

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 21.10.2023 13:05:45
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60321a5672742735c1801db

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**

МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета машиностроения

/Е. В. Сафонов

2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Менеджмент и маркетинг в высокотехнологичном производстве

Направление подготовки

27.04.02 Управление качеством

Профиль подготовки

Управление качеством в Индустрии 4.0

**Квалификация (степень) выпускника
магистр**

**Форма обучения
очная**

Москва 2022

Программа дисциплины «Менеджмент и маркетинг в высокотехнологичном производстве» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению подготовки 27.04.02 «Управление качеством» и профилю подготовки «Управление качеством в Индустрии 4.0».

Программу составил

Т.А. Левина к.э.н., доцент



Программа дисциплины «Менеджмент и маркетинг в высокотехнологичном производстве» по направлению 27.04.02 «Управление качеством» и профилю подготовки «Управление качеством в Индустрии 4.0» утверждена на заседании кафедры «Стандартизация, метрология и сертификация»

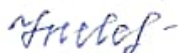
«31» 08 2022 г. протокол № 1

Заведующий кафедрой
доцент, к.э.н.



/Т.А. Левина/

Программа согласована с руководителем образовательной программы по направлению подготовки 27.04.02 «Управление качеством» и профилю подготовки «Управление качеством в Индустрии 4.0»



/Т.А. Левина/

«31» 08 2022 г.

Программа утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета машиностроения

Председатель комиссии



/ А.Н. Васильев/

«13» 09 2022 г. Протокол: Н14-22

Присвоен регистрационный номер:

1. Цель освоения дисциплины

Основная цель дисциплины "Менеджмент и маркетинг в высокотехнологичном производстве" состоит в изучении студентами основных механизмов управления как на уровне организации, так и отдельных её элементов, формировании у обучающихся современного управленческого мышления и качеств менеджера XXI века, умеющего результативно работать и добиваться поставленных целей для получения конкурентного преимущества организации.

Задачи дисциплины:

- освоение основных понятий, принципов, средств и методов теории менеджмента и маркетинга в управлении качеством;
- осознание студентами необходимости развития профессионально значимых качеств, необходимых для управления ресурсами организации;
- овладение методами менеджмента и маркетинга и совершенствования умения их применения в профессиональной деятельности;
- развитие активной жизненной позиции, способности к анализу процессов социализации и адаптации в условиях социальных перемен, особенностей самосознания и саморазвития личности в современном обществе;

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в высокотехнологичном производстве» относится к части факультативных дисциплин направления подготовки 27.04.02 «Управление качеством». Является связующим и основополагающим звеном для всех дисциплин направления:

- Философия,
- Экономика,

Базовые знания, которыми должен обладать студент после изучения дисциплины «Менеджмент и маркетинг в высокотехнологичном производстве», призваны способствовать освоению дисциплин, направленных на формирование профессиональных знаний и умений.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

| Категория компетенций | Код и наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенции |
|-----------------------|--|---|
| Коммуникация | УК-4. Способен применять современные коммуникативные | ИУК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты, |

| | | |
|--|---|--|
| | технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия | осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке. ИУК-4.2. Составляет и редактирует документацию с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке. ИУК-4.3. Демонстрирует коммуникативную компетентность в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке. |
|--|---|--|

4. Структура и содержание дисциплины

| Вид учебной работы | Всего часов | Семестр 2 |
|--------------------------------------|-------------|-----------|
| Общая трудоемкость по учебному плану | 30 | 30 |
| Аудиторные занятия (всего) | 30 | 30 |
| В том числе: | | |
| Лекции | | |
| Практические занятия | | |
| Лабораторные занятия | | |
| Самостоятельная работа | | |
| Курсовая работа | | |
| Курсовой проект | | |
| Вид промежуточной аттестации | | зачет |

Структура и содержание дисциплины «Менеджмент и маркетинг в высокотехнологичном производстве» по срокам и видам работы отражены в Приложении А.

Содержание разделов дисциплины

1. Основные этапы развития менеджмента и маркетинга.

Предпосылки зарождения менеджмента как науки. Разделение права собственности и управления в мировой практике. Формирование менеджмента как науки. Развитие направлений деятельности менеджмента и маркетинга в высокотехнологичном производстве.

2. Роли, функции и задачи менеджера в современной организации. Основные роли менеджера. Функциональная нагрузка менеджера.

Особенности накопления знаний: структурирование, применение в различных отраслях и сферах жизни и работы. Роль опыта в управленческой деятельности, его накопление, обновление и применение в реальных условиях ведения бизнеса, управления качеством. Взаимодействие горизонтальных и вертикальных структур властных отношений в хозяйственных организациях, способность приспосабливаться и/или видоизменять сложившуюся ситуацию с условием собственного видения решений сложившейся ситуации.

3. Внутренняя среда организации. Методы анализа состояния организации. Маркетинговые исследования.

Рассмотрение механизма преобразования ресурсов в конечный продукт как основа существования организации. Рассмотрение ресурсов, необходимых организации для осуществления производственной и непроизводственной деятельности, управления качеством. Особенности преобразования в различных отраслях и сферах деятельности. Функциональное и линейно разделение внутренней среды организации. Методы анализа внутренней среды организации. SWOT-анализ. SNW-анализ.

4. Внешняя среда организации. Факторы косвенного воздействия. Маркетинговые исследования.

Характеристика внешней среды организации. Основные макроэкономические процессы – закономерности происхождения, основные тенденции. Рассмотрение организации как открытой системы, находящейся в постоянном взаимодействии с внешней средой. Факторы косвенного воздействия внешней среды на организацию: Политические, экономические, социо-культурные, технологические и экологические. Примеры каждой из группы факторов.

