

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ МОСКОВСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Шифр	Наименование дисциплины (модуля)
<i>Б1.В.ДВ.6.1</i>	<i>Менеджмент и маркетинг</i>

Код направления подготовки / специальности	28.03.03
Направление подготовки / специальность	<i>Наноматериалы</i>
Наименование (я) ОПОП (направленность / профиль)	<i>Композиционные и функциональные наноматериалы (академический бакалавриат)</i>
Год начала реализации ОПОП	2017
Уровень образования	<i>бакалавриат</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Год разработки/обновления	2016

Разработчики:

должность	ученая степень, учёное звание	ФИО
<i>доцент</i>	<i>к.э.н., доцент</i>	<i>Акимова Е.М.</i>
<i>старший преподаватель</i>	<i>к.э.н.</i>	<i>Мещерякова Т.С.</i>

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Менеджмент и инновации», Протокол № 49 от 8.11. 2016 г.

Заведующий кафедрой
«Менеджмент и инновации»

 /Н.Г. Верстина/
Подпись, ФИО

Рабочая программа утверждена методической комиссией, Протокол № 2 от 14.11. 2016 г.


Председатель (зам. председателя)
методической комиссии

 /С.В. Самченко /
Подпись ФИО

Согласовано:

ЦОСП

_____ /
дата

 /Е.А. Беспалов/
Подпись, ФИО

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины « Менеджмент и маркетинг» является углубление уровня освоения компетенций обучающегося в области теории и практики менеджмента и маркетинга для принятия управленческих решений в профессиональной сфере деятельности.

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 28.03.03 «Наноматериалы» (уровень образования - бакалавриат).

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

Компетенция по ФГОС	Код компетенции по ФГОС	Основные показатели оценивания (показатели достижения результата)	Код показателя оценивания
способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	ОК-2	Знает основные показатели для анализа внешней и внутренней среды предприятия, конкуренции на рынке	З1
		Умеет выполнять экономические расчеты в соответствии с маркетинговыми задачами	У1
		Имеет навыки в выполнении экономических расчетов в соответствии с маркетинговыми задачами	Н1
способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность	ОК-11	Знает базовые характеристики организационно-управленческого решения	З2
		Умеет определять алгоритм принятия управленческих решений	У2
		Имеет навыки выработки процесса реализации управленческих решений	Н2
способностью использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач с учетом их последствий для общества, экономики и экологии	ОПК-2	Знает основные показатели для анализа конкуренции на рынке; основные маркетинговые стратегии поведения на рынке	З3
		Умеет определять и использовать маркетинговую информацию для принятия управленческих решений	У3
		Имеет навыки описания процедуры маркетинговых исследований: выбора и использования методов и инструментария маркетингового исследования для сбора, обработки и анализа маркетинговой информации	Н3
способностью применять основы общего и производственного менеджмента и использовать их в профессиональной деятельности, навыки анализа научно-исследовательской работы как объекта управления, проведения стоимостной оценки НИР	ПК-8	Знает процессы, функции и методы менеджмента, системные основы организации и функционирования производства и управления им	З4
		Умеет анализировать внутренние факторы, определяющие организацию и менеджмент предприятия, производства и производственных процессов	У4
		Имеет навыки системного анализа объектов управления	Н4
способностью применять основы	ПК-9	Знает принципы поиска возможностей ин-	З5

Компетенция по ФГОС	Код компетенции по ФГОС	Основные показатели оценивания (показатели достижения результата)	Код показателя оценивания
высокотехнологичного инновационного менеджмента, в том числе малого бизнеса, готовностью к их применению в профессиональной деятельности		новационного развития	
		Умеет анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации и выявлять способность организации внедрять технологические и/или продуктовые инновации	У5
		Имеет навыки моделирования инновационных изменений в организации	Н5
способностью применять навыки в организации и техническом оснащении рабочих мест, разработке оперативных планов работы научных коллективов, оценке рисков и определении мер по обеспечению экологической и технической безопасности процессов получения и применения разрабатываемых материалов	ПК-10	Знает задачи оперативного управления, характеристики ситуационного управления	36
		Умеет определять параметры оперативных планов работы первичных производственных подразделений	У6
		Имеет навыки проектирования организации простых и сложных процессов	Н6

3. Указание места дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины/модули» основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 28.03.03 «Наноматериалы» (уровень образования - бакалавриат), направленность/профиль «Композиционные и функциональные наноматериалы» (академический бакалавриат). Является дисциплиной по выбору.

Теоретической основой освоения данного курса являются знания, полученные обучающимися при изучении дисциплин: Самоорганизация и социальное взаимодействие, Основы экономики, Философии, Правоведение, Математика, Социология и политология, История и перспективы развития нанотехнологий, Этика делового общения.

Требования к входным знаниям, умениям и навыкам обучающихся:

Обучающийся должен:

Знать:

- этапы развития научного знания;
- основные экономические и деловые термины, экономические закономерности общественного развития;
- социологические и психологические подходы к изучению общества;
- совокупность правовых норм, регулирующих отношения в сфере организации, осуществления предпринимательской деятельности;
- основы математического анализа;
- основные приемы психологии в области поведения и управления.

Уметь:

- владеть методами аргументации и доказательства;
- использовать инструментарий психологии;
- методами расчета экономических показателей деятельности предприятия;
- использовать полученные ранее знания для понимания основ управленческой и маркетинговой деятельности.

Иметь навыки:

- использования методов обоснования и аргументации;
- самоорганизации и саморегуляции;

- расчета экономических показателей деятельности предприятия;
- применения теоретических положений психологии, социологии к конкретным управленческим ситуациям.

Дисциплины, для которых дисциплина «Менеджмент и маркетинг» является предшествующей:

- Организация производства наноматериалов строительного назначения;
- Основы технологии наноматериалов.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.

(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Структура дисциплины:

Форма обучения - очная

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
				Контактная работа с обучающимися			Самостоятельная работа				
				Лекции	Практико-ориентированные занятия		в период обучения	в сессии			
					Лабораторный практикум	Практические занятия					
1.	Раздел 1. Менеджмент: функции, процессы, методы.	4	1-5	10		4		13	5		
2.	Раздел 2. Производственный менеджмент: базовые положения.	4	6-8	6		4		8	4		
3.	Раздел 3. Маркетинговые исследования и маркетинговая политика	4	9-12	8		4		13	5		
4.	Раздел 4. Инновационный менеджмент: базовые положения	4	13-16	8		4		8	4	Письменный опрос. Реферат.	
	Итого:		1-16	32		16		42	18	Зачет – 4 семестр	

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание лекционных занятий

Форма обучения – очная

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Тема и содержание занятия	Кол-во акад. часов
1.	Раздел 1. Менеджмент: функции, процессы, методы.	Тема 1. Менеджмент: общие положения. Система менеджмента как совокупность объекта, предмета, субъекта и отношений управления. Соотношение терминов «управление» и «менеджмент». Типы менеджмента: менеджмент организации, производственный менеджмент, менеджмент развития.	1
		Тема 2. Системный анализ менеджмента организации Процесс как функционирующая система, обобщенная модель системы управления А.И.Берга, декомпозиционная структура менеджмента. Управленческий процесс: цель, ситуация, проблема, решение. Содержательная характеристика управленческого процесса. Управленческий труд. Информация как предмет управленческого труда. Отличие управленческого и исполнительского труда. Общие функции управления, частные функции управления, задачи управления, процедуры управления. Результат реализации. Целеполагание системы управления. Уровни представления целей. Дерево целей. Понятие стратегии организации. Разработка стратегических целей организации и уровни стратегического управления.	3
		Тема 3. Управленческое решение. Требования к управленческому решению, их причинно-следственная связь. Формулируемость управленческого решения, оценочная мера управленческого решения (частная и универсальная мера). Оценочный критерий управленческого решения и его уровни (допустимое решение, рациональное решение, оптимальное решение). Процесс формирования и принятия управленческого решения. Основные этапы разработки управленческого решения: подготовка к разработке управленческого решения, разработка управленческого решения, принятие решения, реализация, анализ результатов. Принятие оперативных решений по ходу выполнения распоряжений. Характер делегирования полномочий. Виды ответственности при принятии решений. Персональная ответственность и коллективный контроль выполнения. Отношения соисполнения и подчинения при выполнении распоряжений.	2
		Тема 4. Организационные структуры управления Организационные структуры – форма существования системы управления и осуществления управленческого процесса. Назначение организационных структур управления и их взаимосвязь с типами управленческих решений (стратегические, тактические, оперативные). Уровни и звенья системы управления. Разновидности организационных структур управления. Линейная структура. Функциональная структура. «Штабная» структура. Матричная структура. Объективные предпосылки и направленность развития организационных структур.	2
		Тема 5. Методы управления. Понятие «метод». Мотивация персонала – сущность методов управления. Разновидности методов управления. Экономические методы управления, системы материального стимулирования работников. Организационно-распорядительные методы управления, рациональное распределение субъектности (прав, обязанностей, компетенции, ответственности). Социально-психологические методы управления, формирование коллектива организации. Единство методов управления как условие эффективного развития организации. Методы анализа систем управления. Качественные и количественные методы, их основные виды и взаимосвязь. Понятие «эффективность» и его использование в анализе систем управления. Абсолютная и относительная эффективность. Общая и частная эффективность управления.	2
2.	Раздел 2. Производ-	Тема 6. Предприятие как субъект хозяйственной деятельности.	1

