



Министерство образования и науки Республики Казахстан  
Павлодарский государственный университет им. С.Торайгырова  
Финансово-экономический факультет  
Кафедра экономика и менеджмент

## **ПРОГРАММА ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (Syllabus)**

Основы менеджмента и Безопасность жизнедеятельности и защиты  
окружающей среды  
для студентов специальности 5В073100 «Безопасность жизнедеятельности и  
защиты окружающей среды»



**УТВЕРЖДАЮ**

Декан финансово-экономического  
факультета

\_\_\_\_\_ Т. Я. Эрнараров  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Составитель: старший преподаватель \_\_\_\_\_ Канаев Р.Р.

Кафедра \_\_\_\_\_ Отраслевая экономика \_\_\_\_\_  
(наименование кафедры)

## ПРОГРАММА ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (Syllabus)

Основы менеджмента и Безопасность жизнедеятельности и защиты окружающей  
среды

(полное наименование дисциплины по рабочему учебному плану)

для студентов \_\_\_\_\_ очной формы обучения специальности  
(форма обучения)-

---

5В073100 «Безопасность жизнедеятельности и защиты окружающей среды»  
(шифр и полное наименование специальностей)

Программа разработана на основании рабочей учебной программы, утверждённой  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Рекомендована на заседании кафедры от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Протокол № \_\_\_\_\_.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ С. Е. Сарсембекова «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Одобрена учебно-методическим советом финансово-экономического факультета  
(наименование факультета)

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. протокол № \_\_\_\_\_

Председатель УМС \_\_\_\_\_ А.Б.Темиргалиева «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

# 1. Сведения о преподавателях и контактная информация

Ф.И.О. Канаев Рустем Рамазанович

Ученая степень, звание, должность: старший преподаватель

Кафедра экономики и менеджмента находится в А корпусе (ул.Ломова 64), аудитория 523, контактный телефон 67-36-43

## 2 Данные о дисциплине

Дисциплина «Основы маркетинга и менеджмента» является дисциплиной обязательным компонентом, которая логически дополняет ряд других дисциплин. Углубленное освоение данной дисциплины позволяет слушателям, студентам освоить принципы и методы функционирования предприятий.

### 3 Трудоемкость дисциплины

Семестр	Количество кредитов	Количество контактных часов по видам аудиторных занятий						Количество часов самостоятельной работы студента		Формы контроля
		всего	лекции	практические	лабораторные	студийные	индивидуальные	всего	СРСП	
5В073100 «Безопасность жизнедеятельности и защиты окружающей среды», очная форма обучения на базе ОСО, 2010 г.п.										
5	1	15	7,5	7,5				30	7,5	экзамен

## 4 Цели и задачи дисциплины

**Цель дисциплины** – Целью курса «Основы менеджмента и маркетинга» состоит в том, чтобы дать будущим специалистам основы знаний о науке управления, теории и методологии, общие сведения о системном подходе к управлению в социальных системах, осветить основные проблемы управления и маркетинговых исследований рынка.

**Задачи дисциплины** – являются изучение вопросов:

- особенности проведения маркетинговых исследований;
- методы управления;
- определение стратегии вступления компаний на зарубежный рынок;
- основные и связующие функции менеджмента и маркетинга;
- принципы и методы организации планирования и контроля.

## 5 Требования к знаниям, умениям и навыкам

В результате изучения данной дисциплины студенты должны:

**Иметь представление:**

- о сущности маркетинга и менеджмента организаций;
- о методах исследования окружающей среды;
- о международной коммуникационной политике фирмы;
- об организации и контроле;

**знать:**

- теоретические аспекты менеджмента и маркетинга,

- основные требования, предъявляемые к современному менеджеру в области безопасности жизнедеятельности; научные подходы к управлению,
- основные и связующие функции менеджмента и маркетинга,
- методы управления,
- стили руководства,
- организационные изменения и в какой связи они находятся с изменением индивида

**уметь:**

- объяснять комплексный характер взаимодействия человека и организации;
- выбирать подходы к проектированию работ и организации с учетом складывающихся условий, в том числе по мероприятиям безопасности жизнедеятельности;
- обнаруживать многофакторное воздействие внешнего окружения на определение целей и стратегии организации в ее взаимодействии с этим окружением;
- анализировать взаимосвязи внутренних переменных организации, учитывать ситуационные различия, принимать эффективные решения и действовать с опережением - прогнозируя будущее и готовясь к нему.

