

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Минцаев Магомед Шавалович

Должность: Ректор

Дата подписания: 23.11.2023 13:54:18

Уникальный программный ключ:

236bcc35c296f119d6aafdc22836b21db52dbc07971a86865a5823f9a4304cc

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГРОЗНИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

имени академика М.Д. Миллионщикова

«УТВЕРЖДАЮ»

Первый проректор

И.Г. Гайрабеков



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

«МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ЭНЕРГЕТИКЕ»

Направление подготовки

27.03.01 Стандартизация и метрология

Профиль

«Метрология, стандартизация и сертификация»

Квалификация

Бакалавр

Грозный – 2020

1. Цель и задачи дисциплины:

Основная цель курса: Целью и задачами преподавания дисциплины «Менеджмент и маркетинг в энергетике»: является обучение студентов основам менеджмента; понимание студентами понимания того, что управление обеспечивает связанность, интеграцию производственных и экономических процессов на предприятии с внутренней и внешней средой, конкурентоспособность бизнеса, адаптацию производства к требованиям рынка; всестороннее изучение объектов управления, исследование инновационных поведенческих моделей, рассмотрение задач и функций менеджмента при принятии оптимальных решений.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Учебная дисциплина «Менеджмент и маркетинг в энергетике» относится к части формируемой участниками образовательных отношений цикла в учебном плане ОП направления 27.03.01 «Стандартизация и метрология» и предусмотрена для изучения в 9 семестре курса. Базируется на знании общетехнических и специальных дисциплин: Экономика, в области управленческих технологий - Экономика и управление энергетическим предприятием, Социология и политология, Психология и этика - при изучении управления персоналом и других.

Данный курс охватывает широкий круг вопросов, связанных с изучением теории менеджмента, анализа информации и разработки программ для достижения поставленной цели, функций менеджмента и многие другие вопросы.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью участвовать в практическом освоении систем управления качеством (ПК-2);
- способностью организовывать работу малых коллективов исполнителей (ПК-10);
- способностью участвовать в практическом освоении систем менеджмента качества, рекламационной работе, подготовке планов внедрения новой контрольно-измерительной техники, составлении заявок на проведение сертификации (ПК-13);
- способностью проводить анализ и оценку производственных и непроизводственных затрат на обеспечение требуемого качества продукции, анализировать результаты деятельности производственных подразделений; подготавливать исходные данные для выбора и обоснования технических и организационно-экономических решений по управлению качеством; разрабатывать оперативные планы работы первичных производственных подразделений (ПК-15).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- цели и задачи менеджмента, принципы управления персоналом;
- характеристики основных функций менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль;
- методы участия в разработке оперативных планов работы производственных подразделений;
- основные принципы и процессы управления предприятием;
- факторы, влияющие на принятие решений и условия эффективности управленческих решений;
- пять концепций управления маркетингом.

уметь:

- работать в команде, толерантно воспринимая социальные и культурные различия (ОК-6);
- осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий;
- организовать работу малых коллективов исполнителей;
- управлять процессом сегментации.

владеть:

- методами конкретизации стратегии развития;
- методами распределения управленческих полномочий в организации;
- методами управления конфликтами в организации;
- формами стимулирования труда работников.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

Вид учебной работы	Всего часов/ зач.ед.		Семестры		
	ОФО	ЗФО	7	9	
			ОФО	ЗФО	
Контактная работа (всего)	60/1,7	18/0,5	60/1,7	18/0,5	
В том числе:					
Лекции	24/0,7	8/0,22	24/0,7	8/0,22	
Практические занятия	24/0,7	6/0,17	24/0,7	6/0,17	
Семинары					
Лабораторные работы					
Самостоятельная работа (всего)	84/2,3	126/3,5	84/2,3	126/3,5	
В том числе:					
Курсовая работа (проект)	30/0,8	36/1,0	30/0,8	36/1,0	
Рефераты					
Доклады					
Презентации					
<i>И (или) другие виды самостоятельной работы:</i>					
Подготовка к лабораторным работам	18/0,5	36/1,0	18/0,5	36/1,0	
Подготовка к практическим занятиям	18/0,5	18/0,5	18/0,5	18/0,5	
Подготовка к зачету					
Подготовка к экзамену	18/0,5	36/1,0	18/0,5	36/1,0	
Вид промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен	Экзамен	Экзамен	
Вид отчетности					
Общая трудоемкость дисциплины	ВСЕГО в часах	144	144	144	144
	ВСЕГО в зачетных единицах	4	4	4	4

