МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Кузбасский государственный технический университет имени Т. Ф. Горбачева»

Филиал КузГТУ в г. Новокузнецке

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 71B13ADF852F0D849D78875814FBEF47
Владелец: Баранов Юрий Александрович
Действителен: с 15.10.2025 до 08.01.2027

УТВЕРЖДЕНО
Заместитель директора,
совмещающий
обязанности директора
филиала КузГТУ в
г. Новокузнецке
_____Ю.А. Баранов
«29» __05___2026

Рабочая программа дисциплины

Менеджмент и маркетинг

Направление подготовки 09.03.03 Прикладная информатика
Направленность (профиль) 01 Прикладная информатика в экономике

Присваиваемая квалификация
«Бакалавр»

Форма обучения:
очно-заочная

Год набора 2026

Новокузнецк 2026 г.

Рабочая программа обсуждена на заседании учебно-методического совета филиала КузГТУ в г. Новокузнецке

Протокол № 6 от 29.05.2026

Зав. кафедрой ИТиЭД В.В. Шарлай

подпись

СОГЛАСОВАНО:
Заместитель директора по УР Т.А. Евсина

подпись

1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине "Менеджмент и маркетинг", соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Освоение дисциплины направлено на формирование:

общепрофессиональных компетенций:

ОПК-4 - Способен участвовать в разработке стандартов, норм и правил, а также технической документации, связанной с профессиональной деятельностью;

ОПК-9 - Способен принимать участие в реализации профессиональных коммуникаций с заинтересованными участниками проектной деятельности и в рамках проектных групп.

универсальных компетенций:

- К-2 - Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
- К-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
- К-4 - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
- К-6 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Результаты обучения по дисциплине определяются индикаторами достижения компетенций Индикатор(ы) достижения:

Использует знание экономических теорий, законов, концепций и принципов менеджмента и

- маркетинга для решения задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм,
- имеющихся ресурсов и ограничений

Использует коммуникативные навыки для построения максимально эффективного

- взаимодействия между членами трудового коллектива

Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на государственный язык

- РФ и с государственного языка РФ на иностранный

Постоянно повышает уровень своей квалификации, занимается самообразованием

Знает достаточное количество стандартов, норм и правил, технической документации, связанной

- с профессиональной деятельностью

Использует коммуникативные навыки в реализации профессиональных коммуникаций с

- заинтересованными участниками проектной деятельности и в рамках проектных групп **Результаты обучения по дисциплине:**

Знает

- экономические теории, законы, концепции и принципы менеджмента и маркетинга для решения задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Знает

- основные приемы и нормы социального взаимодействия в процессе командной работы
- технологии межличностной и групповой коммуникации

Знает

- иностранный язык и активно его использовать
- базовую лексику, представляющую стиль делового общения, на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках
- нормы делового общения на иностранном языке

Знает

- основные приемы эффективного управления собственным временем и профессиональным развитием
- основные принципы саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни

Знает

- стандарты, нормы и правила, техническую документацию, используемые в профессиональной деятельности

Знает

- знать виды и особенности профессиональных коммуникаций с заинтересованными участниками проектной деятельности и в рамках управленческой деятельности

Умеет

- использовать экономические теории, законы, концепции и принципы менеджмента и маркетинга для решения задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Умеет

- устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу
- осуществлять эффективное командное взаимодействие для достижения поставленных целей Умеет
- читать и обрабатывать деловую документацию на иностранном языке

- осуществлять перевод профессионально-значимой информации на иностранном языке
- понимать устную речь в ситуациях делового иноязычного общения в профессиональной сфере

Умеет

- эффективно планировать и контролировать собственное время
- использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения
- планировать траекторию своего профессионального развития

Умеет

- использовать стандарты, нормы и правила, техническую документацию в профессиональной деятельности

Умеет

- применять коммуникативные навыки в реализации профессиональных коммуникаций с заинтересованными участниками проектной деятельности и в рамках проектных групп