	<p>ственный менеджмент: базовые положения.</p>	<p>Предприятие как основная форма организации производства. Классификация предприятий. Факторы внешней и внутренней среды предприятия.</p> <p>Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Субъекты малого предпринимательства, инфраструктуры их поддержки, виды и формы поддержки, критерии отнесения к малому бизнесу. Понятие об общей, упрощенной и вмененной системах налогообложения малого бизнеса.</p>	
		<p>Тема 7. Производственная система как объект производственного менеджмента</p> <p>Типология и топология структур, форм, подсистем и процессов предприятия как управляемой производственной системы. Структура производственной системы. Особенности производственной системы. Цели и задачи управления производством. Принципы организации производства. Принципы, процесс и функции управления производством. Элементы управления производством. Производительность труда как важный показатель качества производственного менеджмента.</p> <p>Производственный процесс и его структура. Характеристика производственного процесса. Типы процессов и типы производств. Технико-экономическая характеристика типов производств. Классификация видов производственных процессов. Технологический процесс как основа производственного процесса. Производственная структура и факторы ее развития.</p> <p>Ритм производства и производственный цикл. Структура рабочего цикла. Норма времени на операцию. Операционный цикл. Расчет операционного цикла.</p> <p>Технологический цикл: понятие, виды движения партии продукции по операциям технологического цикла. Технологический цикл сложного процесса. Производственный цикл.</p> <p>Типы производства и их техническая характеристика. Единичное, серийное, массовое, поточное производства. Поточное производство единичных изделий. Формы организации производства.</p> <p>Организация трудовых процессов и технического нормирования труда. Проектирование трудового процесса. Понятие трудового процесса. Решения, принимаемые при проектировании трудового процесса. Методы труда. Измерение и нормирование труда. Изучение затрат рабочего времени. Техническое нормирование труда. Норма времени. Норма выработки. Норма численности. Технически-обоснованная норма. Время работы. Время перерывов. Норма штучного времени. Хронометраж. Фотография рабочего времени.</p>	2
		<p>Тема 8. Планирование производства.</p> <p>Сущность планирования: понятие, классификация планов, основные задачи планирования. Принципы планирования. Иерархические системы планирования. Стратегическое планирование. Система производственных программ. От стратегии развития организации к формированию производственной программы. Планирование номенклатуры продукции и объема производства в натуральном выражении. Цели и задачи оперативно-календарного планирования. Методы текущего планирования. Детализация планирования. Расписание: понятие, требование, методы составления расписаний.</p>	2
		<p>Тема 9. Управление рисками на предприятии</p> <p>Понятие экономического и производственного рисков. Классификация экономических рисков. Факторы риска невостребованности продукции.</p>	1
3.	<p>Раздел 3. Маркетинговые исследования и маркетинговая политика</p>	<p>Тема 10. Современная концепция маркетинга и маркетинговые исследования.</p> <p>Сущность и содержание маркетинга. Типы и виды маркетинговой деятельности. Цели, объекты и процедура маркетинговых исследований. Этапы маркетингового исследования. Кабинетные и полевые</p>	4

		<p>рыночные исследования.</p> <p>Методы получения и обработки маркетинговой информации. Первичная и вторичная информация, её основные источники и варианты сбора. Наблюдение, эксперимент, анкетирование, опрос.</p> <p>Изучение конъюнктуры рынка. Сегментация рынка. Изучение потребителей. Изучение конъюнктуры рынка. Принципы сегментации рынка. Целевой сегмент и позиционирование товара. Выбор целевого рынка. Понятие рыночной ниши. Стратегии позиционирования.</p> <p>Конкурентные стратегии. Матрица Ансоффа, SWOT- анализ, SNW-анализ, GAP- анализ, STEP- анализ, матрица возможностей по товарам и рынкам, матрица Бостонской консалтинговой группы, общая стратегическая модель Портера.</p>	
		<p>Тема 11. Товарная, ценовая и сбытовая политика.</p> <p>Понятие и классификация товаров. Жизненный цикл товаров. Определение услуги. 4 «Н» характеристики услуг. Основные стадии разработки нового товара. Товарные марки и знаки. Основные характеристики товарного знака. Понятие «товарный ассортимент».</p> <p>Потребительские свойства товара: качество и конкурентоспособность. Методики оценки конкурентоспособности товаров.</p> <p>Методы продвижения товаров и услуг. Каналы распределения товаров. Система цен и их классификация. Факторы, влияющие на цены. Методы ценообразования. Варианты ценовой стратегии. Реализация ценовой стратегии. Система маркетинговых коммуникаций.</p> <p>Реклама, ее виды, роль, функции. Выставки, ярмарки.</p>	4
4.	Раздел 4. Инновационный менеджмент: базовые положения	<p>Тема 12. Концептуальные положения инновационного менеджмента.</p> <p>Инновационный менеджмент: сущность, содержания, формы. Ключевые понятия инновационного менеджмента (научно-технический прогресс, новшество, инновация и др.). Инвенция-инновация-имитация. Классификация инноваций. Инновации, вызванные развитием науки и техники, потребностями производства или потребностями рынка. Инновации для производителя, потребителя, общества в целом и для рынка. Жизненный цикл инновации.</p>	2
		<p>Тема 13. Институты инновационной инфраструктуры</p> <p>Понятие инновационной инфраструктуры. Базисные элементы инновационной инфраструктуры. Финансовая подсистема инновационной инфраструктуры. Различные типы фондов (бюджетные, венчурные, страховые, инвестиционные). Основные группы технопарковых структур: инкубаторы, технопарки и технополисы; их задачи. Государственное регулирование инновационной деятельности.</p> <p>Национальная инновационная система (НИС)</p>	2
		<p>Тема 14. Стратегии выхода в новую отрасль.</p> <p>Модель 5 сил Портера. Методика для анализа отраслей и выработки стратегии бизнеса. Принципы оценки давления каждой из пяти сил на позиции предприятия (по балльной шкале). Особенности функционирования новой отрасли. Технологическая неопределенность. Стратегическая неопределенность. Обоснование массового присутствия новых компаний, созданных путем отделения от существующих. Работа с «первоначальными покупателями». Горизонт прогнозирования. Субсидии. QWERTY-эффект.</p> <p>Пионер рынка, последователь. Базовые варианты стратегий инновационных компаний. Три варианта стратегий поведения на рынке на основе теории стратегического менеджмента М.Портера: дифференциация, лидерство в издержках, фокусирование (возможности и угрозы использования стратегий).</p> <p>Механизм формирования инновационной ренты процессных и продуктовых инноваций.</p>	4
		Итого	32

Учебным планом не предусмотрено

5.3. Перечень практических занятий

Форма обучения – очная

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Тема и содержание занятия	Кол-во акад. часов
1.	Раздел 1. Менеджмент: функции, процессы, методы.	<ul style="list-style-type: none"> • Соотношение понятий «управление» и «менеджмент». Общая характеристика систем организационно-экономического типа. Особенности строительной отрасли и их последствия для управленческого процесса. Объект, предмет и целевая функция менеджмента. • Основные понятия системного анализа и наиболее общая конфигурация системы. Содержательная характеристика предприятия как системы. Исходная декомпозиционная структура системы предприятия. • Экономическая трактовка «входа», преобразования и «выхода». Взаимосвязь основных системных компонент с направлениями менеджмента. Характеристика управляющей и управляемой подсистем системы предприятия. • Развернутая декомпозиционная структура системы предприятия • Единичный управленческий цикл и его этапы. Детализированная характеристика цели менеджмента. • Общее понятие управленческой ситуации и ее характеристики. Основные проблемы, возникающие в управленческом процессе. Управленческое решение как этап единичного управленческого цикла. • Анализ типичных управленческих ситуаций. Анализ типичных управленческих проблем. • Детализированный анализ управленческого труда. • Общие требования к управленческому решению. Классификация управленческих решений по критерию эффективности. Сравнительные характеристики управленческих решений. Взаимосвязь управленческих решений и эффективности управленческого процесса. • 17. Сущность, содержание и формы реализации методов управления. 	4
2.	Раздел 2. Производственный менеджмент: базовые положения.	<p>Основные вопросы практического занятия:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Механизмы функционирования производственной системы. • Взаимоотношения в производственной системе. • Достоинства и недостатки различных типов построения организационной структуры предприятия. • Выбор структуры и оценка взаимосвязи элементов системы управления производством. • Деятельность подразделений в производственном менеджменте. • Структура производственного процесса. Классификация производственных процессов. Этапы технологического процесса. • Структура производственного цикла. Расчет длительности производственного цикла. • Структура себестоимости в различных типах производства • Основные требования к содержанию бизнес-плана. Структура и характеристика компонентов бизнес-плана. • Формирование плана производства продукции предприятия • Особенности оперативно-календарного планирования для различных типов производства. 	4
3.	Раздел 3. Маркетинговые исследования и	<p>Основные вопросы практического занятия:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Типы и виды маркетинговой деятельности. 	4