5. Содержание и объем дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Таблица 2

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Часы лекционных занятий		Часы лабораторных занятий		Часы практических (семинарских) занятий		Всего часов	
		ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО
1	Менеджмент: основные понятия, сущность.	1	1			2	1	3	2
2	Функции менеджмента.	1				1		2	
3	Современная наука об управлении.	2	1	2		2	1	6	2

4	Основные элементы структуры управления предприятием.	2				2		4	
5	Управление организаций	1		2		1		4	
6	Реализация стратегических альтернатив. Роль стратегического планирования.	2	1			2	1	4	2
7	Делегирование полномочий.	1				1		2	
8	Управление персоналом. Необходимость контроля.	2	1	2	1	2	1	6	3
9	Принятие решений в организации.	2				2		4	
10	Мотивация, стимулирование	2				1		3	
11	Управление маркетингом. Управление. Сегмент рынка.	2	1			2	1	4	2
12	Организация маркетинговой деятельностью. Планирование и его эффективность.	2	1	2	1	2	1	6	3
13	Ценообразование, факторы, влияющие на решение о цене.	2	1	2	1	2		6	2
14	Основные этапы установления фирмой цены на товар.	2	1	2	1	2		6	2
Итого:		24	8	12	4	24	6	60	18

5.2. Лекционные занятия

Таблица 3

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Менеджмент: основные понятия, сущность.	Место менеджмента в системе управленческих дисциплин. Цели и задачи менеджмента. Субъект и объект менеджмента.
2	Функции менеджмента.	Сущность и взаимосвязь функций менеджмента. Характеристика основных функций менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль.
3	Современная наука об управлении.	Менеджмент как управление хозяйственной деятельностью предприятия. Основные характеристики предприятия.
4	Основные элементы структуры управления предприятием.	Внутренняя и внешняя среда предприятия. Процесс управления предприятием
5	Управление организацией	Формальная структура организации. Структурные методы разрешения конфликта.

6	Реализация стратегических альтернатив. Роль стратегического планирования.	Методические подходы по конкретизации стратегии развития.
7	Делегирование полномочий.	Распределение управленческих полномочий в организации.
8	Управление персоналом. Необходимость контроля.	Управление конфликтами в организации.
9	Принятие решений в организации.	Виды решений и подходы к их принятию. Этапы принятия рациональных решений. Факторы, влияющие на принятие решений. Условия эффективности управленческих решений.
10	Мотивация, стимулирование	Содержательные теории мотивации. Иерархия потребностей по Маслоу. Процессуальные теории мотивации. Формы стимулирования труда работников.
11	Управление маркетингом. Управление. Сегмент рынка.	Пять концепций управления маркетингом. Управление процессом сегментации.
12	Организация маркетинговой деятельностью. Планирование и его эффективность.	Задачи маркетинговой службы
13	Ценообразование, факторы, влияющие на решение о цене.	Методы формирования цен.
14	Основные этапы установления фирмой цены на товар.	Каналы распределения товаров.

5.3. Лабораторный практикум *(не предусмотрены)*

5.4. Практические (семинарские) занятия

Таблица 4

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)
1	Менеджмент: основные понятия, сущность.
2	Функции менеджмента.
3	Социально-психологические основы менеджмента.
4	Управление конфликтами в организации.
5	Принятие решений в организации.
6	Мотивация, стимулирование
7	Роль и значение стратегического менеджмента.
8	Стиль руководства.

