО	Г	Зачет
Усвоенные знания			
З.1. Знает основные принципы недискриминационного языка в отношении людей с инвалидностью, реализуя функции менеджмента и комплекс маркетинга в эпоху цифровизации.	ТО	Г	ТВ КЗ
Освоенные умения			
У.1. Умеет в общении с инвалидами фокусировать их внимание на особенностях жизнедеятельности формальных и неформальных организаций, функционирующих в современных условиях цифровой трансформации экономики, с учетом специфики рынка в эпоху цифровизации.	ТО	Г	ТВ КЗ
Приобретенные владения			
В.1. Владеет навыками инклюзивного волонтерства при осуществлении функций менеджмента и при разработке комплекса маркетинга в современных условиях цифровой трансформации экономики.	ТО	Г	ТВ КЗ

ТО - теоретический опрос; Т - рубежное тестирование; ТВ - теоретический вопрос; КЗ - кейс-задача (индивидуальное задание).

Итоговой оценкой достижения результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в форме зачета, проводимая с учетом результатов текущего и рубежного контроля.

2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения

Текущий контроль успеваемости имеет целью обеспечение максимальной эффективности учебного процесса, управление процессом формирования заданных компетенций обучающихся, повышение мотивации к учебе и предусматривает оценивание хода освоения дисциплины. В соответствии с "Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, специалитета и магистратуры в ПНИПУ" предусмотрены следующие виды и периодичность текущего контроля успеваемости обучающихся:

- входной контроль с целью контроля исходного уровня подготовленности обучающегося и его соответствия предъявляемым требованиям для изучения данной дисциплины;
- текущий контроль усвоения материала (уровня освоения компонента "знать" заданных компетенций) на каждом аудиторном занятии и контроль посещаемости лекционных занятий;
- промежуточный и рубежный контроль освоения обучающимися отдельных компонентов "знать" и "уметь" заданных компетенций путем компьютерного или бланочного тестирования, контрольных опросов, контрольных работ (индивидуальных домашних заданий), рефератов, эссе и т.д.
- рубежный контроль по дисциплине, проводимый на следующей неделе после прохождения каждого теоретического раздела дисциплины, и промежуточный, осуществляемый во время каждого контрольного мероприятия внутри тематического раздела дисциплины;
- межсессионная аттестация с целью единовременного подведения итогов текущей успеваемости не менее одного раза в семестр по всем дисциплинам для каждого направления подготовки (специальности), курса, группы;
- контроль остаточных знаний.

2.1. Текущий контроль усвоения материала

Текущий контроль усвоения материала в форме теоретического опроса студентов проводится по каждой теме. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

2.2. Рубежный контроль

Рубежный контроль для комплексного оценивания усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме тестирования после изучения каждого тематического модуля учебной дисциплины.

2.2.1. Рубежное тестирование

Запланировано 2 рубежных тестирования после освоения студентами каждого модуля дисциплины: модуль 1 – Менеджмент и модуль 2 – Маркетинг.

Типовые шкалы и критерии оценки результатов рубежного тестирования приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.3. Промежуточная аттестация (итоговый контроль по дисциплине)

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

Промежуточная аттестация в форме зачета по дисциплине проводится по билетам. Билет содержит теоретический вопрос для проверки усвоенных знаний и кейс-задачу (индивидуальное задание) для проверки освоенных умений и уровня приобретенных владений всех заявленных компетенций.

Билет формируется таким образом, чтобы в него попали теоретические вопросы и кейс-задача, контролирующие уровень сформированности всех заявленных компетенций. Форма билета представлена в общей части ФОС образовательной программы.

2.3.1. Типовые задания для промежуточной аттестации по дисциплине

Полный перечень теоретических вопросов и кейс-задач в форме утвержденного комплекта билетов хранится на выпускающей кафедре.

2.3.2. Шкалы оценивания результатов обучения на зачете

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме оценки уровня сформированности компонентов "знать", "уметь" и "владеть" заявленных компетенций проводится по 4-х балльной шкале оценивания в процессе промежуточной аттестации.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения в процессе промежуточной аттестации для компонентов "знать", "уметь" и "владеть" приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций

3.1 Оценка уровня сформированности компонентов компетенций

При оценке уровня сформированности компетенций в процессе промежуточной аттестации считается, что полученная оценка за компонент проверяемой компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.

Типовые критерии и шкалы оценивания уровня сформированности компонентов компетенций приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3.2. Оценка уровня сформированности компетенций

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-х балльной шкале.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.

Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
Совокупность существующих и потенциальных потребителей (покупателей)	Рынок – это...	УК-9
Потребительский рынок	Совокупность лиц и домохозяйств, которые приобретают товары и услуги для личного, некоммерческого использования – это...	УК-9
Потребитель	Объектом сегментирования является...	УК-9
Демографический	Принцип сегментирования, критериями которого является пол, возраст, семейное положение и т.п. называется...	УК-9
Товар, цена, место продажи, продвижение	Перечислите элементы классического комплекса маркетинга.	УК-9