	маркетинговая политика	<ul style="list-style-type: none"> • Роль маркетинга в предпринимательской среде. • Методы получения и обработки маркетинговой информации. • Первичная и вторичная информация, её основные источники и варианты сбора. • Маркетинговые исследования • Преимущества и недостатки опроса и анкетирования. • Маркетинговая информационная система. • Матрица Ансоффа, • SWOT- анализ, SNW- анализ. • GAP- анализ. • STEP- анализ, • матрица Бостонской консалтинговой группы. • общая стратегическая модель Портера. <p>Выполнение мини-тестов. Решение ситуационной задачи «Новинка и ее цена».</p> <p>Дискуссии по темам: «Эволюция концепции маркетинга», «Роль среды маркетинга в строительных организациях».</p> <p>Дискуссия по темам: «Выбор целевого рынка». «Основные стадии разработки нового продукта». «Основные факторы, влияющие на ценовую политику». Дискуссия по теме: «Маркетинговые коммуникации»</p>	
4.	Раздел 4. Инновационный менеджмент: базовые положения	<p>Основные вопросы практического занятия:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Теоретические основы управления инновациями. Закрепление ключевых понятий: инноватика, инновационный менеджмент, научно-технический прогресс, новшество, инвенция, инновация, имитация, инновационный процесс. • Сравнительный анализ характеристик инновационного и традиционного процессов производства. Различие между изобретением и инновацией. Условия превращения инвенции в инновацию. • Целевая функция инновационного менеджмента. • Классификационные модели инноваций. • Определение жизненного цикла инновации и его основные этапы. Различие понятий жизненного цикла инновационного продукта от жизненного цикла инновационной технологии. Определение границ жизненного цикла продуктовых и процессных инноваций. Определение инновационного процесса и его основные стадии. Содержание стадий НИОКР инновационного процесса. Схема инновационного бизнес-процесса. • Особенности российской НИС. • Отличия технопарковых структур. Примеры по каждому виду технопарковых структур. Понятие «бизнес-ангел» (какие функции он выполняет). • Стратегии инновационного развития Российской Федерации. Основные формы государственной поддержки инновационной деятельности. • Нововведения в строительной отрасли. <p>Формулирование понятий умный дом, пассивный дом, активный дом, зеленый дом, возобновляемые источники энергии. Состояние и перспективы развития интеллектуального строительства в Российской Федерации. Энергосбережение и энергоэффективность в области строительства и эксплуатации объектов недвижимости. Определение стратегии оптимального соотношения издержек и потребительской ценности.</p>	4
			Итого 16

5.4. Групповые занятия – компьютерные практикумы
Учебным планом не предусмотрено

5.5. Самостоятельная работа

Форма обучения – очная

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Кол-во акад. часов	
			в период теор. обучения	в сессию
1.	Раздел 1. Менеджмент: функции, процессы, методы.	<ul style="list-style-type: none"> – Самостоятельное изучение отдельных разделов дисциплины; – Подготовка к практическим занятиям на основе изучения конспекта лекций и рекомендуемой литературы; – Самостоятельное выполнение заданий практических занятий; – Подготовка к письменному опросу; – Работа над рефератом; – Подготовка к зачету и сдача зачета. 	13	5
2.	Раздел 2. Производственный менеджмент: базовые положения.	<ul style="list-style-type: none"> – Самостоятельное изучение отдельных разделов дисциплины; – Подготовка к практическим занятиям на основе изучения конспекта лекций и рекомендуемой литературы; – Самостоятельное выполнение заданий практических занятий; – Подготовка к письменному опросу; – Работа над рефератом; – Подготовка к зачету и сдача зачета. 	8	4
3.	Раздел 3. Маркетинговые исследования и маркетинговая политика	<ul style="list-style-type: none"> – Самостоятельное изучение отдельных разделов дисциплины; – Подготовка к практическим занятиям на основе изучения конспекта лекций и рекомендуемой литературы; – Самостоятельное выполнение заданий практических занятий; – Подготовка к письменному опросу; – Работа над рефератом; – Подготовка к зачету и сдача зачета. 	13	5
4.	Раздел 4. Инновационный менеджмент: базовые положения	<ul style="list-style-type: none"> – Самостоятельное изучение отдельных разделов дисциплины; – Подготовка к практическим занятиям на основе изучения конспекта лекций и рекомендуемой литературы; – Самостоятельное выполнение заданий практических занятий; – Подготовка к письменному опросу; – Работа над рефератом; – Подготовка к зачету и сдача зачета. 	8	4
Итого			42	18

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

Основные принципы организации самостоятельной работы обучающихся изложены в Положении об организации самостоятельной работы обучающихся (НИУ МГСУ).

Темы, выносимые для самостоятельного изучения формируются в соответствии с содержанием самостоятельной работы (табл. подраздела 5.5 и разделом 10).

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

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) для проведения промежуточной аттестации, а также текущего контроля обучающихся является Приложением 1 к рабочей программе дисциплины (модуля).

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации, а также текущего контроля по дисциплине (модуля) хранятся на кафедре, ответственной за преподавание данной дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Для освоения дисциплины обучающийся может использовать:

- учебно-методическую литературу, имеющуюся в НТБ НИУ МГСУ,
- учебную литературу, размещённую в Электронных библиотечных системах ЭБС АСВ и IPRbooks,
- методическую литературу, размещённую в ЭБС НИУ МГСУ.

Перечень используемой литературы ежегодно обновляется с учётом уровня развития науки и техники и представлен в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
«Российское образование» - федеральный портал	http://www.edu.ru/index.php
Научная электронная библиотека	http://elibrary.ru/defaultx.asp?
Электронная библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Федеральная университетская компьютерная сеть России	http://www.runnet.ru/
Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"	http://window.edu.ru/
Научно-технический журнал по строительству и архитектуре «Вестник МГСУ»	http://www.vestnikmgsu.ru/
Научно-техническая библиотека НИУ МГСУ	http://www.mgsu.ru/resources/Biblioteka/
Раздел «Кафедры» на официальном сайте НИУ МГСУ	http://www.mgsu.ru/universityabout/Struktura/Kafedri/
Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации	http://www.minfin.ru

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Курс по дисциплине предполагает изучение теории на лекционных занятиях и выполнение различных заданий на практических занятиях. В ходе лекции обучающийся ведет конспект лекций в свободной форме. Поскольку восприятие информации улучшается при использовании различных способов выделения текста и представления его в виде рисунков, то обучающемуся рекомендуется на занятиях использовать различные способы выделения текста - подчеркивание или выделение цветным маркером, отметки на полях и др. Для закрепления знаний после лекции обучающемуся рекомендуется перечитать лекционный материал и записать появившиеся вопросы. Одновременно с конспектом лекции следует использовать учебные пособия, рекомендуемые данной рабочей программой.

После аудиторной и самостоятельной работы обучающийся должен четко понимать изложенный материал и ориентироваться в нем.

В курсе дисциплины некоторые вопросы полностью или частично отнесены на самостоятельное изучение. В этом случае обучающемуся рекомендуется просмотреть рекомендованную литературу и наметить общую структуру изучения вопроса в виде плана или схемы, изучить информацию по вопросу и законспектировать его в тетрадь.

После работы над вопросами для самостоятельного изучения обучающийся должен четко понимать материал по вопросу и ориентироваться в нем.

В ходе самостоятельной работы обучающимся рекомендуется использование эмпирических методов-операций учебной деятельности: наблюдение, изучение литературы, конспектирование, реферирование дополнительных источников, разбор типовых ситуаций.

Лекционные занятия. Перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала надо обратиться к основным литературным источникам или к лектору по графику его консультаций или на практических занятиях; бегло ознакомиться с содержанием очередной лекции по основным источникам литературы в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Практические занятия. На практические занятия обучающийся должен приносить рекомендованную преподавателем учебно-методическую литературу и др.

До очередного практического занятия по конспекту (или литературе) проработать теоретический материал, соответствующий темы занятия. В начале занятий задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении при решении задач, заданных для самостоятельного решения. Обучающийся должен иметь при себе конспект лекций. Если обучающийся пропустил практическое занятие, то он должен проработать тему занятий и результаты решения задач защитить у преподавателя.

