ИНСТИТУТ ФИНАНСОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

КАФЕДРА ФИНАНСОВОГО МОНИТОРИНГА

ОДОБРЕНО  
  
протокол № 18 / 03   
  
от « 31 » мая 2018 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

|  |  |
| --- | --- |
| Направление подготовки (специальность) | 01.04.02 Прикладная математика и информатика |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Семестр** | **Трудоемкость, кред.** | **Общий объем курса, час.** | **Лекции, час.** | **Практич. занятия, час.** | **Лаборат. работы, час.** | **СРС, час.** | **КСР, час.** | **Форма(ы) контроля, экз./зач./КР/КП** |
| 2 | 2 | 72 | 0 | 24 | 0 | 48 | 0 | З |

АННОТАЦИЯ

Курс раскрывает предмет и историю менеджмента и маркетинга, знакомит с методами анализа рынка, вопросами организационного управления, стратегического планирования, коммуникаций, инновационного менеджмента. Рассматриваются основы проектного менеджмента, включая финансовый анализ проекта.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Формирование научно-методической базы магистра в области менеджмента и маркетинга, подготовке его к использованию методов менеджмента и маркетинга в практической деятельности

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Курс входит в состав обязательных дисциплин. Курс раскрывает предмет и историю менеджмента и маркетинга, вопросы организационного управления, стратегического планирования, коммуникаций, инновационного менеджмента. Рассматриваются элементы проектного менеджмента, включая финансовый анализ проекта.

Для успешного овладения курсом студент должен знать основы положения экономической теории и математического анализа. Освоение данной дисциплины необходимо для следующих дисциплин и практик: дипломное проектирование.

3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Универсальные и общепрофессиональные компетенции:

|  |  |
| --- | --- |
| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции |

Профессиональные компетенции в соотвествии с задачами и объектами (областями знаний) профессиональной деятельности:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Задача профессиональной деятельности (ЗПД)** | **Объект или область знания** | **Код и наименование профессиональной компетенции;** **Основание (профессиональный стандарт-ПС, анализ опыта)** | **Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции** |

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Разделы учебной дисциплины, их объем, сроки изучения и формы контроля:

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п.п** | **Наименование раздела учебной дисциплины** | **Недели** | **Лекции/ Практ. (семинары )/ Лабораторные работы, час.** | **Обязат. текущий контроль (форма\*, неделя)** | **Максимальный балл за раздел\*\*** | **Аттестация раздела (форма\*, неделя)** | **Индикаторы освоения компетенции** |
|  | *2 Семестр* |  |  |  |  |  |  |
| 1 | Менеджмент | 1-8 |  | ДЗ-7 | КИ-8 | 25 |  |
| 2 | Маркетинг | 9-15 |  | ДЗ-14 | КИ-15 | 25 |  |
|  | *Итого за 2 Семестр* |  | 0/24/0 |  |  | 50 |  |
|  | **Контрольные мероприятия за 2 Семестр** |  |  |  | З | 50 |  |

\* – сокращенное наименование формы контроля

\*\* – сумма максимальных баллов должна быть равна 100 за семестр, включая зачет и (или) экзамен

Сокращение наименований форм текущего контроля и аттестации разделов:

|  |  |
| --- | --- |
| **Обозначение** | **Полное наименование** |
| ДЗ | Домашнее задание |
| КИ | Контроль по итогам |
| З | Зачет |