Владеет

- навыками решения базовых задач менеджмента и маркетинга

Владеет

- основными методами и приемами социального взаимодействия в команде
- навыками межличностных отношений
- способностью реализовывать свою роль в команде

Владеет

- способностью использовать основные понятия и категории менеджмента и маркетинга в управленческой деятельности
- навыками деловой коммуникации в устной и письменной форме на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке

Владеет

- методами управления собственным временем и профессиональным развитием
- технологиями приобретения, использования и обновления социокультурных и профессиональных знаний, умений и навыков
- методиками саморазвития в течение всей жизни

Владеет

- способностью разрабатывать стандарты, нормы и правила, техническую документацию, используемые в профессиональной деятельности

Владеет

- способностью применять коммуникативные навыки в реализации профессиональных коммуникаций с заинтересованными участниками проектной деятельности и в рамках проектных групп

2 Место дисциплины "Менеджмент и маркетинг" в структуре ОПОП бакалавриата

Для освоения дисциплины необходимы знания умения, навыки и (или) опыт профессиональной деятельности, полученные в рамках изучения следующих дисциплин: Философия, Основы экономики и предпринимательства.

Для успешного изучения дисциплины Менеджмент и маркетинг обучающийся должен обладать следующими знаниями:

- из курса Философии иметь понятия об обществе, многообразии культур, цивилизаций и форм социального опыта, проблемах и перспективах современной цивилизации;
- из курса Всеобщая история иметь понятия о многовариантности общественно-политического, социально-экономического и культурного развития регионов, стран и народов мира в различные хронологические периоды;
- из курса Основы экономики и предпринимательства иметь понятия о спросе, предложении, ценовом уровне, потребительском выборе, издержках и предложении, формах конкуренции, структуре бизнеса, основных экономических законах и категориях. специфике современной экономики, исторической эволюции и перспективах развития экономической сферы российского общества.

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП.

3 Объем дисциплины "Менеджмент и маркетинг" в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины "Менеджмент и маркетинг" составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Форма обучения	Количество часов		
	ОФ	**ЗФ**	**ОЗФ**
Курс 5/Семестр 9			
Всего часов	144		144
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий):			
Аудиторная работа			
Лекции	16		6
Лабораторные занятия			
Практические занятия	16		6
Внеаудиторная работа			
Индивидуальная работа с преподавателем:			
Консультация и иные виды учебной деятельности			
Самостоятельная работа	112		132
Форма промежуточной аттестации	зачет		зачет

4 Содержание дисциплины "Менеджмент и маркетинг", структурированное по разделам (темам)

4.1. Лекционные занятия

Раздел дисциплины, темы лекций и их содержание	Трудоемкость в часах		
	ОФ	ЗФ	ОЗФ
Раздел 1 Менеджмент как концепция рыночного управления организациями			
Тема 1 Сущность и содержание менеджмента. Развитие взглядов на менеджмент Сущность современного менеджмента. Основные подходы к определению менеджмента. Менеджмент и управление. Особенности труда руководителя. Менеджер и его функции в организации. Эволюция управленческой мысли. Управленческие революции. Школа научного управления. Школа административного управления. Школа человеческих отношений и поведенческих наук. Школа науки управления (количественная).	2		2
Тема 2 Функции и механизмы современного менеджмента Принципы менеджмента. Методы менеджмента. Подходы к управлению. Природа и состав функций менеджмента. Планирование как функция управления. Процесс стратегического планирования. Организация как функция управления. и построение организации. Делегирование полномочий. Виды управленческих полномочий. Типы организационных структур. Виды бюрократических организационных структур. Виды органических организационных структур. Мотивация как функция управления.	2		
Раздел 2 Менеджмент основных бизнес-процессов организации			
Тема 3 Мотивация персонала Сущность мотивации. Теория и практика мотивации персонала. Управление мотивацией в современных условиях.	2		
Тема 4 Организационные процессы всистеме менеджмента Организационные процессы. Сущность и классификация управленческих решений. Модель процесса принятия решений. Методы принятия решений. Коммуникации в организации. Современные информационные технологии.	2		
Раздел 3 Основы маркетинга			