Внешняя среда организации. Факторы прямого воздействия

Функционирование организаций в условиях рыночной экономики. Маркетинговые исследования. Основные формы конкурентной борьбы на современных отечественных и зарубежных рынках. 5 сил портера, оказывающие воздействие на организацию. Сила поставщиков и потребителей. Конкуренты производящие аналогичную продукцию и товары-заменители. Потенциальные конкуренты и методы оценки входных барьеров на рынок.

5. Организационная культура.

Стадии и этапы формирования организационной культуры предприятия. Формирование системы ценностей на современных предприятиях. Сравнение организационной культуры отечественных

организаций и международных корпораций. Лояльность новых участников организации к ранее сформированным нормам. Трансформация организационной культуры под воздействием внешних и внутренних факторов. Элементы организационной культуры. Культура управления.

6. Управление конфликтами. Стресс и последствия

Понятие конфликта, основные этапы причины возникновения. Виды конфликтов. Основные методы разрешения конфликтных ситуаций. Роль руководителя в разрешении конфликтных ситуаций, использование административного ресурса. Контролируемый и неконтролируемый конфликт – польза и угроза. Понятие стресса в современном мире. Методы минимизации последствий стресса. Формирование стрессоустойчивости руководителя и подчиненных.

7. Основы принятия управленческих решений.

Виды управленческих решений. Рациональные управленческие решения: основные этапы и стадии. Правила принятия рациональных управленческих решений в высокотехнологичных производствах. Ответственность за принятие решения. Оценка рисков.

8. Функциональный менеджмент: производственный, менеджмент высокотехнологичных производств.

Понятие производственной мощности. Оптимальная загруженность производственной мощности. Массовое, серийное и единичное производство. Управление качеством продукции. Понятие качества. Этапы контроля качества. Скелет Исикавы. Понятие запасов предприятия. Принципы формирования запасов предприятия. Модели формирования запасов.

9. Функциональный менеджмент: формирование кадровых ресурсов.

Место и роль работы с персоналом в осуществлении задач и функций менеджмента в управлении качеством. Обеспеченность трудовыми ресурсами. Управление трудовыми ресурсами, этапы и характерные особенности менеджмента. Кадровый потенциал рабочих. Определение потребностей в трудовых ресурсах предприятия. Принципы набора управленческих кадров и подготовки их к работе в организации. Карьерный рост и ротация управленческого персонала. Принципы подбора, расстановки и выдвижения руководящих работников.

5. Образовательные технологии.

Методика преподавания дисциплины «Менеджмент и маркетинг в высокотехнологичном производстве» и реализация в изложении и восприятии материала предусматривает использование следующих активных и интерактивных форм проведения групповых, индивидуальных, аудиторных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся:

- обсуждение и защита докладов по дисциплине;
- подготовка, представление и обсуждение презентаций на семинарских

занятиях.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в виде зачета с учетом результатов **текущего контроля** успеваемости в течение семестра. Регламент и порядок проведения зачета, темы и вопросы, выносимые на зачет, представлены в приложении к рабочей программе «Фонд оценочных средств по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в высокотехнологичном производстве» (приложение Б). По итогам промежуточной аттестации выставляется оценка – «зачтено», «не зачтено». Шкала и критерии оценивания приведены ниже.

Промежуточная аттестация проводится в сроки, установленные утвержденным расписанием зачетно-экзаменационной сессии.

6.1. Требования к подготовке к промежуточной аттестации. До даты проведения промежуточной аттестации студент должен выполнить все работы, предусмотренные настоящей рабочей программой дисциплины. Перечень обязательных работ и форма отчетности представлены в таблице.

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в высокотехнологичном производстве» (практические работы, выступление с рефератом).

Перечень обязательных работ, выполняемых в течение семестра по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в высокотехнологичном производстве»

| Вид работы | Форма отчетности и текущего контроля |
|---|--|
| Практические работы (перечень в приложении Б) | Оформленные отчеты (журнал) практических работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины с отметкой преподавателя «зачтено», если выполнены и оформлены все работы. |
| Реферат (перечень тем в приложении Б) | Представить один реферат по выбранной теме с оценкой преподавателя «зачтено», если представлен один реферат в форме презентации и на бумажном носителе. |

В процессе обучения используются следующие оценочные формы

самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций: доклад по теме: «Менеджмент и маркетинг в высокотехнологичном производстве» (индивидуально для каждого обучающегося).

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают темы докладов, вопросы к экзамену (приведены в приложении).

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в виде зачета с учетом результатов **текущего контроля** успеваемости в течение семестра. Регламент и порядок проведения зачета, темы и вопросы, выносимые на зачет, представлены в приложении к рабочей программе «Фонд оценочных средств по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в высокотехнологичном производстве» (приложение Б). По итогам промежуточной аттестации выставляется оценка – «зачтено», «не зачтено». Шкала и критерии оценивания приведены ниже.

Промежуточная аттестация проводится в сроки, установленные утвержденным расписанием зачетно-экзаменационной сессии.

6.1. Требования к подготовке к промежуточной аттестации. До даты проведения промежуточной аттестации студент должен выполнить все работы, предусмотренные настоящей рабочей программой дисциплины. Перечень обязательных работ и форма отчетности представлены в таблице.

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в высокотехнологичном производстве» (практические работы, выступление с рефератом).

