

**СОЧИНСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
федерального государственного автономного образовательного
учреждения высшего образования
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ ИМЕНИ ПАТРИСА ЛУМУМБЫ»**

Отделение среднего профессионального образования

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Петенко Александр Тимофеевич
Должность: Директор
Дата подписания: 02.12.2025
Уникальный программный ключ:
28acbc88a6d3ce11b5b992501f9a43df0bc7b81d

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

"Основы менеджмента и маркетинга"

(наименование дисциплины)

Освоение учебной дисциплины ведется в рамках реализации основной образовательной программы среднего профессионального образования (ОП СПО):

38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

(код и наименование специальности/профессии ОП СПО)

Квалификация:

бухгалтер

(наименование квалификации)

Сочи,
2026 г.

Вид учебной работы	Всего, ак. ч.	Семестр(-ы)					
		4	2				
Контактная (аудиторная) работа (всего)	60	60	34				
в том числе:	-	-	-	-	-	-	-
лекции (если предусмотрено)	30	30	-				
в том числе в форме практической подготовки (если предусмотрено)	-	-	-				
лабораторные занятия (если предусмотрено)	-	-	-				
в том числе в форме практической подготовки (если предусмотрено)	-	-	-				
практические занятия (если предусмотрено)	30	30	34				
в том числе в форме практической подготовки (если предусмотрено)	-	-	-				
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	12	12	4				
в том числе:	-	-	-	-	-	-	-
в форме практической подготовки (если предусмотрено)	-	-	-				
Часов на контроль:	-	-	18				
Промежуточная аттестация в форме: (зачет/дифзачет/экзамен)	-	ЗаО	Эк				
Общая трудоемкость час	72	72	56				

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.12 Основы менеджмента и маркетинга

НАИМЕНОВАНИЕ РАЗДЕЛА ДИСЦИПЛИНЫ	Вид учебной работы*	Кол-во часов
Содержание раздела (темы)		
Раздел 1. Основы менеджмента организации		31
Тема 1.1. Сущность, развитие и характерные черты современного менеджмента	Лек	4
<p>Понятие менеджмента, его содержание и место в системе социально-экономических категорий. Процесс менеджмента. Основные функции, принципы, методы в менеджменте. Управление совокупность системы скоординированных мероприятий, направленных на достижение значимых целей организаций. Управление - творческий процесс. Цели и задачи менеджмента. Роль и назначение менеджмента.</p> <p>Практические предпосылки возникновения менеджмента, его роль в развитии современного производства. Менеджмент как человеческий фактор, специальность и система. Характерные черты и стадии менеджмента. Научное управление Тейлора. Классическая теория управления. Принципы Фойоля. Школа человеческих отношений. Концепция управления с позиции науки о поведении.</p>		
Практическое занятие. Образ современного менеджера.	Пр	1