Преподаватель ведет контроль за посещением и ходом выполнения обучающимся заданий на практических занятиях в соответствии с планом практических занятий.

Реферат. Подготовка реферата осуществляется в соответствии с темами, приведенными в рабочей программе, по разделу 4. Обучающиеся разрабатывают темы на принципах опережающего обучения в течении семестра.

Письменный опрос. Письменный опрос выполняется согласно утвержденному графику настоящей рабочей программы. Вопросы для письменного опроса выдаются преподавателем. Работа рассчитана на выполнение в аудитории. После проверки и подведения итогов преподаватель разбирает типовые ошибки, допущенные обучающимися.

При подготовке к зачету обучающийся обязан повторить пройденный материал в строгом соответствии с рабочей программой, примерным перечнем вопросов, выносящихся на зачет и содержащихся в данной программе. Для этой цели используется конспект лекций и литература, рекомендованная преподавателем. Перед зачетом обучающийся на консультации обращается за разъяснениями по тем вопросам, которые вызвали у него затруднения при подготовке. К зачету допускается студент, выполнивший все задания.

Самостоятельная работа студентов. При выполнении самостоятельной работы с литературой у обучающегося должен присутствовать навык теоретического анализа и обобщения специальной научной литературы и рекомендованных преподавателем источников нормативной литературы, а также уметь применить приобретенные знания для решения комплексных задач практического характера. Обучающийся обязан выполнять все плановые задания по дисциплине: готовиться к лекциям, практическим занятиям, готовиться к зачету.

Перечень вопросов по разделам дисциплины (модуля) для самостоятельного изучения обучающимися приведён в таблице.

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Темы для самостоятельного изучения (в период теоретического обучения)
----------	---	--

1.	Раздел 1. Менеджмент: функции, процессы, методы.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Типы менеджмента. 2. Принципы и методы управления. 3. Организационно-правовые формы компаний в России 4. Виды управления 5. Процессный подход. Системный подход. Ситуационный подход. 6. Научные основы менеджмента 7. Сущность эффективности менеджмента. 8. Виды управленческого труда 9. Средства управленческого труда 10. Управленческие операции 11. Управленческий цикл 12. Виды полномочий 13. Делегирование полномочий и их роль в эффективной деятельности организаций 14. Отношения управленческого аппарата 15. Иерархический тип структур управления. 16. Интеграция структур управления. 17. Принципы и правила построения организационных структур управления. 18. Требования к процедуре принятия решений 19. Решения, типичные для сферы управления 20. Качество управленческих решений 21. Методы моделирования
2.	Раздел 2. Производственный менеджмент: базовые положения.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Экономическая модель деятельности предприятия. 2. Типы процессов и типы производств. Технологический процесс как основа производственного процесса. Производственная структура и факторы ее развития. 3. Ритм производства и производственный цикл. Структура рабочего цикла. Норма времени на операцию. Операционный цикл. Расчет операционного цикла. 4. Технологический цикл: понятие, виды движения партии продукции по операциям технологического цикла. Технологический цикл сложного процесса. Производственный цикл. 5. Типы производства и их техническая характеристика. Единичное, серийное, массовое, поточное производства. Поточное производство единичных изделий. Формы организации производства. 6. Организация трудовых процессов и технического нормирования труда. Проектирование трудового процесса. Понятие трудового процесса. Решения, принимаемые при проектировании трудового процесса. Методы труда. Измерение и нормирование труда. Изучение затрат рабочего времени. Техническое нормирование труда. Норма времени. Норма выработки. Норма численности. Технически-обоснованная норма. Время работы. Время перерывов. Норма штучного времени. Хронометраж. Фотография рабочего времени. 7. Система производственных программ. От стратегии развития организации к формированию производственной программы. Планирование номенклатуры продукции и объема производства в натуральном выражении. Цели и задачи оперативно-календарного планирования. Методы текущего планирования. Детализация планирования. Расписание: понятие, требования, методы составления расписаний. 8. Бизнес-планирование.
3.	Раздел 3. Маркетинговые исследования и маркетинговая политика	<ol style="list-style-type: none"> 1. Адаптация к условиям среды. 2. Влияние на внешнюю среду. 3. Микросреда: государственные органы, поставщики, потребители, конкуренты. 4. Макросреда: политико-правовой, социально – культурный, природно-географический факторы, научно – технический прогресс, глобализация. 5. Формирование выборки (понятие выборки, сплошное и выборочное наблюдение, процедура планирования выборки, процедура составления выборки, методы определения размера выборки); 6. Формальный метод исследования SWOT-анализ.

		<ol style="list-style-type: none"> 7. Структура, схема маркетинговых исследований. 8. Анализ конкуренции. 9. Оценка финансово-экономического положения организации, ревизия товарного ассортимента, диагностика и учет производственных мощностей, оценка научно-технического потенциала фирмы. 10. Маркетинговая информационная система 11. Особенности сегментации рынка строительной продукции 12. Переменные, используемые для сегментирования потребительского рынка по Ф. Котлеру. 13. Определение емкости рынка. 14. Стратегии охвата рынка. 15. Характеристики, цели и стратегии различных этапов ЖЦТ по Ф. Котлеру. 16. Формирование ассортимента и управление им. 17. Уровни товарного ассортимента. 18. Основные направления и принципы ассортиментной политики. 19. Факторы конкурентоспособности. 20. Основные показатели конкурентоспособности, способы их определения. 21. Мероприятия по повышению конкурентоспособности. 22. ЖЦТ и его влияние на ценообразование. 23. Система цен и их классификация. 24. Оценка конъюнктуры рынка. 25. Причины, вызывающие трудности в ценообразовании. 26. Управление ценами: корректировка цен, скидки. 27. Стратегии ценообразования.
4.	Раздел 4. Инновационный менеджмент: базовые положения	<ol style="list-style-type: none"> 1. Взаимосвязь инноваций, науки и техники. 2. Отличие инновационной деятельности от прочих бизнес-процессов. 3. Классификации инноваций согласно теориям Ч.Фримена, Г.Менша, Ю.В. Яковца, А.И.Пригожина, П.Н. Завлина и А.В. Васильева, В.В. Горшкова и Е.А. Кретовой, Э.А. Уткина, Г.И. Морозовой и Н.И. Морозовой, С.Д. Ильенковой, И.Т. Балабанова и др. 4. Модель продуктового цикла (модель Абернаси-Аттербек и модель Барраса) 5. Характеристики нового продукта необходимы для быстрого распространения инновации. 6. Роль фундаментальных и прикладных исследований в воплощение коммерчески реализуемого продукта. 7. Особенности инкубаторов как элементов инновационной инфраструктуры. 8. Бизнес-ангелы в мировой практике реализации стартапов. 9. Федеральная программа создания технопарков в сфере высоких технологий 10. Виды регулирования инновационной деятельности: организационное, экономические, финансовое, нормативно-правовое. 11. Федеральные целевые программы. 12. Организационные, экономические и правовые условия развития инновационной деятельности. 13. Основные направления коммерческого анализа инновационного проекта. 14. Выявление факторов, влияющих на инновации в инвестиционно-строительной сфере с позиции риск-менеджмента. 15. Опыт реализации проектов «умных» и «пассивных» зданий в России и в мире. 16. Инновационные технологии возведения зданий. 17. Нововведения в области строительных материалов. 18. Европейские и российские системы субсидирования инновационных проектов. 19. Инновационный маркетинг. 20. Актуальность стратегического подхода к управлению инновационной деятельностью, его отличия от нестратегического подхода. 21. Анализ официальных сайтов Национального Конгресса «Модерни-

		<p>зация экономики России: Приоритеты развития», Комиссии по модернизации и технологическому развитию экономики России и прочих аналитических порталов в соответствии с темой модуля.</p> <p>22. Дилемма инноватора: Как из-за новых технологий погибают сильные компании, согласно теории Клейтона Кристенсена.</p> <p>23. Эпохальные подрывные инновации XIX-XXI вв.</p> <p>24. Открытые инновации и краудсорсинг.</p> <p>25. Системные инновации.</p> <p>26. Особенности процесса диффузии инноваций.</p> <p>27. Методика принятия решения о реализации инновационных проектов.</p> <p>28. Оперативный инновационный маркетинг: этапы процесса восприятия нового товара.</p> <p>29. Инструменты продвижения инновационных товаров по различным каналам.</p>
--	--	--

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

Организация учебной работы обучающихся на аудиторных занятиях осуществляется в соответствии с п. 4.