Перечень обязательных работ, выполняемых в течение семестра по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в высокотехнологичном производстве»:

| Вид работы | Форма отчетности и текущего контроля |
|---|--|
| Практические работы (перечень в приложении 1) | Оформленные отчеты (журнал) практических работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины с отметкой преподавателя «зачтено», если выполнены и оформлены все работы. |

| | |
|---------------------------------------|---|
| Реферат (перечень тем в приложении 1) | Представить один реферат по выбранной теме с оценкой преподавателя «зачтено», если представлен один реферат в форме презентации и на бумажном носителе. |
|---------------------------------------|---|

6.2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

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

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются следующая компетенция:

| Код компетенции | В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать |
|-----------------|--|
| УК-4. | Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия |

В процессе освоения образовательной программы данные компетенции, в том числе их отдельные компоненты, формируются поэтапно в ходе освоения обучающимися дисциплин (модулей), практик в соответствии с учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

6.2.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых по итогам освоения дисциплины (модуля), описание шкал оценивания

Показателем оценивания компетенции на различных этапах её формирования является достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю).

| | | | | |
|--|---------------------|---|---|---|
| УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия | | | | |
| Показатель | Критерии оценивания | | | |
| | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | |
|--|---|---|--|---|
| <p>знать: Устанавливает и развивает профессиональные контакты, осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке.</p> | <p>Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний</p> | <p>Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при их переносе на новые ситуации.</p> | <p>Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.</p> | <p>Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний, свободно оперирует приобретенными знаниями.</p> |
| <p>уметь: Составляет и редактирует документацию с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке.</p> | <p>Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет применять знания</p> | <p>Обучающийся демонстрирует неполное соответствие умений: применять знания в различных сферах деятельности. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.</p> | <p>Обучающийся демонстрирует частичное соответствие умений: применять знания в различных сферах деятельности. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.</p> | <p>Обучающийся демонстрирует полное соответствие умений: применять знания в различных сферах деятельности. Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.</p> |
| <p>владеть: Демонстрирует коммуникативную компетентность в условиях научной и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных</p> | <p>Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет основами знаний в различных сферах деятельности</p> | <p>Обучающийся владеет основами знаний в различных сферах деятельности в неполном объеме, допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей, Обучающийся</p> | <p>Обучающийся частично владеет основами знаний в различных сферах деятельности, навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе</p> | <p>Обучающийся в полном объеме владеет основами знаний в различных сферах деятельности, свободно применяет полученные навыки в ситуациях повышенной</p> |

| | | | | |
|--|--|---|--|------------|
| публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке. | | испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях. | умений на новые, нестандартные ситуации. | сложности. |
|--|--|---|--|------------|

Шкалы оценивания результатов промежуточной аттестации и их описание:
К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в высокотехнологичном производстве» (указывается что именно – прошли промежуточный контроль, выполнили работы, выступили с докладом и т.д.).

Шкала и критерии оценки знаний при проведении промежуточной аттестации

| Шкала оценивания | Критерии оценки знаний студентов |
|-------------------------|--|
| Зачтено | Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой дисциплины. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации. |
| Не зачтено | Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных рабочей программой дисциплины. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации. |

Фонды оценочных средств представлены в приложении 1 к рабочей программе.

7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины «Менеджмент и маркетинг в высокотехнологичном производстве»

А) Основная литература:

1. Понуждаев Э.А., Понуждаева М.Э. Теория менеджмента: история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение: учебное пособие. Кн. 1. М.: Директ-Медиа, 2015. 661 с. <http://www.knigafund.ru/books/182140/read#page1>

2. Понуждаев Э.А., Понуждаева М.Э. Теория менеджмента: история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение: учебное пособие. Кн. 2., М.: Директ-Медиа, 2015. 434 с. <http://www.knigafund.ru/books/182290/read#page1>

Б) Дополнительная литература

1. Бобин М.С. Современные тенденции менеджмента: теория систем; концепция сопряженных обстоятельств. М.: Лаборатория книги, 2012. 104 с. <http://www.knigafund.ru/books/192436/read#page1>

2. Блинов А.О., Угрюмова Н.В. Теория менеджмента: учебник. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. 304 с. <http://www.knigafund.ru/books/199034/read#page1>

3. Герчикова И.Н. Менеджмент: учебник для вузов. М.: Юнити-Дана, 2015. 510 с. <http://www.knigafund.ru/books/197258/read#page1>

В) программное обеспечение и интернет-ресурсы:

1. Офисные приложения, Microsoft Office 2013 (или ниже) – Microsoft Open License. Лицензия № 61984042

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины.

Аудитория для лекционных и семинарских занятий общего фонда. Столы учебные со скамьями, аудиторная доска, переносной мультимедийный комплекс (проектор, проекционный экран, ноутбук). Рабочее место преподавателя: стол, стул.

Электронные библиотечные системы:

| Перечень договоров ЭБС (за период, соответствующий сроку получения образования по ООП) | |
|--|---|
| Наименование документа с указанием реквизитов | Срок действия документа |
| ЭБС «Издательства Лань» (e.lanbook.com), коллекции:Инженерно-технические науки – Издательство «Машиностроение»;Инженерно-технические науки – Издательство МГТУ им. Н.Э. Баумана;Инженерно-технические науки – Издательство «Физматлит»;Экономика и менеджмент – Издательство «Флинта»;Инженерно-технические науки – Издательство «Лань» и 38 книг из других разделов ЭБС (см. сайт университета, раздел библиотека). Договор № 73-МП-23-ЕП/17 от 28.05.2017. | С «02» мая 2017 г. по «01» мая 2018 г. |
| ЭБС «Издательства Лань» (e.lanbook.com), доступ к 10 полнотекстовым электронным изданиям из разных коллекций (см. сайт университета, раздел библиотека). Договор № 4-08/2017 от 02.08.2017. | С «02» сентября 2017 г. по «01» мая 2018 г. |

| | |
|---|---|
| ЭБС «КнигаФонд» (www.knigafund.ru), коллекция из 179342 изданий. Договор № 144-МП-223-ЕП от 05.07.2017 с ООО «Директ-Медиа». | С «29» мая 2017 г. по «28» мая 2018 г. |
| ЭБС «ZNANIUM.COM» (www.znanium.com), доступ к 14 полнотекстовым изданиям из разных коллекций (см. сайт университета, раздел библиотека). Договор № 3-08/17 от 01.08.2017 с ООО «ЗНАНИУМ». | С «01» августа 2017 г. по «30» июля 2018 г. |
| ЭБС «ЮРАЙТ» (www.biblio-online.ru), доступ к 17 полнотекстовым изданиям из разных коллекций. Договор № 14-99/2017 от 25.07.2017 с ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ». | С «01» сентября 2017 г. по «31» августа 2018 г. |
| Реферативная наукометрическая электронная база данных «Scopus». Полнотекстовая база данных для поиска инженерной информации и поддержки принятия инженерных решений «Knovel». Договор № 146_МП-223-ЕП/17 от 07.07.2017. | С «01» июня 2017 г. по «31» мая 2018 г. |
| Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» (www.cyberleninka.ru), коллекция из 1134165 научных статей. Свободный доступ. | Постоянный доступ |
| ЭБС «Polpred» (polpred.com), обзор СМИ (архив публикаций за 15 лет). Свободный доступ. | Постоянный доступ |
| Научная электронная библиотека e.LIBRARY.ru, 3800 наименований журналов в открытом доступе. | Постоянный доступ |

9. Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера. При подготовке лекции преподаватель руководствуется рабочей программой дисциплины. В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Преподаватель приводит список используемых и рекомендуемых источников для изучения конкретной темы. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции. При чтении лекций по дисциплине могут использоваться электронные мультимедийные презентации.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при

последовательном изучении тем дисциплины. В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. На интерактивных занятиях студенты должны проявлять активность.

Формат проведения интерактивного практического занятия на тему «Коммуникации в современном управлении».

Деловая игра предполагает воссоздание модели ситуации конфликтного характера, возникшей между двумя партнерами по бизнесу. В данном формате можно разыгрывать любую конфликтную ситуацию, причем участниками могут быть, как партнеры по бизнесу («производитель услуг или товаров» - «клиент»), так и руководители двух компаний, руководитель и подчиненный и т.д.

Ситуация вписывается в текущую тему курса. Данная игра строится в рамках темы ***Коммуникации в современном управлении***.

Игра рассчитана на студентов 2-3 курса различных направлений и профилей, изучающих курс «Теории менеджмента». В игре принимают участие студенты одной группы. Продолжение игры – 1 семинар. Оптимальное время игры – ноябрь, после изучения соответствующей темы в рамках рабочей программы.

Цель игры: приобретение учащимися профессиональных, коммуникативных и управленческих навыков.

Стартовые условия

1. Государство – Россия. Субъект Российской Федерации. Соответствующие ей социально-экономическая ситуация, правовой фон, особенности системы управления.
2. Организации, находящиеся на территории субъекта РФ.
3. Приоритеты и акценты игры:
 - понимание игроками сложившейся ситуации, точки противоречия;
 - правильная оценка личностных качеств и профессиональных способностей собеседника;
 - принятие важных стратегических и тактических решений, которые являются основой для достижения желаемого результата;
 - осознание ответственности за принятые решения.
4. Контингент участников игры – группа студентов.

Место участников в объявленных ролях:

- исполнитель 1 роли – Генеральный директор компании
- исполнитель 2 роли – Директор офисного центра
- эксперты, оценивающие поведение игроков в ходе действия;
- координатор .

Отдельно определяется место преподавателя в игровом пространстве, в данном случае он координатор.

Определение содержания игры

Задается ситуация: предыстория конфликта, которая проясняет положение, а при необходимости цели участников.

Компания арендует офис в новом офисном центре. Его владелец обещал в течение трёх месяцев завершить работу над деталями в центре: обозначить входы, достроить парковку, обеспечить рекламу офисного центра. В оговоренные сроки обещание не было выполнено. В следствие чего компания лишилась большинства своих клиентов, т.к. они отказывались вести переговоры в этом офисе. Ген. директор приказывает управляющему в течение одного месяца наладить ситуацию и добиться скидки на аренду.

Роли и интересы:

Генеральный директор компании - добиться снижения аренды и выполнения обещания по обустройству офисного центра

Директор офисного центра - не снижать арендную плату, завершить обещанную работу и сохранить арендаторов.

Ход игры. Начинаются переговоры в заданной ситуации. В процессе каждый из участников может уточнять условия и тем самым развивать ситуацию, партнер должен поддерживать заданные условия и продолжать действовать, исходя из них. Важно при ведении переговоров соблюдать этику делового общения, вместе с тем уметь отстаивать интересы своей организации, но при этом сохранить партнерские отношения.

Правила игры. Права и обязанности игроков и экспертов.

Из группы студентов выделяются эксперты в количестве 3-х человек. Остальные студенты делятся на две группы. Одна из них представляет интересы редакции журнала, другая – интересы заказчика. Роль определяется посредством жеребьевки. В течение 10 минут они обсуждают сюжет игры, определяют направления развития этого сюжета, уточняют возможные варианты развития сценария. Затем они сами определяют лидера, готового играть основную роль.

Время проведения переговоров – 7 минут.

Переговоры начинает тот исполнитель, кому принадлежат последние слова в предыстории конфликта. При возникновении паузы при заминке одного из игроков длина паузы не может превышать 1 минуты.

Экспертный состав: 3-5 человек в зависимости от количества студентов в группе:

Задачи экспертов:

- ответить на один из вопросов: «Кому бы он доверил свой бизнес в управление?»; «К кому бы он нанялся на работу?»; «Кого бы как руководитель он послал обговаривать условия и заключать коммерческий договор?»;
- оценить результаты деятельности конкурсантов по выработанным ими самими критериям, чтобы дать объективную оценку участников – представителей конфликтующих сторон, оценивать их качества как человека, члена коллектива, профессионала, управленца, а также оригинальность представленных идей.

Игрокам каждым из экспертов присваивается либо 1 балл, либо 0 баллов. В итоге выигрывает тот, кто получил большее количество баллов.

Корректировку действий участников осуществляет координатор: отслеживает выполнение правил игры, время, выделенное на подготовку и проведение переговоров.