Тема 1.2. Организация и ее среда	Лек	6
<p>Системный подход в определении организации: внутренние переменные. Их характеристика и взаимосвязь. Понятие системы. Открытая и закрытая системы. Факторы среды, влияющие на организацию. Среда прямого и косвенного воздействия. Структура внутренней и внешней среды. Элементы и анализ внутренней и внешней среды организации. Социальная ответственность организации.</p> <p>Необходимость формирования системы стратегического планирования. Отличительные черты долгосрочного и стратегического планирования. Понятие «стратегии» и «тактики» в менеджменте. Процесс стратегического планирования. Роль целей в управлении организацией. Понятие миссии организации. Классификация целей. «Дерево целей» организации. Метод SWOT. Анализ стратегических альтернатив. Выбор стратегии. Управление реализацией стратегии. Оценка стратегии. Планирование. Задачи планирования. Принципы планирования. Виды планирования: по периодам планирования; по уровню планирования; по целям планирования; по содержанию. Процесс планирования. Стадии планирования. Разработка плана. Корректировка плана. Организация - основная функция менеджмента. Элементы организаций. Ограничения и условия функционирования организаций. Сущность и необходимость определения структуры управления. Основные принципы построения организационных структур. Достоинства и недостатки различных структур, эффективность их применения. Функция организации. Жизненный цикл организации.</p> <p>Сущность функции мотивации. Мотивация и критерии мотивации труда. Индивидуальная и групповая мотивация. Ступени мотивации. Потребности индивида. Формы стимулов: принуждение, материальное поощрение, моральное поощрение, самоутверждение. Первичные и вторичные потребности. Методы удовлетворения потребностей. Первоначальные теории мотивации. Содержательные теории мотивации. Теория приобретенных потребностей. Содержание контроля. Объективная основа контроля – учет и анализ. Причины отклонений. Основные вопросы регулирования. Классификация контроля по времени осуществления, по масштабам, по форме. Две формы контроля и три вида контроля. Этапы процесса контроля. Характеристика эффективного контроля. Технология процесса контроля. Необходимость контроля в организации.</p>		
<p>Практические занятия:</p> <p>1. Определение роли, места и действий менеджера в процессе управления. Составление структур управления организацией.</p> <p>2. Определение мотиваций сотрудников организации, анализ</p>	Пр	4
Тема 1.3. Принятие управленческих решений	Лек	4
<p>Сущность и классификация методов управления. Содержание методов управления. Экономическое, организационно-административное и социально-психологическое управление. Методы стратегического развития современной организации. Необходимость сочетания всех методов управления. Информационное обеспечение системы менеджмента. Улучшение условий и режима работы. Анализ участия коллектива в управлении. Виды решений. Модели и методы принятия решений. Методы прогнозирования. Логическая схема разработки решения: диагноз проблемы. Формулировка ограничений. Проблема как элемент процесса управления. Понятие процесса управления. Природа и классификация управленческих решений. Типы руководителей и методы принятия решений. Процесс принятия решений. Принципы повышения эффективности и результативности принимаемых решений. Стадии процесса принятия управленческого решения. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческого решения. Этапы и процедуры процесса принятия решений. Роль решений в менеджменте. Понятие и классификация информации. Понятие управленческой информации. Виды управленческой информации. Информационное обеспечение менеджмента. Необходимость информации в управлении. Пути совершенствования процесса обмена информацией.</p> <p>Сущность и содержание коммуникаций. Понятие коммуникационных барьеров. Виды коммуникации. Коммуникации по восходящей и нисходящей (межуровневые коммуникации). Понятие, элементы и этапы коммуникационного процесса. Межличностные и организационные коммуникации. Понятие коммуникационных сетей. Виды коммуникационных сетей. Сущность и этапы коммуникационного процесса. Основные виды коммуникаций. Коммуникационные стили и их типы. Обратная связь. Трудности в развитии коммуникаций. Пути улучшения системы коммуникаций в современной фирме.</p>		