## **6 Пререквизиты**

Для освоения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, приобретенные при изучении следующих дисциплин:

- 1 Социология
- 2 Мониторинг окружающей среды

## **7 Постреквизиты**

- 1 Проектирование предприятий с основами САПР
- 2 Основы проектирования и конструирования зданий и сооружений

## 8 Тематический план

Тематический план дисциплины для студентов специальности:

5В073100 «Безопасность жизнедеятельности и защиты окружающей среды»

очная на базе общего среднего образования

Год поступления – 2010

<b>ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ</b>					
<b>№ п/п</b>	<b>Наименование тем</b>	<b>Количество часов</b>			
		<b>Лек.</b>	<b>Прак.</b>	<b>Лаб.</b>	<b>СРС</b>
12 1	Введение. Маркетинг как система управления рынка. Исследование рынка	0,5			4
2	Стратегия, планирование и контроль маркетинга	1			4
3	Товарная и ценовая политика предприятий	1	1		4
4	Маркетинговая коммуникация. Международный маркетинг предприятия	1	2		4
5	Методологические основы менеджмента	1	2		4
6	Организация управления	1	2,5		3
7	Интеграционные процессы в менеджменте. Групповая динамика	1			4
8	Власть и партнерство	1			3
	<b>Итого</b>	<b>7,5</b>	<b>7,5</b>		<b>30</b>

## **9 Краткое описание дисциплины**

Содержание дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» обеспечивает формирование на научной основе эффективного применения трудовых и материальных ресурсов, дает возможность оценки конкурентноспособности, рыночных возможностей предприятия. Учебный курс направлен на изучение теоретических и методических основ менеджмента, принципов, методов, функций управления, организационных структур управления предприятиям, теорий мотивации, процесса контроля, аспектов и эффективности контроля.

## **10 Компоненты курса**

### **Содержание лекционных занятий**

#### **Введение**

Маркетинг - важнейший инструмент исследования рынка. Определение емкости рынка, его структуры с целью разработки стратегии фирм на текущий период и на перспективу. Выявление потребностей, формирование целевых рынков. Маркетинг и его социальные функции. Маркетинговая коммуникация. Возможности полного удовлетворения потребностей членов общества. Развитие производства.

Методологические, социально-экономические и психологические аспекты управления организациями. Менеджмент как система управления организацией: планирование, координация, мотивация и контроль; подготовка и реализация управленческих решений.

Методы исследования рынка, политика товародвижения и ценовая политика. Представление о тесной связи управления ресурсами и достижения результатов по сбыту продукции. Международный маркетинг.

#### **Тема 1 Маркетинг как система управления рынка. Исследование рынка.**

Сущность маркетинга. Современные понятия маркетинга. Виды маркетинга. Функции маркетинга. Окружающая среда маркетинга. Комплекс маркетинга. Содержание маркетинговых исследований: потребностей, товара и рынка. Исследование потребителей. Целевые рынки и их сегментации.

#### **Тема 2 Стратегия, планирование и контроль маркетинга**

Роль и значение стратегического планирования маркетинга. Понятие стратегии маркетинга. Виды стратегии. Сущность матрицы «Бостон консалтинг групп (БКГ), стратегической модели Портера.

Виды планов маркетинга. Взаимосвязь планирования и маркетингового контроля.

#### **Тема 3 Товарная и ценовая политика предприятий**

Понятие товара. Жизненный цикл товара. Товарное исследование. Классификация товаров. Упаковка и маркировка товара. Товарная политика предприятия. Конкурентоспособность продукции. Сущность и виды цен. Ценовая политика предприятия. Ценообразование в маркетинге.

#### **Тема 4 Маркетинговая коммуникация. Международный маркетинг предприятия**

Содержание маркетинговой коммуникации. Основные виды продвижения продукции: реклама, публицити, персональные продажи и стимулирование сбыта. Сбыт и товаропродвижение. Конкурентные позиции и преимущества фирм. Международный маркетинг предприятия.

#### **Тема 5 Методологические основы менеджмента**

Менеджмент: сущность, этапы развития. Управленческие подходы и школы. Цели и задачи менеджмента. Менеджер и его функции. Принципы и методы управления.

#### **Тема 6 Организация управления**

Функции менеджмента: планирование, организация, мотивация и контроль. Планирование как функции менеджмента. Содержание и задачи внутрифирменного планирования. Виды планов. Стратегическое планирование. Функции организации. Классификация организованных структур. Организационные структуры управления фирмами на современном этапе. Теория мотивации в менеджменте. Современные подходы к мотивации. Функции контроля в менеджменте. Управленческий контроль: формы и средства реализации.

#### **Тема 7 Интеграционные процессы в менеджменте. Групповая динамика**

Технологии менеджмента: сущность, его составляющие. Механизм принятия управленческих решений. Групповое взаимодействие в принятии решений. Коммуникации: сущность, виды и значение в менеджменте. Барьеры в коммуникационном процессе и их преодоление. Социально-психологические аспекты управления. Социальная система управления и групповая динамика. Принципы управления персоналом. Групповой подход к организации и управлению производством в зарубежных компаниях.