После окончания переговоров эксперты оглашают присвоенные баллы, описывая поведение участников и их качества, проявленные в ходе переговоров. Акцентируя внимание на ключевые характеристики, которые больше всего им понравились, что повлияло на решение «Я хотел бы работать у ...» «Я отдал бы в доверительное управление свой бизнес...»; «Я послал бы на переговоры...». В итоге по составленному списку критериев эксперты оценивают ориентацию менеджеров на исполнение интересов всех контактных групп.

Координатор имеет право наложить штрафные санкции за нарушение игровой дисциплины в подготовительный период обсуждения и период ведения переговоров – 0,5 балла; за затянувшуюся паузу – 0,5 баллов.

Структура игры

| Этап | Содержание | Деятельность преподавателя | Деятельность студентов |
|------------------|---|----------------------------|------------------------|
| Подготовительный | Разъяснение условий и правил игры, знакомство с регламентом. Выбор экспертов, выделение команд | Распределение ролей | Формирование групп |

| | | | |
|----------------|--|---|--|
| Стартовый | Озвучивание ситуации | Осуществление роли координатора знакомит студентов с предысторией конфликта, отвечает на возникшие вопросы. Контролирует регламент обсуждения ситуации в группах | В группах ведется обсуждение сюжета игры, определение направления его развития, уточнение возможных вариантов развития сценария. Выбирают лидера, который будет выполнять одну из двух ключевых ролей. Студенты, исполняющие роль экспертов, определяют критерии |
| Итоговый | Проведение переговоров между ключевыми участниками | Контролирует регламент переговоров | Лидеры групп ведут переговоры, разворачивая ситуацию в нужном направлении. |
| Заключительный | Подведение итогов состоявшейся деловой встречи. Выступления экспертов. Определение победителей | Ведет обсуждение, руководит как координатор ходом игры. | Эксперты оценивают поведение участников игры по выработанным критериям. Выбирают победителя. Отвечают на поставленные вопросы. Обоснуют свой выбор. |
| Рефлексия | Обсуждение проведенного мероприятия | Подводит итог, отмечает сильные и слабые моменты в поведении всех исполнителей ролей. По необходимости предлагает свой вариант развития сюжета. Предлагает оценить вклад участников, обозначить активность и достигнутый результат. | Выступают все желающие. Определяют индивидуальный вклад участников, степень соответствия ожиданиям от проведения игры. |

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельной темы учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по определяется учебным планом. При самостоятельной работе студент взаимодействует с рекомендованными материалами при участии преподавателя в виде консультаций. Для выполнения самостоятельной работы предусмотрено

Методическое обеспечение. Электронно-библиотечной система (электронная библиотека) университета обеспечивает возможность индивидуального доступа каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

10.Методические рекомендации для преподавателя (Методические рекомендации по составлению презентаций)

Презентация (от английского слова - представление) – это набор цветных картинок-слайдов на определенную тему, который хранится в файле специального формата с расширением РР. Термин «презентация» (иногда говорят «слайд-фильм») связывают, прежде всего, с информационными и рекламными функциями картинок, которые рассчитаны на определенную категорию зрителей (пользователей).

Мультимедийная компьютерная презентация – это:

- динамический синтез текста, изображения, звука;
- самые современные программные технологии интерфейса;
- интерактивный контакт докладчика с демонстрационным материалом;
- мобильность и компактность информационных носителей и оборудования;
- способность к обновлению, дополнению и адаптации информации;
- невысокая стоимость.

Правила оформления компьютерных презентаций

Общие правила дизайна

Многие дизайнеры утверждают, что законов и правил в дизайне нет. Есть советы, рекомендации, приемы. Дизайн, как всякий вид творчества, искусства, как всякий способ одних людей общаться с другими, как язык, как мысль — обойдет любые правила и законы.

Однако, можно привести определенные рекомендации, которые следует соблюдать, во всяком случае, начинающим дизайнерам, до тех пор, пока они не почувствуют в себе силу и уверенность сочинять собственные правила и рекомендации.

Правила шрифтового оформления:

- Шрифты с засечками читаются легче, чем гротески (шрифты без засечек);
- Для основного текста не рекомендуется использовать прописные буквы.
- Шрифтовой контраст можно создать посредством: размера шрифта, толщины шрифта, начертания, формы, направления и цвета.
- Правила выбора цветовой гаммы.
- Цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов.

- Существуют не сочетаемые комбинации цветов.
- Черный цвет имеет негативный (мрачный) подтекст.
- Белый текст на черном фоне читается плохо (инверсия плохо читается).

Рекомендации по дизайну презентации

Чтобы презентация хорошо воспринималась слушателями и не вызывала отрицательных эмоций (подсознательных или вполне осознанных), необходимо соблюдать правила ее оформления.

Презентация предполагает сочетание информации различных типов: текста, графических изображений, музыкальных и звуковых эффектов, анимации и видеофрагментов. Поэтому необходимо учитывать специфику комбинирования фрагментов информации различных типов. Кроме того, оформление и демонстрация каждого из перечисленных типов информации также подчиняется определенным правилам. Так, например, для текстовой информации важен выбор шрифта, для графической — яркость и насыщенность цвета, для наилучшего их совместного восприятия необходимо оптимальное взаиморасположение на слайде.

Рассмотрим рекомендации по оформлению и представлению на экране материалов различного вида.

Оформление текстовой информации:

- размер шрифта: 24–54 пункта (заголовки), 18–36 пунктов (обычный текст);
- цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться), но не резать глаза;
- тип шрифта: для основного текста гладкий шрифт без засечек (Arial,Tahoma, Verdana), для заголовка можно использовать декоративный шрифт, если он хорошо читается;
- курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы рекомендуется использовать только для смыслового выделения фрагмента текста.

Оформление графической информации:

- рисунки, фотографии, диаграммы призваны дополнить текстовую информацию или передать ее в более наглядном виде;
- желательно избегать в презентации рисунков, не несущих смысловую нагрузку, если они не являются частью стилевого оформления;
- цвет графических изображений не должен резко контрастировать с общим стилевым оформлением слайда;
- иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом;
- если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем.