Практические занятия 1. Анализ информационного обеспечения внутренней среды организации для определения стратегии управления. 2. Использование приемов аттракции 3. Выработка управленческого решения	Пр	2
Тема 1.4. Управление человеческими ресурсами	Лек	4
<p>Стиль руководства и факторы его формирования. Виды и совместимость стилей руководства. Связь стиля руководства и ситуации. Руководство: власть и партнерство. Влияние. Виды власти: власть, основанная на принуждении; власть, основанная на вознаграждении; законная власть (влияние через традиции); власть примера (влияние с помощью харизмы); экспертная власть. Методы влияния, их содержание. Стили руководства в управлении. Двухмерная трактовка стилей. Управленческая решетка. Имидж менеджера. Психологическая устойчивость руководителя как основа нормальной обстановки в организации. Управление человеком и управление группой. Феномен лидерства. Формальные и неформальные лидеры. Чем они отличаются и какими способами оказывают влияние на людей. Концепция эффективного лидерства. Менеджерские характеристики. Управленческие способности и ограничения.</p> <p>Управление конфликтами и стрессами в коллективе. Конфликт как органическая составляющая жизни общества и организации. Сущность и классификация конфликтов. Стадии развития конфликта. Причины конфликта и его последствия. Управление конфликтом. Природа и причина стрессов. Взаимосвязь конфликта и стресса. Позитивные и негативные стрессы. Пути предупреждения стрессовых ситуаций. Методы снятия стресса. Проведение переговоров, совещаний, бесед, встреч, выбор стиля, распределение ролей, принятие решений. Анализ проводимых мероприятий. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных переговоров. Фазы делового общения: начало беседы, передача информации, аргументирование, опровержение доводов собеседника, принятие решения. Поза, мимика, жесты, как выражение позиции человека в процессе общения. Основные моменты делового общения. Процессы делового общения. Межличностное и групповое общение. Законы и приемы делового общения. Барьеры общения и пути их устранения. Развитие делового общения и повышение его эффективности. Фазы делового общения. Правила устного распоряжения.</p>		
Практические занятия 1. Как управлять стрессом каждый день (деловая игра) 2. Анализ конфликтных ситуаций в управлении 3. Ситуационное использование стилей руководства	Пр	6
Раздел 2. Основы маркетинга организации	35	
Тема 2.1. Основные понятия и сущность маркетинга	Лек	4
<p>Социальные основы, исторические этапы формирования маркетинга. Определение маркетинга. Основные понятия маркетинга: нужда, потребность, запрос, товар, обмен, сделка, рынок. Основные виды маркетинга. Основные принципы: ориентация деятельности на рынок, дифференцированный подход к рынку, ориентация на нововведения, на длительную перспективу, внутренней политики фирмы на человека, реагирование на изменения рынка, целенаправленное воздействие на рынок, эффективное руководство. Цели маркетинга. Функции маркетинга: аналитические, производственные, сбытовые. Управленческие. Управление маркетингом, его цели, задачи. Концепция управления маркетингом. Виды маркетинговой стратегии в зависимости от рыночного спроса. Управление спросом, виды спроса, задачи маркетинга по управлению спросом</p>		
Практические занятия 1. Понятие маркетинга. Ключевые положения маркетинга 2. Процесс управления маркетингом	Пр	2
Тема 2.2. Маркетинговая информация. Сегментация рынка	Лек	2
<p>Маркетинговые исследования и информация. Принципы исследования. Направления маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система. Виды информации. Методы сбора информации. Понятие рынка. Классификация рынков. Целевой, дифференцированный и недифференцированный маркетинг. Методы сегментации. Критерии сегментации. Принципы сегментации. Выбор целевого рынка, целевого сегмента. Позиционирование товара на рынке. Внутренняя и внешняя среды маркетинга</p>		

Практические занятия 1. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации 2. Маркетинговая среда 3. Ценообразование в маркетинге	Пр	7
Тема 2.3. Жизненный цикл товара. Понятие о сбыте и участники сбыта	Лек	2
Товар и его уровни. Путь продукта до товара. Классификация товара. Разработка нового товара. Фазы жизненного цикла товаров (ЖЦТ). Кривые ЖЦТ. Разновидности ЖЦТ. Влияние рекламы на ЖЦТ. Понятие о сбыте и сбытовой политике. Роль, функции сбыта. Виды сбыта. Стратегии сбыта. Каналы сбыта и их виды. Планирование сбытовой политики. Посредники и участники каналов сбыта. Розничная торговля, оптовая торговля и другие каналы сбыта. Выбор посредников и факторы, определяющие выбор канала распределения.		
Практические занятия 1. Товар как объект маркетинга. Разработка товара 2. Потребительские рынки 3. Рынок предприятий 4. Сегментирование рынка	СР	6
Тема 2.4. Маркетинговые коммуникации. Реклама	Лек	2
Понятие маркетинговых коммуникаций и продвижения товара. Средства продвижения. Цели маркетинговых коммуникаций. Реклама: функции, виды, структура, базис рекламы. Средства рекламы. Критерии выбора канала рекламы. Виды каналов рекламы и их характеристика. Личная продажа. Стимулирование сбыта		
Практическое занятие. 1. Продвижение товаров. Стратегия коммуникаций и стимулирования	Пр	6
Тема 2.5. Управление маркетинговой деятельностью предприятия	Лек	2
Цели, функции и задачи службы маркетинга. Виды организационных структур управления маркетингом. Стратегическое планирование. Формирование стратегии маркетинга. Разработка плана маркетинга. Маркетинговая политика предприятия. Контроль маркетинговой деятельности. Правовые основы маркетинговой деятельности.		
Зачет	Пр	2
Самостоятельная работа	6	
Подготовка к практическим занятиям	СР	6

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены специальные помещения, приведенным в п 6.3 основной образовательной программы специальности.