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

11.1. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Информационные технологии
1.	Раздел 1. Менеджмент: функции, процессы, методы.	слайд-презентации к материалам лекционных тем; интерактивное общение с обучающимися и консультирование посредством электронной почты; поиск информации с помощью информационных систем
2.	Раздел 2. Производственный менеджмент: базовые положения.	интерактивное общение с обучающимися и консультирование посредством электронной почты; поиск информации с помощью информационных систем
3.	Раздел 3. Маркетинговые исследования и маркетинговая политика	слайд-презентации к материалам лекционных тем; интерактивное общение с обучающимися и консультирование посредством электронной почты; поиск информации с помощью информационных систем
4.	Раздел 4. Инновационный менеджмент: базовые положения	слайд-презентации к материалам лекционных тем; интерактивное общение с обучающимися и консультирование посредством электронной почты; поиск информации с помощью информационных систем

11.2. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса

При освоении дисциплины используется лицензионное и открытое программное обеспечение, указанное в Приложении 3 к рабочей программе.

11.3. Перечень информационных справочных систем

Информационно-библиотечные системы

Наименование ИБС	Электронный адрес ресурса
Научная электронная библиотека	http://elibrary.ru/defaultx.asp?
Электронная библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/

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

Учебные занятия по дисциплине проводятся в оборудованных учебных кабинетах, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением. Перечень материально-технического обеспечения дисциплины (модуля) приведён в Приложении 4 к рабочей программе.

Приложение 1 к рабочей программе

Шифр	Наименование дисциплины (модуля)
<i>Б1.В.ДВ.6.1</i>	<i>Менеджмент и маркетинг</i>

Код направления подготовки / специальности	28.03.03
Направление подготовки / специальность	<i>Нanomатериалы</i>
Наименование (я) ОПОП (направленность / профиль)	<i>Композиционные и функциональные наноматериалы (академический бакалавриат)</i>
Год начала реализации ОПОП	2016
Уровень образования	<i>бакалавриат</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Год разработки/обновления	2016

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации и текущего контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Формирование компетенций при изучении дисциплины (модуля) происходит поэтапно, по мере освоения обучающимися разделов дисциплины (модуля).

Код компетенции по ФГОС	Этапы формирования компетенций (разделы теоретического обучения)			
	1	2	3	4
ОК-2	+	+	+	+
ОК-11	+	+	+	+
ОПК-2		+	+	+
ПК-8	+	+	+	+
ПК-9		+		+
ПК-10		+	+	

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оценивание формирования компетенций осуществляется посредством прохождения обучающимися форм промежуточной аттестации и текущего контроля.

Оценивание формирования компетенций производится на основе показателей оценивания, указанных в п.2. рабочей программы.

2.1. Описание показателей и форм оценивания компетенций

Формами оценивания компетенций являются мероприятия промежуточной аттестации и текущего контроля по дисциплине (модулю), указанные в учебном плане и в п.4 рабочей программы.

Взаимосвязь форм и показателей оценивания компетенций приведена в таблице.

Код компетенции по ФГОС	Показатели освоения (Код показателя оценивания)	Формы оценивания			Обеспеченность оценивания компетенции
		Текущий контроль		Промежуточная аттестация	
		Реферат	Письменный опрос	Зачет	
1	2	3	4	5	6
ОК-2	З1	+	+	+	+
	У1	+	+	+	+
	Н1	+	+	+	+
ОК-11	З2	+	+	+	+
	У2	+	+	+	+
	Н2	+	+	+	+
ОПК-2	З3	+	+	+	+
	У3	+	+	+	+
	Н3	+	+	+	+
ПК-8	З4	+	+	+	+
	У4	+	+	+	+
	Н4	+	+	+	+
ПК-9	З5	+	+	+	+
	У5	+	+	+	+
	Н5	+	+	+	+
ПК-10	З6		+	+	+
	У6		+	+	+
	Н6		+	+	+
ИТОГО		+	+	+	+

2.2. Описание шкалы и критериев оценивания

При проведении промежуточной аттестации в форме зачёта используется бинарная шкала:

Уровень освоения	Оценка
Ниже порогового	Не зачтено
Пороговый	Зачтено

Критериями оценивания уровня освоения компетенций являются:

Показатели оценивания	Критерии оценивания
Знания	Знание терминов и определений, понятий
	Знание основных закономерностей и соотношений, принципов
	Объём освоенного материала, усвоение всех дидактических единиц (разделов)
	Полнота ответов
	Правильность ответов
	Чёткость изложения и интерпретации знаний
Умения	Освоение методик - умение решать (типové) практические задачи, выполнять (типové) задания

	Умение использовать теоретические знания для выбора методик решения задач, выполнения заданий
	Умение проверять решение и анализировать результаты
	Умение качественно оформлять (презентовать) решение задач и выполнения заданий
Навыки	Навыки решения стандартных/нестандартных задач
	Быстрота выполнения трудовых действий Объем выполненных заданий
	Качество выполнения трудовых действий
	Самостоятельность планирования выполнения трудовых действий

3. *Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций*

3.1. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся в НИУ МГСУ.

Перечень типовых вопросов/заданий для проведения зачета в 4 семестре.

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Вопросы / задания
1	Раздел 1. Менеджмент: функции, процессы, методы.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Общие функции менеджмента и их взаимосвязь с управленческим процессом. 2. Линейная структура управления предприятием. 3. Теория административного управления и ее значение для развития менеджмента организации. 4. Общие и частные функции, задачи и процедуры управления. 5. Цели и факторы развития организации. 6. Формы разделения труда в управлении. 7. Характеристика процесса управления, его структура и взаимосвязь этапов. 8. Общая характеристика методов управления. 9. Организационная структура управления: предпосылки формирования и основные характеристики. 10. Характеристики и типы управленческих ситуаций. 11. Декомпозиционная структура системы управления. 12. Теория человеческих отношений. Хотторнские эксперименты Э. Мэйо. 13. Основные разновидности менеджмента и их взаимосвязь с основами управления. 14. Характеристика стратегического, тактического и оперативного управления. 15. Эффективность управления: сущность, содержание, методы определения. 16. Функция контроля и ее роль в процессе управления. 17. Теоретические основы менеджмента, связь теории менеджмента с другими областями знаний.

		<ol style="list-style-type: none">18. Функция координации и ее роль в процессе управления.19. Характер и содержание управленческого труда.20. Объект и предмет управления, их взаимосвязь.21. Функция организация и ее роль в процессе управления.22. Субъекты управления производством.23. Техническая подсистема производства и управления.24. Функция планирования и ее роль в процессе управления.25. Первая (минимальная) конфигурация декомпозиционной структуры системы управления.26. Технологическая подсистема производства и управления.27. Понятие цели управления и основы ее определения. Иерархия целей.28. Организационная подсистема производства и управления.29. Основные типы стратегий развития организации.30. Экономическая подсистема производства и управления.31. Сущность и свойства управленческого решения, процесс его формирования.32. Социальная подсистема производства и управления.33. Информационные характеристики процесса управления.34. Организационно-распорядительные методы управления.35. Третья (законченная) конфигурация декомпозиционной структуры системы управления.36. Кадры управления, роль менеджеров в системе управления.37. Экономические методы управления.38. Вторая (развернутая) конфигурация декомпозиционной структуры системы управления.39. Основные типы связей в системе управления, их влияние на эффективность.40. Понятие «эффективность управления»: критерии, факторы, показатели, подходы к оценке эффективности.41. Анализ внутренней среды предприятия.42. Основные методы принятия решений.43. Объективные предпосылки и закономерности возникновения научного менеджмента.44. Социальная ответственность организации и управляющего перед обществом.45. Характеристика современного менеджера и предъявляемые к нему требования.46. Понятие организации. Формальная и неформальная организация. Процесс формирования организационных структур.47. Особенности строительного производства и их влияние на процесс управления.48. Решение и управленческое решение (УР). Отличия и признаки управленческого решения. УР как процесс и явление.
--	--	---

		<p>49. Виды управленческих решений. Типы управленческих решений.</p> <p>50. Подходы к принятию управленческих решений.</p> <p>51. Требования, предъявляемые к управленческому решению.</p> <p>52. Общая методология разработки управленческих решений. Схема и этапы разработки.</p> <p>53. Понятия управленческого решения и лица, принимающего решение (ЛПР). Признаки управленческого решения.</p> <p>54. Формулирование проблемы, проблемной ситуации. Табличные и графические способы представления проблем: диаграмма Исикавы.</p>
2	Раздел 2. Производственный менеджмент: базовые положения.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Современные тенденции в развитии производственного менеджмента. 2. Понятие производственного менеджмента. 3. Функции производственного менеджмента: сущность и классификация. 4. Задачи и принципы производственного менеджмента. 5. Методы производственного менеджмента. 6. Структура системы управления организацией. 7. Внешняя среда: микросреда, инфраструктура (мезосреда) и микросреда. 8. Влияние факторов макросреды, инфраструктуры и микросреды на деятельность предприятия. 9. Влияние факторов макросреды, инфраструктуры и микросреды на деятельность предприятия. 10. Характеристика структурных элементов системы управления организацией. 11. Научное обоснование системы управления организацией. 12. Целевая подсистема системы управления организацией. 13. Обеспечивающая подсистема системы управления организацией. 14. Общая характеристика конкурентоспособности. 15. Критерии конкурентоспособности продукции. 16. Общие подходы к оценке конкурентоспособности объектов. 17. Графические методы оценки конкурентоспособности: характеристика, достоинства и недостатки. 18. Комплексный метод оценки конкурентоспособности: характеристика, достоинства и недостатки. 19. Интегральные методы оценки конкурентоспособности: характеристика, достоинства и недостатки. 20. Инструменты управления конкурентоспособностью (маркетинговые исследования, сегментация рынка и позиционирование, управление товарным ассортиментом, управление ценообразованием, управление продвижением товара, управление распределением товара) 21. Производственный процесс и его структура.