Содержание и расположение информационных блоков на слайде:

- информационных блоков не должно быть слишком много (3-6);
- рекомендуемый размер одного информационного блока — не более 1/2 размера слайда;
- желательно присутствие на странице блоков с разнотипной информацией (текст, графики, диаграммы, таблицы, рисунки), дополняющей друг друга;
- ключевые слова в информационном блоке необходимо выделить;
- информационные блоки лучше располагать горизонтально, связанные по смыслу блоки — слева направо;
- наиболее важную информацию следует поместить в центр слайда;
- логика предъявления информации на слайдах и в презентации должна соответствовать логике ее изложения.

Помимо правильного расположения текстовых блоков, нужно не забывать и об их содержании — тексте. В нем ни в коем случае не должно содержаться орфографических ошибок. Также следует учитывать общие правила оформления текста.

После создания презентации и ее оформления, необходимо отрепетировать ее показ и свое выступление, проверить, как будет выглядеть презентация в целом (на экране компьютера или проекционном экране), насколько скоро и адекватно она воспринимается из разных мест аудитории, при разном освещении, шумовом сопровождении, в обстановке, максимально приближенной к реальным условиям выступления.

Фонды оценочных средств представлены в Приложении 1 к рабочей программе

Структура и содержание дисциплины «Менеджмент и маркетинг в высокотехнологичном производстве» по направлению подготовки 27.04.02 «Управление качеством»

Образовательная программа «Управление качеством в индустрии 4.0»(магистратура)

| n/ n | Раздел | Семестр | Неделя семестра | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов, и трудоемкость в часах | | | | | Виды самостоятельной работы студентов | | | | | Формы аттестации | |
|---------|---|---------|-----------------|---|-----|-----|---------|---------|---------------------------------------|------|-----|---------|-----|------------------|---|
| | | | | Л | П/С | Лаб | СР С | КС Р | К. Р. | К.П. | РГР | Реферат | К/р | Э | З |
| | второй семестры | | | | | | | | | | | | | | + |
| 1 | <i>Основные этапы развития менеджмента и маркетинга.</i> | 2 | | 1 | 1 | | 20 | | | | | 1 | | | + |
| 2 | <i>Принципы развития и закономерности функционирования организации.</i> | 2 | | 2 | 2 | | 20 | | | | | | | | + |
| 3 | <i>Роли, функции и задачи менеджера в современной организации</i> | 2 | | 1 | 1 | | 20 | | | | | | | | + |
| 4 | <i>Внутренняя среда организации. Методы анализа состояния организации. Маркетинговые исследования</i> | 2 | | 2 | 2 | | 20 | | | | | | | | + |

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Направление подготовки: 27.04.02 " Управление качеством "

ОП (профиль): «Управление качеством в индустрии 4.0»

Форма обучения: очная

Вид профессиональной деятельности:

*Расчетно-экономическая,
Аналитическая, научно-исследовательская,
организационно-управленческая*

Кафедра: Менеджмент

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Менеджмент и маркетинг в высокотехнологичном производстве

Состав: 1. Паспорт фонда оценочных средств

2. Описание оценочных средств:
тесты, вопросы к экзамену

Составители:

Москва, 2022 год

ПОКАЗАТЕЛЬ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Таблица 1

| Менеджмент и маркетинг в высокотехнологичном производстве | | | | | |
|--|---|---|---|-----------------------------|---|
| ФГОС ВО 27.04.02 «Управление качеством» | | | | | |
| ОП «Управление качеством в индустрии 4.0» | | | | | |
| В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие компетенции: | | | | | |
| КОМПЕТЕНЦИИ | | Перечень компонентов | Технология формирования компетенций | Форма оценочного средства** | Степени уровней освоения компетенций |
| ИН-ДЕКС | ФОРМУЛИРОВКА | | | | |
| Факультатив | Обладать знаниями об основных механизмах управления как на уровне организации, так и отдельных её элементов; современным управленческим мышлением | <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные бизнес-процессы в организации; - принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования; - типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования; - основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля; - виды управленческих решений и методы их принятия. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять её ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; - анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию; | лекция, самостоятельная работа, семинарские занятия | ПР Р, З. | <p>Базовый уровень</p> <ul style="list-style-type: none"> - владеет методами анализа и моделирования бизнес-процессов; - владеет основами математического моделирования прикладных задач, решаемых аналитическими методами; - умеет работать с информацией из различных источников. <p>Повышенный уровень</p> <ul style="list-style-type: none"> - владеет методами анализа и моделирования бизнес-процессов; - владеет основами математического моделирования прикладных задач, решаемых аналитическими методами; - умеет работать с информацией из различных источников. <p>Обучающийся способен применять данные навыки в новых нестандартных ситуациях (при анализе инновационных процессов).</p> |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> - организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач; - анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности; - диагностировать организационную культуру, выявлять её сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по её совершенствованию <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами анализа экономической и социальной эффективности деятельности высокотехнологичных производств; - технологией формирования эффективной системы управления высокотехнологичных производств - методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивация и контроль); - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации | | | |
|--|--|--|--|--|--|

**Перечень оценочных средств по дисциплине «Менеджмент и маркетинг
в высокотехнологичном производстве»**

| № ОС | Наименование оценочного средства | Краткая характеристика оценочного средства | Представление оценочного средства в ФОС |
|------|---|---|---|
| 1 | Практические работы (деловая и/или ролевая игра, перечень в приложении 1) | Совместная деятельность группы обучающихся и педагогического работника под управлением педагогического работника с целью решения учебных и профессионально - ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи. | Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре |
| 2 | Реферат (Р) | Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. | Темы рефератов |
| 4 | Зачет (З) | Итоговая форма оценки знаний. В высших учебных заведениях проводятся во время экзаменационных сессий. | Контрольные вопросы к зачету |

**Контрольные вопросы к зачету
по дисциплине
«Менеджмент и маркетинг в высокотехнологичном производстве»**

Знать:

1. Понятие менеджмента.
2. Понятие маркетинга.
3. Функции менеджмента
4. Японская модель менеджмента.
5. Американская модель менеджмента.