9	Понятие организации как системного объекта.
10	Коммуникационный менеджмент в управлении информацией в организации.
11	Информационные потоки в организации.
12	Управление организационной культурой

6. Самостоятельная работа студентов по дисциплине

6.1 Вопросы для самостоятельного изучения

1. Сущность и цели управления.
2. История развития менеджмента.
3. Методы менеджмента.
4. Эволюция менеджмента. Условия и предпосылки возникновения менеджмента.
5. Понятие организации. Жизненный цикл организации.
6. Внутренняя среда организации.
7. Современные теории мотивации.
8. Планирование как функция менеджмента. Принципы планирования.
9. Контроль как функция управления.
10. Организационные структуры управления.
11. Стили менеджмента.
12. Динамика групп.
13. Руководство, власть и партнерство.
14. Технология принятия предпринимательского решения.
15. Определение ресурсов, необходимых для начала бизнеса.
16. Процедура регистрации.
17. Определение организационной формы новой фирмы.
18. Выбор юридической формы фирмы.
19. Модель функционирования фирмы в рыночной среде.
20. Внутренние и внешние факторы, влияющие на предпринимательскую деятельность.
21. Основные элементы плана маркетинга.
22. Выбор стратегии маркетинга.
23. Производственная, сбытовая и коммуникативная функция маркетинга.
24. Экономические ресурсы, необходимые для организации и ведения предпринимательской деятельности.
25. Материальные, трудовые, информационные ресурсы. Финансовые ресурсы.

6.3. Примерная тематика рефератов (докладов)

1. Сущность и цели управления.
2. История развития менеджмента.
3. Методы менеджмента
4. Эволюция менеджмента. Условия и предпосылки возникновения менеджмента
5. Понятие организации. Жизненный цикл организации
6. Внутренняя среда организации.
7. Современные теории мотивации.
8. Нормативная база предпринимательской деятельности.
9. Физические лица – субъекты предпринимательства.
10. Юридические лица – субъекты предпринимательства.
11. Права и обязанности предпринимателей.

12. Поиск и оценка бизнес-идеи.
13. Технология принятия предпринимательского решения.
14. Определение ресурсов, необходимых для начала бизнеса.
15. Организация коммуникаций.
16. Определение организационной формы новой фирмы.
17. Модель функционирования фирмы в рыночной среде.
18. Внутренние и внешние факторы, влияющие на предпринимательскую деятельность.
19. Основные элементы плана маркетинга.
20. Выбор стратегии маркетинга.
21. Производственная, сбытовая и коммуникативная функция маркетинга.
22. Экономические ресурсы, необходимые для организации и ведения предпринимательской деятельности.
23. Материальные, трудовые, информационные ресурсы.
24. Финансовые ресурсы.
25. Стили менеджмента.
26. Контроль как функция управления.
27. Планирование как функция менеджмента. Принципы планирования.
28. Современные теории мотивации.
29. Хозяйственный риск (сущность и природа). Виды потерь и факторы риска.
30. Показатели риска и методы его оценки.
31. Система управления экономическим риском.
32. Развитие конкуренции в современных условиях.
33. Роль конкуренции в развитии рыночных отношений в России.
34. Контроль как функция управления.
35. Повышение конкурентоспособности предприятия.

6.4. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы студентов

Литература:

1. Эриашвили Н.Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Издательское дело и редактирование», «Книгораспространение», «Менеджмент»/ Эриашвили Н.Д., Старостенко В.К.— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 302 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81784.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Мазилкина Е.И. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО/ Мазилкина Е.И.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Профобразование, 2020.— 232 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/88760.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Ким С.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Ким С.А.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2019.— 258 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85640.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Захарова И.В. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО/ Захарова И.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2019.— 152 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/86471.html>.— ЭБС «IPRbooks»

7. Оценочные средства

7.1 Вопросы к первой рубежной аттестации

1. Место менеджмента в системе управленческих дисциплин.
2. Цели и задачи менеджмента. Субъект и объект менеджмента.
3. Разновидности менеджмента:
4. Сущность и взаимосвязь функций менеджмента.
5. Характеристика основных функций менеджмента: планирование, организация,
6. мотивация, контроль.
7. Цели организации. Классификация целей.
8. Понятие и классификация методов менеджмента.
9. Организационно-административные методы управления.
10. Ценовые стратегии.
11. Маркетинговые структуры предприятия.
12. Исследование товарных рынков.
13. Уровни каналов распределения.
14. Основные этапы установления фирмой цены на товар.
15. Маркетинговые исследования. Методы маркетинговых исследований.
16. Сегментирование рынка.
17. Затраты времени по уровням и функциям управления.
18. Распределение рабочего времени по менеджменту и по специальности.