Тема 5 Социально-экономические основы маркетинга. Стратегии маркетинга Современное состояние и перспективы развития маркетинга. Определение основных понятий маркетинга. Содержание, функции, объекты и виды маркетинга. История формирования маркетинговой концепции. Основные виды маркетинга. Типы организационных структур маркетинга. Функции подразделений служб маркетинга и его специалистов. Внутренняя и внешняя среда маркетинга. Виды стратегий маркетинговой деятельности: портфельные стратегии, стратегии роста, стратегии вертикальной интеграции, конкурентные стратегии. Стандартизация как стратегия маркетинга.	2		2
Тема 6 Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации. Сегментация рынка Понятие и цели маркетинговых исследований. Качественные и количественные методы исследований. Система маркетинговой информации. Структура, схема и этапы маркетингового исследования. Понятие целевого рынка. Сегментация рынка. Критерии сегментации рынка. Выбор целевого рынка. Оценка емкости и привлекательности сегмента рынка. Выбор стратегии охвата рынка. Методика позиционирования товара. Понятие конкурентоспособности предприятия. Изучение конкурентов и методические инструменты конкурентного анализа: Матрица М.Портера, Матрица БКГ, Бенчмаркинг, SWOT-анализ.	2		
Раздел 4 Комплекс маркетинга			
Тема 7 Комплекс маркетинга: товар и цена Товар в маркетинговой деятельности. Товарный ассортимент. Рыночная атрибутика товара. Жизненный цикл товара. Характеристика этапов жизненного цикла товаров. Товарные стратегии. Разработка новых товаров. Упаковка товара. Понятие фирменного стиля, формирования имиджа фирмы. Цена как средство достижения целей маркетинга. Виды цен и особенности их применения. Методы ценообразования. Возможные ценовые стратегии предприятия Определение цены на новый товар. Ценовая стратегия.	2		2
Тема 8 Комплекс маркетинга: товародвижение и продвижение Современные тенденции развития каналов распределения товаров. Оптовая и розничная торговля. Посредники, их функции и мотивация. Организация сбытовой сети. Система товародвижения в маркетинге. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Рекламы и ее виды. Формирование общественного мнения (паблик рилейшнз PR). Личные (персональные) продажи. Современные виды стимулирования покупателей, посредников, торгового персонала.	2		
ИТОГО	16		6

4.2 Практические (семинарские) занятия

Тема занятия	Трудоемкость в часах		
	ОФ	ЗФ	ОЗФ
Раздел 1 Менеджмент как концепция рыночного управления организациями			
Тема 1 Сущность и содержание менеджмента. Развитие взглядов на менеджмент	2		2
Тема 2 Функции и механизмы современного менеджмента	2		
Раздел 2 Менеджмент основных бизнес-процессов организации			
Тема 3 Мотивация персонала	2		2
Тема 4 Организационные процессы в системе менеджмента	2		
Раздел 3 Основы маркетинга			
Тема 5 Социально-экономические основы маркетинга. Стратегии маркетинга	2		

Тема 6 Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации. Сегментация рынка	2		
Раздел 4 Комплекс маркетинга			
Тема 7 Комплекс маркетинга: товар и цена	2		
Тема 8 Комплекс маркетинга: товародвижение и продвижение	2		2
ИТОГО	16		6