#### **Тема 8 Власть и партнерство**

Современные методы руководства. Теория руководства. Методы, стили управления. Конфликты: сущность, виды. Управление конфликтными ситуациями. Характеристика современного управления.

### **Наименование тем практических занятий**

#### **Тема 3 Товарная и ценовая политика предприятий**

Рассчитать цену продукции и определить метод ценообразования.

#### **Тема 4 Маркетинговая коммуникация; международный маркетинг предприятия**

Деловая игра «Разработка рекламной деятельности».

**Тема 5 Методологические основы менеджмента**  
Охарактеризовать основные подходы к управлению.

**Тема 6 Организация управления**  
Деловая игра «Создание фирмы».

### Содержание и виды самостоятельной работы студентов

#### Перечень видов СРС

№ п/п	Вид СРС	Форма отчетности	Вид контроля	Объем в часах
1	Проработка лекций		Участие на занятиях	5
2	Подготовка к практическим занятиям	Рабочая тетрадь	Участие на занятиях	8
3	Подготовка материала для обсуждения на лекционных занятиях	Конспект	Участие на занятиях	14
4	Подготовка к контрольным мероприятиям	-	РК	3
ВСЕГО				30

#### Темы, предлагаемые студентам для самостоятельного изучения

- 1 Международный маркетинг.
- 2 Целевые рынки и их сегментация
- 3 Виды планов маркетинга, Взаимосвязь планирования и маркетингового контроля.
- 4 Ценообразование в маркетинге
- 5 Международный маркетинг предприятия
- 6 Виды планов. Стратегическое планирование
- 7 Управленческие подходы и школы
- 8 Групповой подход к организации и управлению производством в зарубежных компаниях.
- 9 Теория руководства



## Календарный график контрольных мероприятий

по выполнению и сдаче заданий на СРС и работе на занятиях по дисциплине «Основы маркетинга и менеджмента» для студентов очной формы обучения специальности 5В073100 «Безопасность жизнедеятельности и защиты окружающей среды»

Недели		Макс.балл за 1 занятие	1 рейтинг								Всего
Максимальный балл			1	2	3	4	5	6	7	8	
Максимальный балл			13	13	13	13	12	12	12	12	100
Посещение и подготовка к лекциям	Вид СРС		ДЗЛ	ДЗЛ	ДЗЛ	ДЗЛ	ДЗЛ	ДЗЛ	ДЗЛ	ДЗЛ	
	Форма контроля		У	У	У	У	У	У	У	У	
	Макс.балл	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Посещение и подготовка к практическим занятиям	Вид СРС		ДЗП	ДЗП	ДЗП	ДЗП	ДЗП	ДЗП	ДЗП	ДЗП	
	Форма контроля		У	У	У	У	У	У	У	У	
	Макс.балл	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Самостоятельное изучение материала	Вид СРС		ДЗСИ	ДЗСИ	ДЗСИ	ДЗСИ	ДЗСИ	ДЗСИ	ДЗСИ	ДЗСИ	
	Форма контроля		К	К	К	К	К	К	К	К	
	Макс.балл	4 и 3	4	4	4	4	3	3	3	3	28
Текущий контроль знаний	Вид СРС				П			П			
	Форма контроля				Т1			Т2		ПК1	
	Макс.балл	10			10			10			100
Недели		Макс.балл за 1 занятие	2 рейтинг								Всего
Максимальный балл			9	10	11	12	13	14	15		
Максимальный балл			15	15	14	14	14	14	14	14	100
Посещение и подготовка к лекциям	Вид СРС		ДЗЛ	ДЗЛ	ДЗЛ	ДЗЛ	ДЗЛ	ДЗЛ	ДЗЛ		
	Форма контроля		У	У	У	У	У	У	У		
	Макс.балл	5	5	5	5	5	5	5	5		35
Посещение и подготовка к практическим занятиям	Вид СРС		ДЗП	ДЗП	ДЗП	ДЗП	ДЗП	ДЗП	ДЗП		
	Форма контроля		У	У	У	У	У	У	У		
	Макс.балл	5	4	4	4	4	4	4	4		28
Самостоятельное изучение материала	Вид СРС		ДЗСИ	ДЗСИ	ДЗСИ	ДЗСИ	ДЗСИ	ДЗСИ	ДЗСИ		
	Форма контроля		К	К	К	К	К	К	К		
	Макс.балл	6 и 5	6	6	5	5	5	5	5		37
Текущий контроль знаний	Вид СРС				П			П			
	Форма контроля				Т3			Т4		ПК2	
	Макс.балл	10			10			10			100

Условные обозначения: ДЗСИ – домашнее задание на самостоятельное изучение материала, ДЗЛ - домашнее задание на подготовку к лекциям, У – участие в учебном процессе, К – конспект, П - проверка домашнего задания в устной форме, Т- тест задания.