Тип аудитории	Оснащение аудитории Специализированное учебное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
----------------------	--

- ЭБС Znanium <https://znanium.ru>
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru>
- Образовательная платформа Юрайт <https://urait.ru>
- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://mega.rudn.ru/MegaPro/Web>

2. Базы данных и поисковые системы:

- Учебный портал института <https://portal.rudn-sochi.ru/>

=====

Самостоятельная работа не предусмотрена.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины на Учебном портале.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

=====

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>Знания: сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития; методы планирования и организации работы подразделения; принципы построения организационной структуры управления; основы формирования мотивационной политики организации; особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; внешнюю и внутреннюю среду организации; цикл менеджмента; процесс принятия и реализации управленческих решений; функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; систему методов управления; методику принятия решений; стили управления, коммуникации, принципы делового общения; основные понятия маркетинга; концепцию рыночной экономики; составляющие элементы маркетинговой</p>	<p>Анализ и оценка выполнения индивидуальных заданий, расчетных работ, опрос, тематический диктант, контрольная работа, практические занятия, домашние работы, компьютерное тестирование, Взаимоконтроль и самоконтроль студентов. Полнота и грамотность подготовленных докладов, сообщений, презентаций.</p>

<p>Уметь: обрабатывать текстовую табличную информацию; использовать деловую графику и мультимедиа информацию; создавать презентации; применять антивирусные средства защиты; читать (интерпретировать) интерфейс специализированного программного обеспечения, находить контекстную помощь, работать с документацией; применять специализированное программное обеспечение для сбора, хранения и обработки бухгалтерской информации в соответствии с изучаемыми профессиональными модулями; пользоваться автоматизированными системами делопроизводства; применять методы и средства защиты бухгалтерской информации.</p>	
ОК 06.	<p>Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения</p>
<p>Знать: сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; значимость профессиональной деятельности по профессии (специальности); стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения.</p>	
<p>Уметь: описывать значимость своей профессии (специальности); применять стандарты антикоррупционного поведения.</p>	
ОК 05.	<p>Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста</p>
<p>Знать: особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений.</p>	
<p>Уметь: грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе.</p>	
ОК 04.	<p>Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде</p>
<p>Знать: психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности.</p>	
<p>Уметь: организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.</p>	
ОК 03.	<p>Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях</p>
<p>Знать: содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования.</p>	
<p>Уметь: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования.</p>	
ОК 02.	<p>Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности</p>

<p>Знать: основные методы и средства сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации; технологии поиска информации в сети Интернет; номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации.</p>	
<p>Уметь: определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска.</p>	
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
<p>Знать: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.</p>	
<p>Уметь: распознавать задачу или проблему в профессиональном или социальном контексте; анализировать задачу или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).</p>	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга»

Перечень вопросов для подготовки к занятиям и промежуточной аттестации, контрольных работ, содержание заданий для выполнения практических и самостоятельных работ, рекомендации по выполнению и критерии оценивания представлены в фонде оценочных средств по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

Оценочные средства позволяют провести текущий контроль по дисциплине. По каждому средству оценивается полнота и глубина освоения, характеризующиеся показателями и критериями оценивания

Показатель	Критерий
Пороговый (узнавание) «3»	Знает: базовые общие знания; Умеет: основные умения, требуемые для выполнения простых задач; Владеет: работает при прямом наблюдении.
Базовый (воспроизведение) «4»	Знает: факты, принципы, процессы, общие понятия в пределах области исследования; Умеет: диапазон практических умений, требуемых для решения определенных проблем в области исследования; Владеет: берет ответственность за завершение задач в исследовании, приспосабливает свое поведение к обстоятельствам в решении проблем
Высокий (компетентность) «5» max балл	Знает: фактическое и теоретическое знание в пределах области исследования с пониманием границ применимости; Умеет: диапазон практических умений, требуемых для развития творческих решений, абстрагирования проблем; Владеет: контролирует работу, проводит оценку, совершенствует действия работы

Максимальное количество баллов по каждому оценочному средству соответствует вербальному критерию «высокий».

7. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ И (ИЛИ) МАТЕРИАЛЫ

7.1 Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе обучения используются активные и интерактивные образовательные технологии (формы проведения занятий):

- лекции, фронтальные опросы, презентации и защита мини-проектов;
- кейс-стади (разбор конкретных ситуаций),
- имитационные компьютерные модели;
- организации самостоятельной учебно-познавательной деятельности (индивидуальные домашние задания).