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Недели** | **Темы занятий / Содержание** | **Лек., час.** | **Пр./сем., час.** | **Лаб., час.** |
|  | *2 Семестр* | 0 | 24 | 0 |
| **1-8** | **Менеджмент** | 0 | 12 |  |
| 1 | **Вводная лекция** Вводная лекция  Инновационное развитие экономики РФ. ФЦП инновационного развития предприятий госкорпорации «Росатом». Вариативность распределения ВВП в зависимости от стратегических целей промышленной политики РФ. Матрица инновационного обновления предприятия высокотехнологичной отрасли. Основные организационно-технологические объекты инновационного обновления предприятий госкорпорации «Росатом». | Всего аудиторных часов | Всего аудиторных часов | Всего аудиторных часов |
|  | 2 |  |
| Онлайн | Онлайн | Онлайн |
|  |  |  |
| 2 - 6 | **Цели и функции менеджмента** Цели и функции менеджмента  Понятие организации (организационной системы). Миссия и цели организации. Внутренняя и внешняя среда организации. Структура управления организацией. Виды и распределение полномочий. Типы структур управления: иерархические и организационные.  Управление по целям (результатам). Основные функции управления: организация, планирования, координация, мотивация, контроль. Основные инструменты менеджмента. Социальная ответственность и этика менеджера.  Школы менеджмента Тейлора (научный), Файоля (административный), Фоллета (социальный).  Формы собственности. Юридические и физические лица. Коммерческие и некоммерческие организации. Организационно-правовые формы организации. Хозяйственные товарищества и общества. Государственные и муниципальные предприятия. Дочерние и зависимые общества. Производственные и потребительские кооперативы. | Всего аудиторных часов | Всего аудиторных часов | Всего аудиторных часов |
|  | 7 |  |
| Онлайн | Онлайн | Онлайн |
|  |  |  |
| 7 - 8 | **Инновационный менеджмент** Инновационный менеджмент  Новшества и нововведения. Жизненный цикл объекта нововведений. Рынок новшеств и рынок инвестиций. Инвестиции, инвесторы и инфраструктура. Государственная поддержка научной и инновационной деятельности. Стимулирование инвестиций. Оценка и выбор инновационного проекта. Показатели эффективности. Определение коммерческого риска при инвестициях в инновационную деятельность и методы его уменьшения. Конкуренция в научно-технической и инновационной деятельности. | Всего аудиторных часов | Всего аудиторных часов | Всего аудиторных часов |
|  | 3 |  |
| Онлайн | Онлайн | Онлайн |
|  |  |  |
| **9-15** | **Маркетинг** | 0 | 12 |  |
| 9 - 10 | **Управленческие решения** Управленческие решения  Понятие решения и управленческого (организационного) решения. Реализуемость и полезность решения. Классификация решений. Жизненный цикл решения: диагностика проблемы, построение ограничений и критериев, генерирование альтернатив, оценка альтернатив, выбор альтернатив, реализация решения, проверка исполнения.  Принятие решений в условиях определенности, риска и неопределенности, в условиях реального времени. Негативные последствия решений. Взаимосвязь решений.  Модели и методы принятия решений. Системный анализ и исследование операций. Математическая теория управления. Сетевое планирование и управление (СПУ). Имитационное моделирование. Метод экспертных оценок. | Всего аудиторных часов | Всего аудиторных часов | Всего аудиторных часов |
|  | 3 |  |
| Онлайн | Онлайн | Онлайн |
|  |  |  |
| 11 - 12 | **Управление персоналом** Управление персоналом  Формальное и неформальное руководство людьми. Управление персоналом: планирование кадров, подготовка, прием, продвижение и увольнение кадров. Деловая карьера, кадровый резерв. Возникновение и развитие неформальных организаций. Эффективное управление неформальными организациями. Власть и личное влияние. Баланс власти и зависимости. Формы власти и влияния. Лидерство на основе личных качеств. Автократичное и демократичное руководство, руководство, сосредоточенное на работе и на человеке. Ситуационный подход к эффективному лидерству. Адаптивное руководство. Управление конфликтами. Методы и стили разрешения конфликтов.  Изменение организации и управление изменениями. Управление стрессами. Управление материальными ресурсами. Задачи логистики. Источники ресурсов. Современность ресурса. Управление финансовыми ресурсами. Источники финансовых ресурсов. Финансовые потоки. Организации. | Всего аудиторных часов | Всего аудиторных часов | Всего аудиторных часов |
|  | 3 |  |
| Онлайн | Онлайн | Онлайн |
|  |  |  |
| 13 - 14 | **Введение в маркетинг** Введение в маркетинг  Рынок. Деловой, потребительский, социальный маркетинг. Цель, принципы и функции маркетинга. Субъекты маркетинговой деятельности. Сравнительный анализ сбытовой и современной концепций маркетинга. Плюсы и минусы маркетинга.  Проблемы моделирования потребления. Потребность, мотив, мотивирование. Иерархия потребностей по Маслоу, Альдерферу, Герцбергу. Сравнительный анализ теорий мотивации.  Эластичность спроса по цене. Аксиомы эластичности по цене. Эластичность спроса на рынке высоких технологий. Методы построения функции спроса.  Понятие товара. Классификация товаров. Новая техника как товар. Информация как товар. Цели и задачи научно-технической деятельности. Особенности воспроизводства. Жизненный цикл товара.  Рынок труда. Основные характеристики объекта рынка труда. Жизненный цикл товара на рынке труда. | Всего аудиторных часов | Всего аудиторных часов | Всего аудиторных часов |
|  | 3 |  |
| Онлайн | Онлайн | Онлайн |
|  |  |  |
| 15 - 16 | **Функции маркетинга** Функции маркетинга  Сегментирование. Понятие и цели сегментирования. Географические, демографические, социально-экономические, поведенческие признаки. Целевой сегмент. Сегментирование рынка промышленных товаров. Позиционирование товара. Брендинг. Сегментирование на рынке труда.  Себестоимость разработки и изготовления продукта. Статьи затрат. Классификация затрат. Прямые и косвенные затраты.  Постоянные и переменные затраты. Методы расчета себестоимости. Расчет затрат по функциям. Определение точки безубыточности.  Ценообразование .Затратный и ценностный подходы к ценообразованию. Процедура определения экономической ценности товара. Особенности определения экономической ценности товара на рынке труда. Ценовая политика.  Коммуникации. Внешняя и внутренняя коммуникации. Коммуникационный процесс, его субъекты и структура. Разомкнутые и замкнутые процессы. Потери сообщений и шумы. Межличностные коммуникации. Барьеры. Совершенствование искусства общения. Организационные коммуникации. Совершенствование коммуникаций в организациях. Современная информационная технология. Корпоративные информационные системы.  Необходимость в формальной информационной системе. Информационные потребности различных категорий менеджеров. Данные о состоянии внешней и внутренней среды. Качество данных: достоверность, полнота, точность актуальность, стоимость. Повышение эффективности информационной системы для менеджеров. | Всего аудиторных часов | Всего аудиторных часов | Всего аудиторных часов |
|  | 3 |  |
| Онлайн | Онлайн | Онлайн |
|  |  |  |