	<ol style="list-style-type: none">22. Классификация производственных процессов.23. Принципы рациональной организации производственных процессов.24. Операции: понятие и структура, классификация операций. Попереходный и пооперационный порядок прохождения партии через операцию.25. Производственный цикл. Понятие и структура.26. Виды движения продукции по операциям: характеристика последовательного, параллельного и параллельно-последовательного видов. Определение длительности циклов при разных движениях.27. Сущность и принципы планирования.28. Требования к качеству планов.29. Организация работ по планированию.30. Основы оперативно-календарного планирования.31. Расписание: понятие, значение в оперативно-календарном планировании.32. Составление расписания при помощи правила приоритетов.33. Определение порядка выполнения работ при помощи правила Джонсона.34. Определение порядка выполнения работ методом назначений.35. Диспетчирование производства: задачи, особенности при разных типах производства.36. Сетевой график: понятие, правила построения, разновидности, области применения.37. График Ганта: понятие, правила построения, разновидности, области применения.38. Понятие производственной программы.39. Основные этапы формирования производственной программы.40. Показатели производственной программы.41. Критерии выбора места размещения предприятий.42. Определения места размещения предприятия методом взвешивания и с использованием фактор-рейтинговых систем.43. Определение места размещения предприятия методом критической точки и центра гравитации.44. Принципы рационального размещения подразделений предприятия.45. Способы размещения оборудования (по технологическому принципу, по предметному принципу, по принципу обслуживания неподвижного объекта, по принципу групповой технологии).46. Производственная мощность: понятие, постоянные и переменные составляющие производственной мощности, проектируемая, ожидаемая, нормативная производственная мощность.47. Концепции планирования мощностей: эффект масштаба производства, кривая роста производительности и масштаба производства, фокусирование мощностей, гибкость произ-
--	--

		<p>водственных мощностей.</p> <p>48. Способы повышения производственной мощности.</p> <p>49. «Узкое место»: понятие, способы устранения узких мест.</p> <p>50. Понятие ресурсов предприятия. Характеристика трудовых, материальных, нематериальных и финансовых ресурсов предприятия.</p> <p>51. Факторы ресурсосбережения: характеристика социально-экономических, организационных, технических факторов.</p> <p>52. Стратегии ресурсосбережения.</p> <p>53. Единичное производство: понятие, основные черты, особенности организации.</p> <p>54. Серийное производство: понятие, основные черты, особенности организации.</p> <p>55. Массовое производство: понятие, основные черты, особенности организации.</p> <p>56. Поточное производство (с непрерывным процессом): понятие, основные черты, особенности организации.</p> <p>57. Виды временной структуры организации производства: характеристика последовательной, параллельной, параллельно-последовательной передачи предметов труда.</p> <p>58. Формы организации производства: характеристика предметной, технологической, прямоточной, точечной, интегральной форм.</p>
3	<p>Раздел 3. Маркетинговые исследования и маркетинговая политика</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определение понятия маркетинга. 2. «Marketing-mix». 3. Предмет, субъекты и объекты маркетинга. 4. Цели, задачи, функции маркетинга. 5. Типы и виды маркетинговой деятельности. 6. Внешняя и внутренняя маркетинговая среда организации. 7. Методы получения и обработки маркетинговой информации. 8. Первичная и вторичная информация. 9. Наблюдение, эксперимент, анкетирование, опрос. 10. Принципы сегментации рынка. 11. Целевой сегмент и позиционирование товара. 12. Понятие рыночной ниши. 13. Стратегии позиционирования. 14. Жизненный цикл товаров. 15.4 «Н» характеристики услуг. 16. Основные стадии разработки нового товара. 17. Товарные марки и знаки. 18. Понятие «товарный ассортимент». 19. Понятие «ценовая политика».

		<p>20. Основные факторы, влияющие на ценовую политику. 21. Варианты ценовой стратегии. 22. Каналы распределения товаров, их особенности, уровни. 23. Виды сбыта 24. Реклама, ее виды. 25. Личная продажа. 26. «Паблик рилейшинз». 27. Стимулирования сбыта. 28. Конкурентные стратегии. 29. Матрица Ансоффа. 30. SWOT- анализ 31. Матрица Бостонской консалтинговой группы</p>
	<p>Раздел 4. Инновационный менеджмент: базовые положения</p>	<p>1. Основные понятия инновационного менеджмента. 2. Инновационная политика. 3. Мотивы реализации нововведений. 4. Жизненный цикл нововведения. 5. Процесс разработки нового товара. 6. Классификация инноваций: по уровню новизны; по стадии жизненного цикла товара; по форме новшества; по виду эффекта. 7. Основные этапы научно-исследовательских, проектных и производственных работ по созданию и выпуску нового изделия. 8. Изучение потребности рынка в новом продукте. 9. Формы организации инновационного предпринимательства. 10. Критерии для оценки инновационных проектов. 11. Критерии оценки цели и стратегии предприятия, реализующего инновационный проект. 12. Критерии оценки маркетинга инновационного проекта. 13. Критерии оценки НИОКР инновационного проекта. 14. Экономический эффект инновационной деятельности. 15. Научно-технический эффект инновационной деятельности. 16. Социальный эффект инновационной деятельности. 17. Экологический эффект инновационной деятельности. 18. Инновационная стратегия. 19. Ситуационный анализ внешней среды и внутренней среды. 20. Типы инновационных стратегий. 21. Современное состояние и проблемы инновационного развития РФ. 23. Государственная поддержка инновационных процессов. 24. Развитие инновационной инфраструктуры: кластеры, технологические платформы, особые экономические зоны, наукограды, технопарки, бизнес-инкубаторы. 25. Законодательная база организации управления инвестиционным развитием. 26. Финансовые институты инновационной инфраструктуры. 27. Особенности государственного регулирования инновационной деятельности в РФ. 28. Инвестиционная привлекательность проектов и про-</p>

		<p>грамм в инновационной деятельности региона.</p> <p>29. Факторы инвестиционной привлекательности инновационного проекта. Отраслевая инвестиционная привлекательность.</p> <p>30. Инструменты анализа инвестиционных проектов.</p> <p>31. Системный, маркетинговый, функциональный, комплексный, воспроизводственный подходы к реализации инновационных программ и проектов.</p> <p>32. Нормативный, процессный и количественный (оптимизационный) подходы к реализации инновационных программ и проектов.</p> <p>33. Разработка стратегии инновационного развития региона.</p> <p>34. Национальная инновационная система.</p> <p>35. Кластерная модель развития регионов.</p>
--	--	---

3.2. Текущий контроль

В целом по дисциплине в качестве текущего контроля предусмотрены реферат и письменный опрос (аудиторная форма).

Фонд оценочных средств, позволяющих оценить результаты освоения дисциплины «Финансовый учет в строительстве», включает в себя следующие дидактические материалы:

- примерный перечень вопросов для проведения письменного опроса;
- примерные темы рефератов.

Содержание письменного опроса

Письменный опрос состоит из тестовых заданий, открытых вопросов и задания (практической ситуации).

Примеры открытых вопросов

1. Какие структурные изменения вызывают высокие технологии в производстве?
2. Перечислите в хронологической последовательности этапы классической модели жизненного цикла предприятия (организации, производственной системы).
3. Перечислите основные цели разработки организационной структуры системы управления предприятием.
4. Назовите основные типы инновационных стратегий?
5. Как соотносятся между собой процесс и система?
6. Перечислите основные типы процессов и их характеристики.
7. К какому типу процессов относятся функционирование предприятия?
8. Сколько и каких детализирующих контуров имеет цель?
9. В чем проявляется взаимосвязь между ситуацией и целью?
10. В чем заключается главное отличие процедур управления от задач, частных и общих функций управления?
11. Отличаются ли функции управления от функций менеджмента? Является ли подобный вопрос правомерным?
12. Перечислите в правильной последовательности уровни эффективности управленческого решения?
13. Каким признакам должна соответствовать информация, используемая при подготовке управленческого решения?
14. Какое понятие отражает общий уровень качества информации, используемой при подготовке управленческого решения?
15. Существует ли различие между понятиями «организационная структура управления» и «организационная структура предприятия», и если да, то в чем оно заключается?