6. Влияние национальных особенностей на модель менеджмента.
7. Маркетинговая модель менеджмента
8. Виды планирования, суть стратегического планирования
9. Понятие миссии. Сущность и назначение
10. Цели и задачи организации. «Древо целей»
11. Маркетинговые исследования
12. Внешняя среда организации: характеристика, влияние.
13. Анализ внешней среды организации: факторы косвенного воздействия (PEST-анализ)
14. Анализ внешней среды организации: факторы прямого воздействия (конкурентный анализ)
15. Анализ внутренней среды организации.
16. Выявление сильных и слабых сторон организации, угроз и возможностей (SWOT-анализ, SNW-анализ)
17. Виды конкурентных стратегий (издержки, дифференциация, фокусированные)
18. Наступательные функциональные стратегии.
19. Оборонительные функциональные стратегии.
20. Конкурентное преимущество. Классификация участников на рынке.
21. Основные организационно правовые формы предприятия
22. Организационные структуры.

Уметь:

1. Характеристика бюрократических и адаптивных организационных структур.
2. Характеристика линейно-функциональной и штабной организационной структуры
3. Дивизиональная структура, построенная по продуктовому признаку.
4. Дивизиональная структура, ориентированная на потребителей.
5. Дивизиональная структура, построенная по географическому признаку.
6. Матричная организационная структура
7. Проектная и бригадная организационная структура
8. Мотивация: виды, процесс и элементы. Свойства психики человека
9. Двухфакторная теория мотивации Герцберга.
10. Теория человеческих потребностей Маслоу.
11. Теория ожиданий и теория справедливости.
12. Понятие контроля и его виды.
13. Система контроллинга

14. Коммуникации в менеджменте. Виды и элементы.
15. Функция координации в менеджменте. Делегирование полномочий.
16. Понятие рабочего времени, расписание работы.
17. Фотография рабочего времени. Хронометраж
18. Проблемы оптимального использования рабочего времени. Принципы Парето и Эйзенхауэра.
19. Лидерство и власть. Теории и виды.
20. Руководство, стили руководства.
21. Управление качеством.
22. Авторитет руководителя фирмы, его виды, характеристики.
23. Конфликты. Виды, элементы и этапы
24. Управление конфликтами.

Владеть:

1. Содержание работы руководителя по нейтрализации конфликтов.
2. Управленческие решения. Классификация, принципы и методы принятия.
3. Этапы разработки и принятия управленческих решений
4. Кадровое планирование и его значение.
5. Планирование привлечения персонала и высвобождение персонала.
6. Критерии отбора персонала. Основные методы сбора информации.
7. Эффективность управления, факторы ее формирования.
8. Типы производств. Производственная мощность. Календарное планирование.
9. Управление качеством. Зарубежный опыт (контрольные карты Шухарта, схемы Исикавы)
10. Управление запасами. Виды спроса на запасы, классификация запасов (ABC).
11. Модели управления запасами
12. Карьерный рост и ротация персонала. Карьерограмма.
13. Информационное управление в менеджменте.
14. Инновационный менеджмент.
15. Деловая этика и этикет руководителя.
16. Социальная ответственность организации
17. Менеджеры нового поколения. Командный менеджмент.
18. Жизненный цикл организации.
19. Основные виды и типы организаций
20. Причины организационных изменений

21. Методы проведения организационных изменений
22. Сопротивление организационным изменениям. Причины и виды.
23. Организационная культура
24. Групповая динамика

Реферат.

Целью подготовки реферата является приобретение навыков творческого обобщения и анализа имеющейся литературы по рассматриваемым вопросам, что обычно является самостоятельной работой. Предусмотрены написание и защита одного реферата. Всего по дисциплине студент может представить шесть рефератов. Тему реферата студент выбирает самостоятельно из предложенной тематики. При написании реферата надо составить краткий план, с указанием основных вопросов избранной темы.

Реферат должен включать введение, несколько вопросов, посвященных рассмотрению темы, заключение и список использованной литературы. В вводной части реферата следует указать основания, послужившие причиной выбора данной темы, отметить актуальность рассматриваемых в реферате вопросов. В основном разделе излагаются наиболее существенные сведения по теме, производится их анализ, отмечаются отдельные недостатки или нерешенные еще вопросы, вносятся и обосновываются предложения по повышению качества потребительских товаров, расширению ассортимента, совершенствованию контроля за качеством и т.д. В заключении реферата на основании изучения литературных источников должны быть сформулированы краткие выводы и предложения.

Требования к содержанию и оформлению рефератов

К форме и содержанию реферата предъявляются заранее определенные требования. Эти требования доводятся до слушателей в начале курса.

В структуре реферата обязательно присутствуют следующие разделы:

1. Введение (содержит постановку проблемы, кратко объясняет выбор темы);
2. Основная часть (содержит логически стройное изложение мыслей на заданную тему);
3. Выводы (обобщается авторская позиция по поставленной проблеме);
4. Список использованных источников (указываются только те источники, которыми фактически пользовался автор);

Любое прямое заимствование или пересказ близко к тексту материала из других источников оформляется в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным работам. Все цитаты и постраничные ссылки на все использованные источники приводятся в тексте работы по следующей форме: [номер источника в списке литературы + номер страницы, содержащий цитату или иной научный факт, использованный при подготовке реферата].

Включение в текст материалов, не имеющих прямого отношения к теме, рассматривается как проявление неспособности автора отделить существенное от несущественного и служит основанием для снижения общей оценки.

Объем реферата составляет 15-20 страниц машинописного текста (14 шрифт через 1.5 интервала).