Рекомендован на заседании кафедры от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. Протокол№\_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ С.Е. Сарсембекова «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г.



## 11 Политика курса

В течение семестра студент обязан посещать все учебные занятия согласно учебному расписанию и графика сдачи контрольных заданий.

К каждому лекционному и практическому занятию студент должен готовиться, согласно списку основной и дополнительной литературы, и принимать активное участие в обсуждении рассматриваемого материала. Активность оценивается на основе качества выступления, участия в дискуссиях.

Самостоятельная работа студента оценивается во время проведения СРСП, баллы выставляются согласно календарному графику контрольных мероприятий и количества заданий. Задания должны выполняться в срок, установленный преподавателем.

Изучение дисциплины заканчивается экзаменом, который охватывает весь пройденный материал. Форма проведения экзамена – тестовые задания.

Оценка текущей успеваемости (ТУ) определяется по 100бальной шкале. Оценка рубежного контроля (РК) также определяется по 100 бальной шкале. К рубежному контролю допускаются студенты, имеющие баллы по текущей успеваемости. По итогам ТУ и РК определяется рейтинг (Р1 или Р2) студента по дисциплине:

$$P1(2) = TУ 1(2) * 0,7 + РК1(2) * 0,3$$

Рейтинг не определяется, если студент не прошел РК или получил по РК менее 50 баллов.

Оценка рейтинга допуска (РД) студента по дисциплине за семестр определяется как:

$$PД = \frac{(P1 + P2)}{2}$$

Итоговая оценка подсчитывается по формуле

$$И = PД \times 0.6 + Э \times 0.4$$

где

РД - цифровой эквивалент оценки рейтинга допуска

ИК – цифровой эквивалент оценки на экзамен.

В процессе совместной работы должны соблюдаться следующие правила:

- 1) преподаватель и студент должны относиться друг к другу с уважением.
- 2) обязательное посещение занятий, без опозданий. Посещаемость будет отмечаться на каждом занятии;
- 3) во время занятий отключить сотовый телефон;
- 4) отработка возможна для занятий пропущенных по уважительной причине;
- 5) все задания должны выполняться своевременно;
- 6) на занятие студенты должны приходиться подготовленными;
- 7) будьте активны на занятиях;
- 8) во время занятий не разговаривать, не читать газеты, не жевать резинку;
- 9) политика академического поведения и этики должны соответствовать правилам внутреннего распорядка университета.

## Список литературы

### Основная

- 1 Веснин В.Р. Основы менеджмента: Учеб. пособие.- М.: Гном-Пресс, 2009
- 2 Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник. 3-е изд. – М.: Банки и Биржи, ЮНИТИ, 2007
- 3 Кабушкин Н.И. Основы менеджмента: Учеб. пособие. – М.: Остожье, 2008
- 4 Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: как создать, завоевать и удержать. – М.: АСТ, 2009
- 5 Мамыров Н.К. Менеджмент и рынок: Казахстанская модель. – Алматы: Казахстан Энциклопедиясы, 2008
- 6 Мескон М.К., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 2007
- 7 Основы маркетинга: учеб, пособие. // Пер с англ. /Ф. Котлер, Г.Армстронг, Д.Сондерс, В.Вонг. – Спб: Вильямс, 2008

### Дополнительная

- 8 Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М.: ФинПресс, 2007
- 9 Друкер Р.Ф. Практика менеджмента. // Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2008
- 10 Маркетинг: учебник для вузов. /Под ред.Н.Д.Эрнашвили. – 2-е изд. – М.: Юнити-Дина. 2008
- 11 Общий менеджмент: Учеб. пособие. // А.К.Казанцева, В.С.Кабаков и др. – М.: Инфра-М. 2009
- 12 Основы менеджмента: Учеб пособие/под ред. А.А.Радугина. – М.: Центр, 2006
- 13 Панкрухин А.П. Маркетинг: учебное пособие для вузов. – М.: ИМПЭ, 2007.
- 14 Экономика предприятия Учебник для вузов (авторы И.Э. Березинов, С.А. Пикунова, Н.Н. Совченко, С.Г. Фолько) М., 2007
- 15 Экономика (под. Ред. Проф. Ковалевой А.П. и проф. Павлова М.П., Ростов на Дону), 2007