16. Как можно количественно определить эффективность использования организационно-распорядительных методов управления?
17. Как можно количественно определить эффективность использования экономических методов управления?
18. Как можно количественно определить эффективность использования социально-психологических методов управления?
19. Какой показатель является результирующим при оценке эффективности использования методов управления?
20. Какие показатели эффективности следует считать более адекватными с позиций цели оценки – абсолютные или относительные?
21. Как соотносятся между собой эффективность управляемой системы, эффективность управляющей системы и эффективность работы предприятия в целом?

Примеры заданий

Задание

1. Практическая ситуация (пример). Дж. Лорин известный, американский менеджер первой половины 1970-х гг., будучи генеральным управляющим отделения «Шевроле» американской фирмы «Дженерал Моторс», написал: «Что касается крупных проблем работы отделения, то я довел до всеобщего сведения, что никто не должен являться ко мне для их обсуждения, досконально не изучив их предварительно и не подготовив конкретные предложения о способе их решения.

- Будем обсуждать не сами проблемы, а меры по их разрешению...-

В результате я получил возможность распознавать настоящих администраторов и талантливых людей по их способности анализировать проблемы и находить их решение».

1. Почему для менеджеров в их взаимоотношениях с подчиненными так важно требовать от последних не только знания проблемы и подготовки варианта (вариантов) ее решения? Подробно объясните свою позицию по данному вопросу.
2. Как менеджер должен поступать в ситуациях, когда сотрудники затрудняются сформулировать альтернативные варианты решения проблемы?

Задание

На сегменте рынка конкурируют 3 организации. В последний день текущего месяца организация «А» провела маркетинговое исследование 1000 покупателей по товарам, которые продают все три организации «А», «В», «С». В результате выявлено, что у фирмы «А» было 400 покупателей, у «В» – 400 покупателей, «С» – 200 покупателей.

Проведенные в конце следующего месяца исследования выявили следующую картину: организация «А» забрала у «В» 120 покупателей и у «С» – 20 покупателей. В то же время организация «А» отдала организации «В» 80 своих покупателей и «С» – 40. Организация «В» забрала у «С» 20 и отдала ей «80» своих покупателей.

Вопросы:

1. Вычислить процент оттока и притока покупателей организации «А», «В» и «С» в следующем месяце.
2. Определить доли рынка организаций на конец следующего месяца, а также дать прогноз на следующие 2 месяца деятельности с учетом сохранения показателей оттока и притока покупателей.
3. Рассчитать показатели лояльности (приверженности) покупателей товарным маркам организаций.

Примеры тестовых заданий

1. В матрицу БКГ входят:
 - «трудные дети», «планеты», «собаки», «дойные коровы»
 - «дойные коровы», «трудные подростки», «кошки», «собаки»,
 - «трудные дети», «звезды», «медведи», «дойные коровы»
 - «собаки», «трудные дети», «звезды», «дойные коровы»

2. Сегментирование рынка это:
 - предполагают выявление всех аналогичных товаров, продающихся на рынке, оценку объема их продаж и оценку будущего размера рынка
 - это процесс разбивки потребителей на группы на основе различий в нуждах и поведении
 - это анализ рыночных возможностей, отбор целевых рынков
 - нет правильного ответа
3. Стратегия «снятия сливок» - это:
 - установление самых высоких цен на абсолютно новые товары, когда полностью отсутствуют конкуренты. Постепенно цена снижается и привлекаются новые покупатели.
 - установление сравнительно низкой цены на новинку для привлечения большего числа покупателей и завоевания большего сегмента рынка
 - установление с учетом различий в потребностях, товарах, местностях и т.п. Фирмы часто вносят коррективы в свои цены
 - нет правильного ответа
4. Инновация отличается от прочих бизнес-процессов:
 - ориентацией на коммерциализацию;
 - фундаментальной неопределенностью;
 - низкими рисками;
 - характером целеполагания.
5. При имитационной стратегии, в сравнении с другими стратегиями выхода на новые рынки, сводится до минимума:
 - коммерческий риск
 - Регулярные риски
 - технологический риск
 - Макроэкономические риски
6. Поставьте в правильном порядке этапы процесса восприятия инноваций:
 - решение;
 - знание;
 - реализация;
 - поддержка/одобрение;
 - убеждение.
7. По характеру применения различают следующие типы инновации:
 - а. технологические;
 - б. имитационные;
 - в. картографические;
 - г. верно (а) и (б);
 - д. верны все.
8. Какие типовые стратегии развития подходят для инновационной компании?
 - специализация;
 - дифференциация;
 - лидерства в издержках;
 - подходят все;
 - ни одна не подходит.

Темы реферата

1. Важнейшие виды НТП, формы их правовой защиты и реализация их на рынке инноваций.
2. Роль сферы НИОКР в современной экономике.

3. Исторические предпосылки развития рынка интеллектуальной собственности, технологическая рента.
4. Рынок интеллектуальной собственности в России.
5. Вклад теории Й.Шумпетера в становление теории инноваций.
6. Теории классификаций инноваций.
7. Инновационный и производственный менеджмент.
8. Государственная инновационная политика.
9. Государственная поддержка инновационной деятельности.
10. Инвестиционно-инновационная деятельность на предприятии.
11. Инновации в строительной отрасли.
12. Особенности инновационной деятельности компаний.
13. Инновационная и инвестиционная привлекательность регионов.
14. Инновационные направления развития в науке и технике.
15. Инновационная политика строительного предприятия.
16. Инновационный и производственный менеджмент.
17. Маркетинг технологических нововведений.
18. Бизнес-планирование инновационного предприятия.
19. Конкуренция в инновационной деятельности.
20. Обоснование затрат предприятия для достижения конкурентоспособности инновационной продукции.
21. Стратегический и инновационный менеджмент.
22. Факторы формирования макроинновационных стратегий.
23. Становление и развитие венчурного предпринимательства в России.
24. Риски инновационных проектов и их особенности.
25. Структура и закономерности инновационного процесса.
26. Технопарки и технополисы в России.
27. Зарубежный опыт развития инновационной инфраструктуры.
28. Особенности финансирования инновационных проектов.
29. Экологические аспекты инноваций в строительной отрасли.
30. Инновационный менеджмент – одно из направлений стратегического планирования.
31. Управление созданием, освоением и качеством новой продукции.
32. Трансфер технологий в инновационной деятельности.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура промежуточной аттестации регламентируется с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся в НИУ МГСУ.

4.1. Процедура оценивания при проведении промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в форме экзамена/дифференцированного зачета

Учебным планом не предусмотрена.

4.2. Процедура оценивания при проведении промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине в форме Зачета

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в форме Зачёта в 4 семестре

Код показателя оценивания	Оценка	
	Не зачтено	Зачтено
Знания 31.	Не знает основные показатели для анализа внешней и внутренней среды предприятия,	Знает основные показатели для анализа внешней и внутренней среды предприятия, конку-

32, 33, 34, 35, 36.	конкуренции на рынке	ренции на рынке
	Не знает базовые характеристики организационно-управленческого решения	Знает базовые характеристики организационно-управленческого решения
	Не знает основные показатели для анализа конкуренции на рынке; основные маркетинговые стратегии поведения на рынке	Знает основные показатели для анализа конкуренции на рынке; основные маркетинговые стратегии поведения на рынке
	Не знает процессы, функции и методы менеджмента, системные основы организации и функционирования производства и управления им	Знает процессы, функции и методы менеджмента, системные основы организации и функционирования производства и управления им
	Не знает принципы поиска возможностей инновационного развития	Знает принципы поиска возможностей инновационного развития
	Не знает задачи оперативного управления, характеристики ситуационного управления	Знает задачи оперативного управления, характеристики ситуационного управления
Умения У1, У2, У3, У4, У5, У6	Не умеет выполнять экономические расчеты в соответствии с маркетинговыми задачами	Умеет выполнять экономические расчеты в соответствии с маркетинговыми задачами
	Не умеет определять алгоритм принятия управленческих решений	Умеет определять алгоритм принятия управленческих решений
	Не умеет определять и использовать маркетинговую информацию для принятия управленческих решений	Умеет определять и использовать маркетинговую информацию для принятия управленческих решений
	Не умеет анализировать внутренние факторы, определяющие организацию и менеджмент предприятия, производства и производственных процессов	Умеет анализировать внутренние факторы, определяющие организацию и менеджмент предприятия, производства и производственных процессов
	Не умеет анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации и выявлять способность организации внедрять технологические и/или продуктовые инновации	Умеет анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации и выявлять способность организации внедрять технологические и/или продуктовые инновации
	Не умеет определять параметры оперативных планов работы первичных производственных подразделений	Умеет определять параметры оперативных планов работы первичных производственных подразделений
Навыки Н1, Н2, Н3, Н4, Н5, Н6	Не имеет навыки в выполнении экономических расчетов в соответствии с маркетинговыми задачами	Имеет навыки в выполнении экономических расчетов в соответствии с маркетинговыми задачами
	Имеет навыки выработки процесса реализации управленческих решений	Имеет навыки выработки процесса реализации управленческих решений
	Не имеет навыки описания процедуры маркетинговых исследований; выбора и использования методов и инструментария маркетингового исследования для сбора, обработки и анализа маркетинговой информации	Имеет навыки описания процедуры маркетинговых исследований; выбора и использования методов и инструментария маркетингового исследования для сбора, обработки и анализа маркетинговой информации
	Не имеет навыки системного анализа объектов управления	Имеет навыки системного анализа объектов управления
	Не имеет навыки моделирования инновационных изменений в организации	Имеет навыки моделирования инновационных изменений в организации
	Не имеет навыки проектирования организации простых и сложных процессов	Имеет навыки проектирования организации простых и сложных процессов

4.3. Процедура оценивания при проведении промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в форме защиты курсовой работы/проекта

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) в форме защиты курсового проекта /курсовой работы не проводится.