Сокращенные наименования онлайн опций:

|  |  |
| --- | --- |
| **Обозначение** | **Полное наименование** |
| ЭК | Электронный курс |
| ПМ | Полнотекстовый материал |
| ПЛ | Полнотекстовые лекции |
| ВМ | Видео-материалы |
| АМ | Аудио-материалы |
| Прз | Презентации |
| Т | Тесты |
| ЭСМ | Электронные справочные материалы |
| ИС | Интерактивный сайт |

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Наряду с лекциями в течение семестра выполняются домашние задания по методам сетевого планирования и управления, составлению бизнес-плана проекта.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств по дисциплине обеспечивает проверку освоения планируемых результатов обучения (компетенций и их индикаторов) посредством мероприятий текущего, рубежного и промежуточного контроля по дисциплине.

Связь между формируемыми компетенциями и формами контроля их освоения представлена в следующей таблице:

|  |  |
| --- | --- |
| **Компетенция** | **Индикаторы освоения** |

Оценочные средства приведены в приложении.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. 005 И98 Информационно-аналитические модели проектов: сетевое планирование и управление (СПУ) (Начальный курс) : [учебно-методическое пособие], Москва: НИЯУ МИФИ, 2014

2. 005 П90 Коммерциализация технологий и промышленные инновации : [учебное пособие], Москва: НИЯУ МИФИ, 2014

3. ЭИ М16 Маркетинг и маркетинговые исследования : , Москва: МИФИ, 2008

4. 33 Г62 Основы маркетинга : учебник, Москва: Финпресс, 2008

5. 621.039 П90 Инновационная деятельность в атомной отрасли (на примере стратегии развития ядерных топливных циклов, включая инновационные) Кн.1 Основные принципы инновационной политики, , Москва: Руда и металлы, 2010

6. 005 М46 Основы менеджмента : , М. Х. Мескон, М. Альберт , Ф. Хедоури, Москва [и др.]: Вильямс, 2007

7. 33 Х95 Современный маркетинг. Настольная книга по исследованию рынка : Учеб. пособие для вузов, Хруцкий В.Е., Корнеева И.В., М.: Финансы и статистика, 2005

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. 005 Д75 Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие, Москва: Дашков и К, 2014

2. 33 С60 Маркетинг : учебник для слушателей образ. учреждений, Б. А. Соловьев, Москва: ИНФРА-М, 2005

3. 33 Т51 Методы сбора и использования маркетинговой информации : , Б. Е. Токарев, М.: Юристъ, 2001

4. 33 Г62 Маркетинг : Выбор лучшего решения, Голубков Е.П., Голубкова Е.Н., Секерин В.Д., М.: Экономика, 1993

ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ:

Специальное программное обеспечение не требуется

LMS И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ:

-

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Специальное материально-техническое обеспечение не требуется

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ

МУС представлен в виде отдельного документа.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ОС НИЯУ МИФИ (ФГОС) и учебным планом основной образовательной программы (программ).

Автор(ы):

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Прохоров Игорь Вениаминович, к.т.н., доцент |  |