4.3 Самостоятельная работа обучающегося и перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Тема занятия	Трудоемкость в часах		
	ОФ	ЗФ	ОЗФ
Раздел 1 Менеджмент как концепция рыночного управления организациями			
Самостоятельное изучение учебного материала при подготовке к устному опросу и тестированию	25		20
Раздел 2 Менеджмент основных бизнес-процессов организации			20
Самостоятельное изучение учебного материала при подготовке к устному опросу и тестированию	25		20
Раздел 3 Основы маркетинга			
Самостоятельное изучение учебного материала при подготовке к устному опросу и тестированию	25		20
Раздел 4 Комплекс маркетинга			
Самостоятельное изучение учебного материала при подготовке к устному опросу и тестированию	25		40
Подготовка к промежуточной аттестации	12		12
ИТОГО	112		132

6 Учебно-методическое обеспечение

6.1 Основная литература

1. Годин, А. М. Маркетинг / А. М. Годин. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 656 с. - ISBN 9785394025402. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book red&id=453262 (дата обращения: 05.06.2022). - Текст : электронный.

2. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я / Ф. Котлер ; Редактор: Суханова М.; Перевод с английского: Виноградова Т. В.; Перевод с английского: Чех Александр А.; Перевод с английского: Царук Л. Л.. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 211 с. - ISBN 9785961450163. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book red&id=279742 (дата обращения: 05.06.2022). - Текст : электронный.

6.2 Дополнительная литература

1. Костенко, Е. П. История менеджмента / Е. П. Костенко, Е. В. Михалкина ; Южный федеральный университет. - Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2014. - 606 с. - ISBN 9785927514243. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book red&id=445187 (дата обращения: 05.06.2022). - Текст : электронный.

2. Басовский, Л. Е. Маркетинг: курс лекций : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям "Экономика" и "Менеджмент" / Л. Е. Басовский. - Москва : ИНФРА-М, 2000. - 219 с. - (Высшее образование). - Текст : непосредственный.

3. Годин, А. М. Маркетинг : учебник для студентов экон. вузов, обучающихся по направлению "Экономика" и специальности "Маркетинг" / А. М. Годин. - 7-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и Ко, 2008. - 652 с. - Текст : непосредственный.

4. Коновалова, В. А. Лекции по дисциплине 'Маркетинг' / В. А. Коновалова. - Королев : б.и., 2013. - 130 с. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book red&id=273911 (дата обращения: 05.06.2022). - Текст : электронный.

5. Сергеева, Е. А. Менеджмент и Маркетинг / Е. А. Сергеева, А. С. Брысаев ; Федеральное агентство по образованию; Казанский государственный технологический университет. - Казань : Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2010. - 199 с. - ISBN 9785788208343. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book red&id=259050 (дата обращения: 05.06.2022). - Текст : электронный.

6.3 Методическая литература

1. Методические рекомендации по организации учебной деятельности обучающихся КузГТУ / ФГБОУ ВО «Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т. Ф. Горбачева», Каф. приклад. информ. технологий ; сост. Л. И. Михалева. - Кемерово : КузГТУ, 2017. - 32 с. - URL: http://library.kuzstu.ru/meto.php?n=553 (дата обращения: 07.06.2022). - Текст : электронный.

6.4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» http://biblioclub.ru/
2. Электронная библиотечная система «Лань» http://eJanbook.com
3. Электронная библиотека КузГТУ https://library.kuzstu.ru/index.php/punkt-18
4. Справочная правовая система «КонсультантПлюс» http://www.consultant.ru/

5. Национальная электронная библиотека https://rusneb.ru/

6.5 Периодические издания

1. Автоматическая сварка : международный научно-технический и производственный журнал (электронный) https://elibrary.ru/title_about.asp?id=13445
2. Вопросы экономики : журнал (печатный/электронный) https://elibrary.ru/contents.asp?titleid = 7715
3. Инновационное развитие экономики : научно-практический и теоретический журнал (печатный)
4. Маркетинг в России и за рубежом : журнал (печатный/электронный) https://elibrary.ru/contents.asp?titleid = 8819
5. Менеджмент в России и за рубежом : журнал (печатный/электронный) https://elibrary.ru/contents.asp?titleid = 9628
6. Методы менеджмента качества : международный журнал для профессионалов в области качества (печатный/электронный) https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=9546
7. Практический маркетинг : журнал (печатный/электронный) https://elibrary.ru/contents.asp?titleid = 8995
8. Проблемы теории и практики управления : международный журнал (печатный/электронный) https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=9009
9. Финансовый менеджмент : журнал (печатный/электронный) https://elibrary.ru/contents.asp?titleid = 95 52