Приложение 2 к рабочей программе

Шифр	Наименование дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.6.1	Менеджмент и маркетинг

Код направления подготовки / специальности	28.03.03
Направление подготовки / специальность	Наноматериалы
Наименование (я) ОПОП (направленность / профиль)	Композиционные и функциональные наноматериалы (академический бакалавриат)
Год начала реализации ОПОП	2017
Уровень образования	бакалавриат
Форма обучения	очная
Год разработки/обновления	2016

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы, количество страниц	Количество экземпляров печатных изданий в библиотеке НИУ МГСУ	Число обучающихся, одновременно изучающих дисциплину (модуль)
1	2	3	4	5
<i>Основная литература:</i>				
НТБ НИУ МГСУ				
1.	Менеджмент и маркетинг	Ю.Н. Кулаков, Т.С.Мещерякова Инновационный менеджмент: курс лекций; М-во образования и науки Росс.Федерации, Моск. гос. Строит.ун-т. – Москва: МГСУ, 2013.	25	60
2.	Менеджмент и маркетинг	Медынский В. Г. Инновационный менеджмент: учебник для вузов - Москва : ИНФРА-М, 2013.	25	60
3.	Менеджмент и маркетинг	Основы менеджмента [Текст]: курс лекций / Московский государственный строительный университет; [Ю. Н. Кулаков [и др.]; рец.: К. Е. Калинин, В. С. Канхва]. - Москва: МГСУ, 2014. - 119 с.	25	60
4.	Менеджмент и маркетинг	Веснин, В. Р. Менеджмент [Текст] : учебник / В. Р. Веснин. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Проспект, 2014. - 613 с	15	60
5.	Менеджмент и маркетинг	Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс [Текст] / Ф. Котлер ; пер. с англ. = Marketing essentials / P. Kotler. - Москва : И.Д. Вильямс, 2012. - 488 с.	50	60
6.	Менеджмент и маркетинг	Б.А. Соловьев Маркетинг: учебник для вузов. –М.: Инфра-М, 2012г., - 336с.	100	60
ЭБС АСВ				
7.	Менеджмент и маркетинг	Кулаков Ю.Н. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: курс лекций/ Кулаков Ю.Н., Мещерякова Т.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2013.— 154 с.— Режим доступа:— ЭБС «IPRbooks», по паролю	http://www.iprbookshop.ru/20006	60

8.	Менеджмент и маркетинг	Акулич И.Л. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Акулич И.Л.— Электрон. текстовые данные.— Минск: Вышэйшая школа, 2014.— 544 с.	w.iprbookshop.ru/35493	60
9.	Менеджмент и маркетинг	Черченко Н.В. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: ответы на экзаменационные вопросы/ Черченко Н.В.— Электрон. текстовые данные.— Минск: ТетраСистемс, Тетралит, 2014.— 112 с.	www.iprbookshop.ru/28170.	60
<i>Дополнительная литература:</i>				
НТБ НИУ МГСУ				
10.	Менеджмент и маркетинг	Ф. Котлер, К. Л. Келлер Маркетинг менеджмент: классический зарубежный учебник- 12-е изд. - Санкт-Петербург: Питер, 2012. - 814 с.	50	60
11.	Менеджмент и маркетинг	Б.А. Соловьев Маркетинг: учебник для вузов. –М.: Инфра-М, 2012г., - 336с.	100	60
ЭБС АСВ				
12.	Менеджмент и маркетинг	Агарков А.П. Управление инновационной деятельностью [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Агарков А.П., Голов Р.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 208 с.— Режим доступа: ЭБС «IPRbooks», по паролю	http://www.iprbookshop.ru/24766	60
13.	Менеджмент и маркетинг	Эриашвили Н.Д. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям/ Эриашвили Н.Д.— Электрон.текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 271 с.	http://www.iprbookshop.ru/8111	60
14.	Менеджмент и маркетинг	Балдин К.В. Управленческие решения (8-е издание) [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Балдин К.В., Воробьев С.Н., Уткин В.Б.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 495 с.	www.iprbookshop.ru/24838	60

Согласовано:

НТБ

07.11.2016
дата


 Подпись, ФИО

Приложение 3 к рабочей программе

Шифр	Наименование дисциплины (модуля)
<i>Б1.В.ДВ.6.1</i>	<i>Менеджмент и маркетинг</i>

Код направления подготовки / специальности	28.03.03
Направление подготовки / специальность	<i>Наноматериалы</i>
Наименование (я) ОПОП (направленность / профиль)	<i>Композиционные и функциональные наноматериалы (академический бакалавриат)</i>
Год начала реализации ОПОП	2017
Уровень образования	<i>бакалавриат</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Год разработки/обновления	2016

Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Тема	Наименование программного обеспечения	Тип лицензии
1.	Раздел 1. Менеджмент: функции, процессы, методы.	Тема 1. Менеджмент: общие положения.	Microsoft Office	Open License
		Тема 2. Системный анализ менеджмента организации	Microsoft Office	Open License
		Тема 3. Управленческое решение.	Microsoft Office	Open License
		Тема 4. Организационные структуры управления	Microsoft Office	Open License
		Тема 5. Методы управления.	Microsoft Office	Open License
2.	Раздел 2. Производственный менеджмент: базовые положения	Тема 6. Предприятие как субъект хозяйственной деятельности.	Microsoft Office	Open License
		Тема 7. Производственная система как объект производственного менеджмента	Microsoft Office	Open License
		Тема 8. Планирование производства.	Microsoft Office	Open License
		Тема 9. Управление рисками на предприятии	Microsoft Office	Open License
3.	Раздел 3. Маркетинговые исследования и маркетинговая политика	Тема 10. Современная концепция маркетинга и маркетинговые исследования.	Microsoft Office	Open License
		Тема 11. Товарная, ценовая и сбытовая политика.	Microsoft Office	Open License
4.	Раздел 4. Инновационный менеджмент: базовые положения	Тема 12. Концептуальные положения инновационного менеджмента.	Microsoft Office	Open License
		Тема 13. Институты инновационной инфраструктуры	Microsoft Office	Open License
		Тема 14. Стратегии выхода в новую отрасль.	Microsoft Office	Open License

Приложение 4 к рабочей программе

Шифр	Наименование дисциплины (модуля)
<i>Б1.В.ДВ.6.1</i>	<i>Менеджмент и маркетинг</i>

Код направления подготовки / специальности	28.03.03
Направление подготовки / специальность	<i>Наноматериалы</i>
Наименование (я) ОПОП (направленность / профиль)	<i>Композиционные и функциональные наноматериалы (академический бакалавриат)</i>
Год начала реализации ОПОП	2016
Уровень образования	<i>бакалавриат</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Год разработки/обновления	2016

Перечень материально-технического обеспечения по дисциплине (модулю):

№ п/п	Вид учебного занятия	Наименование оборудования	№ и наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий
1	2	3	4
1	Лекции	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, оснащенные стационарными / мобильными (переносными) наборами демонстрационного мультимедийного оборудования (проектор, микрофон, экран, компьютер)	129337, г. Москва, ш. Ярославское, д.26, корп.7, помещение 8 комн.14, 64.
2	Практические занятия	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, оснащенная стационарными / мобильными (переносными) наборами демонстрационного мультимедийного оборудования (проектор, микрофон, экран, компьютер)	129337, г. Москва, ш.Ярославское, д.26, корп.2, помещение 1, комн. 35,35а,35б, 36,36а,36б
3	Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное 29 персональными компьютерами с конфигурацией: 1,6 ГГц, HDD 80 Гб, RAM 1 Гб, Video RAM 128 Мб, DVD-R/RW, монитор 17 ''	129337, г. Москва, ш.Ярославское, д.26, корп.2, помещение 6, комн. 5.