7.2 Вопросы ко второй рубежной аттестации

1. Понятие конфликта. Виды конфликтов. Внутриличностный, межличностный, между личностью и группой, межгрупповые конфликты.
2. Причины конфликтов.
3. Стили разрешения конфликтов.
4. Виды решений и подходы к их принятию.
5. Этапы принятия рациональных решений.
6. Факторы, влияющие на принятие решений. Условия эффективности управленческих
7. Содержательные теории мотивации. Иерархия потребностей по Маслоу.
8. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей.
9. Формирование спроса и стимулирование сбыта.
10. Процессуальные теории мотивации.
11. Подготовка, переподготовка кадров. Повышение квалификации.
12. Формы стимулирования труда работников.
13. Организация деятельности маркетинговой службы.
14. Адаптация. Профессиональная адаптация.
15. Социальные основы маркетинга
16. Процесс управления маркетингом
17. Силь руководства.

7.3 Вопросы к зачету

1. Место менеджмента в системе управленческих дисциплин.
2. Цели и задачи менеджмента. Субъект и объект менеджмента.
3. Разновидности менеджмента:
4. Сущность и взаимосвязь функций менеджмента.
5. Характеристика основных функций менеджмента: планирование, организация,
6. мотивация, контроль.
7. Цели организации. Классификация целей.
8. Понятие и классификация методов менеджмента.
9. Организационно-административные методы управления.
10. Ценовые стратегии.
11. Маркетинговые структуры предприятия.
12. Исследование товарных рынков.
13. Уровни каналов распределения.

14. Основные этапы установления фирмой цены на товар.
15. Маркетинговые исследования. Методы маркетинговых исследований.
16. Сегментирование рынка.
17. Затраты времени по уровням и функциям управления.
18. Распределение рабочего времени по менеджменту и по специальности.
19. Понятие конфликта. Виды конфликтов. Внутриличностный, межличностный, между личностью и группой, межгрупповой конфликты.
20. Причины конфликтов.
21. Стили разрешения конфликтов.
22. Виды решений и подходы к их принятию.
23. Этапы принятия рациональных решений.
24. Факторы, влияющие на принятие решений. Условия эффективности управленческих решений.
25. Содержательные теории мотивации. Иерархия потребностей по Маслоу.
26. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей.
27. Формирование спроса и стимулирование сбыта.
28. Процессуальные теории мотивации.
29. Подготовка, переподготовка кадров. Повышение квалификации.
30. Формы стимулирования труда работников.
31. Организация деятельности маркетинговой службы.
32. Адаптация. Профессиональная адаптация.
33. Социальные основы маркетинга
34. Процесс управления маркетингом
35. Стил ь руководства.

7.4 Текущий контроль

Вопросы к практическим занятиям

Вариант-1

1. В чем заключается отличие термина «менеджмент» от термина «управление» (несколько вариантов ответа)?

- а) Менеджмент – это управление предприятиями, основанными на частной форме собственности.
- б) Менеджмент – это управление хозяйственной деятельностью.
- в) Менеджмент – это управление на микроэкономическом уровне.
- г) Менеджмент – это управление на макроэкономическом уровне.
- д) Менеджмент – это управление, ориентированное на внутреннюю среду организации.
- е) Менеджмент – это результативное и эффективное управление.

2. Термин «менеджмент» применяется для обозначения (несколько вариантов ответа):

- а) – иерархии управления;
- б) – науки об управлении;
- в) – технократического управления;
- г) – процесса управления;
- д) – неформального управления;
- е) – передового опыта управления;

3. Менеджмент как процесс управления содержит следующие аспекты (несколько вариантов ответа):

- а) – экономический;

- б) – морально-нравственный;
- в) – социально-психологический;
- г) – правовой;
- д) – организационно-технический;
- ж) – политический;
- з) – религиозный;

4. Организация характеризуется (несколько вариантов ответа):