7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

ЭИОС КузГТУ:

a) Электронная библиотека КузГТУ. - Текст: электронный // Научно-техническая библиотека Кузбасского государственного технического университета им. Т. Ф. Горбачева : сайт. - Кемерово, 2001 - . - URL: https://library.kuzstu.ru/index.php/punkt-2/ebs. - Текст: электронный.

b) Портал.КузГТУ : Автоматизированная Информационная Система (АИС) : [сайт] / Кузбасский государственный технический университет им. Т. Ф. Горбачева. - Кемерово : КузГТУ, [б. г.]. - URL: https://portal.kuzstu.ru/. - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст: электронный.

c) Электронное обучение : [сайт] / Кузбасский государственный технический университет им. Т. Ф. Горбачева. - Кемерово : КузГТУ, [б. г.]. - URL: https://el.kuzstu.ru/. - Режим доступа: для авториз. пользователей КузГТУ. - Текст: электронный.

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины "Менеджмент и маркетинг"

Самостоятельная работа обучающегося является частью его учебной деятельности, объемы самостоятельной работы по каждой дисциплине (модулю) практике, государственной итоговой аттестации, устанавливаются в учебном плане.

Самостоятельная работа по дисциплине (модулю), практике организуется следующим образом:

1. До начала освоения дисциплины обучающемуся необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы дисциплины (модуля), программы практики в следующем порядке:

1.1 содержание знаний, умений, навыков и (или) опыта профессиональной деятельности, которые будут сформированы в процессе освоения дисциплины (модуля), практики;

1.2 содержание конспектов лекций, размещенных в электронной информационной среде КузГТУ в порядке освоения дисциплины, указанном в рабочей программе дисциплины (модуля), практики;

1.3 содержание основной и дополнительной литературы.

2. В период освоения дисциплины обучающийся осуществляет самостоятельную работу в следующем порядке:

2.1 выполнение практических и (или) лабораторных работы и (или) отчетов в порядке, установленном в рабочей программе дисциплины (модуля), практики;

2.2 подготовка к опросам и (или) тестированию в соответствии с порядком, установленном в рабочей программе дисциплины (модуля), практики;

2.3 подготовка к промежуточной аттестации в соответствии с порядком, установленном в рабочей программе дисциплины (модуля), практики.

В случае затруднений, возникших при выполнении самостоятельной работы, обучающемуся необходимо обратиться за консультацией к педагогическому работнику. Периоды проведения консультаций

устанавливаются в расписании консультаций.

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине "Менеджмент и маркетинг", включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Для изучения дисциплины может использоваться следующее программное обеспечение:

1. Mozilla Firefox
2. Google Chrome
3. Opera
4. Yandex
5. 7-zip
6. Microsoft Windows
7. ESET NOD32 Smart Security Business Edition
8. Kaspersky Endpoint Security
9. Браузер Спутник

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине "Менеджмент и маркетинг"

Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены специальные помещения:

1. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Организации.

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

11 Иные сведения и (или) материалы

1. Образовательный процесс осуществляется с использованием как традиционных так и современных интерактивных технологий.

В рамках аудиторных занятий применяются следующие интерактивные методы:

разбор конкретных примеров;

мультимедийная презентация.

2. Проведение групповых и индивидуальных консультаций осуществляется в соответствии с расписанием консультаций по темам, заявленным в рабочей программе дисциплины, в период освоения дисциплины и перед промежуточной аттестацией с учетом результатов текущего контроля.