Критерии оценки рефератов

Качество реферата оценивается по следующим критериям:

1. Самостоятельность выполнения работы, способность аргументировано защищать основные положения и выводы (+/-).

2. Уровень освоения темы и изложения материала (обоснованность отбора материала, использование первичных источников, способность самостоятельно осмысливать выявленные факты, структура и логика изложения).

3. Обоснованность, чёткость и лаконичность, оригинальность в постановке проблемы;

4. Соответствие формальным требованиям (структура, научный аппарат, грамотность изложения);

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) со студентами в ходе изучения материала данной дисциплины.

Темы рефератов по дисциплине

«Менеджмент и маркетинг в высокотехнологичном производстве»

Знать:

1. Предприимчивость и предпринимательство: качества человека и вид деятельности.
2. Менеджер как субъект и объект управления.
3. Интересы и ценности менеджера: влияние на управление.
4. Организационные формы управления.
5. Эффективность управления.
6. Формальное и неформальное управление.
7. Процессы дифференциации и интеграции в системе менеджмента.
8. Диверсификация производства и развитие менеджмента.
9. Стратегия и тактика менеджмента: социальное, экономическое и организационное развитие.
10. Сущность стратегического управления
11. Сущность тактического управления.
12. Сущность оперативного управления
13. Деловые конфликты и их роль в процессах управления.

14. Власть и партнерство в современной работе.
15. Стимулирование спроса и продвижение товара на рынке.
16. Банковский менеджмент: сущность и его специфика.
17. Финансовый менеджмент: его сущность и особенности.
18. Особенности и тенденции развития российского менеджмента
19. Методы руководства и их применение в деятельности различных типов лидеров.
20. Влияние современных информационных технологий на организацию и методы менеджмента.
21. Барьеры коммуникаций в организациях и методы их преодоления.
22. Современные модели дистанционного менеджмента и практика их применения.
23. Взаимосвязь коммуникаций и структуры организации.
24. Человеческие качества и эффективность деятельности коллектива.
25. Принципы и этапы формирования высокоэффективного коллектива.
26. Бюрократия и номенклатура.
27. Свойства психики человека и мотивация сотрудников.
28. Двухфакторная теория мотивации Герцберга.
29. Теория человеческих потребностей Маслоу.
30. Теория ожиданий и теория справедливости.

Уметь:

1. Контроль и контроллинг.
2. Роль коммуникации в менеджменте.
3. Функция координации в менеджменте
4. Рабочее время менеджера и подчиненных.
5. Проблемы оптимального использования рабочего времени.
6. Современные стили руководства.
7. Особенности развития современных менеджеров
8. Управление временем современных менеджеров (Тайм-менеджмент)
9. Авторитет руководителя, его виды и характеристики.
10. Управление конфликтами.
11. Этапы разработки и принятия управленческих решений
12. Кадровое планирование и его значение.
13. Эффективность управления, факторы ее формирования.
14. Управление качеством. Современное понятие качества в менеджменте.
15. Карьерный рост и ротация персонала. Карьерограмма.
16. Особенности менеджмента в информационной среде.

17. Инновационный менеджмент
18. Особенности антикризисного управления.
19. Деловая этика и этикет руководителя.
20. Социальная ответственность организации.
21. Менеджеры нового поколения. Командный менеджмент.
22. Маркетинговая модель менеджмента
23. Прогнозирование конфликтов. Методы их разрешения.
24. Управление нравственным развитием коллектива.
25. Факторы, определяющие национальные особенности культуры менеджера.

Владеть:

1. Характеристики нравственно-этического потенциала менеджера.
2. Цикличность и иерархичность менеджмента.
3. Методы и модели оценки риска в принятии решений.
4. Методы "мозгового штурма" в принятии решений.
5. Методы анализа структуры затрат рабочего времени менеджера.
6. Методы и границы применения нормирования управленческого труда.
7. Задачи функции муниципалитета (администрации города, района) в управлении экономикой региона, города.
8. Формы и органы самоуправления за рубежом.
9. Место, роль и взаимосвязь инновационного и инвестиционного менеджмента.
10. Современный опыт организации и управления инновациями.
11. Инвестиционная политика государства: цели, направления, методы.
12. Маркетинговый менеджмент.
13. Основные особенности производственного менеджмента в машиностроительном комплексе.
14. Производственный менеджмент государственных и муниципальных органов управления экономикой.
15. Система управления производством в организации: критерии, параметры, органы, методы.
17. Развитие социальной инфраструктуры и общества.
18. Социальная эффективность менеджмента.
19. Современные методы и организация ресурсного обеспечения организации.
20. Основные характеристики структуры управленческого персонала.
21. Опыт зарубежных фирм в организации информационного

взаимодействия с внешней средой.

22. Групповое внедрение организационных изменений

23. Сопротивление организационным изменениям.

24. Особенности взаимодействия формальных и неформальных групп.

25. Маркетинговое исследование.

26. Эффективное управление организационными изменениями.

Перечень практических работ по дисциплине

| № | Наименование практической работы | Количество часов |
|----------|---|-------------------------|
| 1 | Основные этапы развития менеджмента и маркетинга. | 1 |
| 2 | Принципы развития и закономерности функционирования организации. | 2 |
| 3 | Роли, функции и задачи менеджера в современной организации | 1 |
| 4 | Внутренняя среда организации. Методы анализа состояния организации Маркетинговые исследования | 2 |
| 5 | Внешняя среда организации. Факторы косвенного воздействия. Маркетинговые исследования | 1 |
| 6 | Организационная культура. | 2 |
| 7 | Управление конфликтами. Стресс и последствия | 1 |
| 8 | Основы принятия управленческих решений. | 2 |
| 9 | Функциональный менеджмент: производственный (управление качеством и запасами) | 1 |
| 10 | Функциональный менеджмент: формирование кадровых ресурсов | 2 |
| 11 | Зачетное занятие | 1 |