- а) необходимостью управления
- б) наличием прибыли
- в) горизонтальным разделением труда
- г) вертикальным разделением труда
- д) иерархической структурой
- е) зависимостью от окружающей среды
- ж) наличием высококвалифицированных кадров

Вариант-2

1. Менеджер играет в организации следующие роли

(несколько вариантов ответа):

- а) роль лидера
- б) роль администратора
- в) роль контролера
- г) информационную роль
- д) роль по мотивированию персонала
- е) роль по принятию решений

2. В соответствии со своими основными функциями, менеджер

(несколько вариантов ответа):

- а) устанавливает цели и определяет стратегию организации (подразделения)
- б) разбивает цели на конкретные трудовые задачи, подбирает исполнителей для решения поставленных задач
- в) выбирает и совершенствует технологию производства
- г) устанавливает систему измерения и оценки труда подчиненных
- д) стремится стать совладельцем фирмы
- е) старается поддерживать доброжелательные отношения с подчиненными
- ж) создает и обеспечивает «качество трудовой жизни» своим подчиненным
- з) способствует служебному росту и повышению квалификации своих сотрудников

3. В соответствии с «решеткой менеджмента» различают следующие стили управления

(несколько вариантов ответа):

- а) получатель зарплаты
- б) карьерист

- в) либерал
- г) популист
- д) демократ
- е) либерал-демократ
- ж) автократ
- з) середняк
- и) бюрократ

4. К какому стилю управления относится следующая характеристика менеджера: «минимум внимания к результатам производства и сотрудникам; основное кредо – работать так, чтобы не быть уволенным»

- а) демократ
- б) бюрократ
- в) автократ
- г) середняк
- д) карьерист
- е) получатель зарплаты
- ж) получатель дивидендов
- з) либерал
- и) лох.

Вариант-3

1. К преимуществам системы «пожизненной занятости» относятся (несколько вариантов ответа):

- а) преданность работников фирме, низкая текучесть кадров
- б) доминирование морального стимулирования над материальным
- в) гарантия должностного роста работников
- г) низкие затраты на управление
- д) развитие духа коллективизма в компании
- е) «омолаживание кадров»
- ж) согласие работников идти на определенные жертвы ради процветания компании
- з) возможность привлечения более талантливых работников из внешней среды путем отбора
- и) предоставление работникам возможности участия в открытом конкурсе на замещение вакантных должностей

2. По каким критериям определятся тип включения работника в организацию (два варианта ответа)

- а) отношение к нормам поведения в организации
- б) отношение к руководителям организации
- в) статус работника в организации
- г) отношение к целям и ценностям организации
- д) трудовой стаж в организации

3. К процессуальным теориям мотивации относятся

(несколько вариантов ответа):

- а) теория иерархии потребностей А. Маслоу
- б) теория ожиданий
- в) теория справедливости
- г) теория приобретенных потребностей
- д) теория двух факторов Ф. Герцберга
- е) теория подкрепления
- ж) теория бутерброда

4. Процессуальные теории мотивации . . .

- а) основываются на том, что существуют внутренние побуждения (потребности), которые заставляют человека действовать;
- б) анализируют, как человек распределяет усилия для достижения различных целей и как выбирает вид поведения;
- в) верно то и другое («а» + «б»).

Вариант-4

1. Какая из теорий мотивации построена на компенсациях?

- а) теория ожиданий
- б) теория справедливости
- в) теория подкрепления
- г) теория двух факторов
- д) теория приобретенных потребностей

2. Вид компенсации, заключающийся в отсутствии ожидаемой работником положительной реакции на его действия, называется:

- а) положительная компенсация;
- б) отрицательная компенсация;
- в) непоощрение;
- г) наказание.

3. Какая из теорий мотивации включает следующие факторы: ожидание, валентность, инструментальность

- а) теория иерархии потребностей А. Маслоу
- б) теория мотивации К. Альдерфера
- в) теория приобретенных потребностей
- г) теория ожиданий
- д) теория подкрепления

4. Расположите стадии развития конфликта в порядке их следования

- а) возможность возрастания конфликта
- б) управление конфликтом
- в) источники конфликта.

Вариант-5

1. Для какого стиля разрешения конфликта характерно стремление кооперироваться с другими, но без внесения в данную кооперацию своего сильного интереса

- а) разрешения конфликта силой
- б) уход от конфликта
- в) компромисс
- г) разрешение конфликта через сотрудничество
- д) войти в положение другой стороны

2. На этапе проведения переговоров необходимо:

(несколько вариантов ответа):

- а) составить план переговоров
- б) контролировать свои эмоции
- в) определить пределы, в которых можно действовать (максимально возможные уступки)
- г) ясно излагать свои мысли
- д) определить свои цели
- е) внимательно слушать собеседника

3. Переговорный процесс включает следующие этапы:

- а) этап определения пределов, в которых можно действовать; этап определения цели; этап заключения сделки
- б) подготовительный этап; этап переговоров, завершающий этап
- в) исследовательский этап; этап аргументирования; этап согласования
- г) этап сбора информации; этап формулировки целей; этап набора команды; этап технического оснащения

4. В миссии организации должно быть отражено:

- а) история создания организации
- б) целесообразность существования организации с точки зрения общества
- в) деловые партнеры организации
- г) методы продвижения продукции организации
- д) все вышеперечисленного

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

В рамках курса слушателям рекомендуется:

- изучить основную специальную литературу по изучаемой дисциплине;
- выполнить самостоятельную контрольную работу в лекционном курсе.

а) основная литература

1. Эриашвили Н.Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Издательское дело и редактирование», «Книгораспространение», «Менеджмент»/ Эриашвили Н.Д., Старостенко В.К.— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 302 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81784.html>.— ЭБС «IPRbooks»

2. Мазилкина Е.И. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО/ Мазилкина Е.И.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Профобразование, 2020.— 232 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/88760.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Ким С.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Ким С.А.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2019.— 258 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85640.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Захарова И.В. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО/ Захарова И.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2019.— 152 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/86471.html>.— ЭБС «IPRbooks»

б) дополнительная литература:

1. Захарова И.В. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Захарова И.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2019.— 166 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/86470.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Синяев В.В. Маркетинг аутсорсинга - функция менеджмента современной компании. Проблемы, теория, практика [Электронный ресурс]: монография/ Синяев В.В.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2015.— 208 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60310.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дробышева Л.А.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2019.— 152 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85241.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: методические указания по выполнению курсовой работы для обучающихся по направлению подготовки бакалавриата «Менеджмент»/ — Электрон. текстовые данные.— Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018.— 28 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75084.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Анисимов А.А. Менеджмент в сфере информационной безопасности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Анисимов А.А.— Электрон. текстовые данные.— Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020.— 211 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/89443.html>.— ЭБС «IPRbooks»
6. Беляев Ю.М. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: учебник/ Беляев Ю.М.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, Южный институт менеджмента, 2013.— 220 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14041.html>.— ЭБС «IPRbooks»

Интернет-ресурсы:

Интернет ресурс - www.gstou.ru, электронные библиотечные системы (ЭБС): «IPRbooks», «Консультант студента», «Ibooks», «Лань».

1. <http://do.rksi.ru/library/courses/osnpred/book.dbk> Машерук Е. М. Основы предпринимательства. Дистанционный курс
2. http://www.petrograd.biz/business_manual/business_13.php Мельников М. М. Основы бизнеса – как начать своё дело. Пособие для начинающих предпринимателей
3. <http://www.mybiz.ru/> Свой бизнес/электронный журнал.
4. <http://www.registriruisam.ru/index.Html>.

в) программное и коммуникационное обеспечение

1. Электронный конспект лекций.
2. Тесты для компьютерного тестирования.
3. Наборы презентаций для лекционных занятий.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины


Наглядные пособия и стенды для проведения практических занятий.

Электронный конспект лекций.


Тесты для компьютерного тестирования.


Лаборатория, оборудование компьютерной техникой для проведения презентаций.

Составитель:

Доцент кафедры
«Менеджмент инноваций и бизнеса»  / Зелимханова Н.З./

СОГЛАСОВАНО:

Зав. выпускающей кафедрой  / Турлуев Р. А-В./

/Зав. кафедрой «МИБ»  / Идилов И.И./

Директор ДУМР  / Магомаева М.А./