

**Министерство образования и науки Республики Казахстан**

**Павлодарский государственный университет им. С. Торайгырова**

**Кафедра экономики**  
(наименование кафедры)

## **РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА**

Дисциплины «Основы маркетинга и менеджмента» (название дисциплины)  
для студентов специальности(ей) 5В073100 «Безопасность  
жизнедеятельности и защита окружающей среды»  
(шифр и полное название специальности(ей))



**УТВЕРЖДАЮ**  
Проректор по УР  
\_\_\_\_\_ Пфейфер Н.Э.  
(подпись) (Ф.И.О.)  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Составитель: \_\_\_\_\_ ст. преподаватель Ушакова Л.П.  
(подпись) (должность, учёная степень, звание, Ф.И.О.)

Кафедра экономики  
(наименование кафедры)

## **РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА**

по дисциплине Основы маркетинга и менеджмента

(полное наименование дисциплины по рабочему учебному плану)

для студентов специальности (ей) 5В073100 Безопасность жизнедеятельности и защита окружающей среды

(шифр и полное наименование специальности)

Рабочая программа разработана на основании ТУПл \_\_\_\_\_  
(полное наименование нормативного документа)

\_\_\_\_\_ (кем и когда утвержден нормативный документ)

Обсуждена на заседании кафедры экономики от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Протокол № \_\_\_\_\_.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ С. К. Кунызова «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
(подпись) (Ф.И.О.)

Рекомендована учебно-методическим советом факультета финансово-экономического

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

Председатель УМС факультета \_\_\_\_\_ А. Б. Темиргалиева «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
(подпись) (Ф.И.О.)

Начальник УМО \_\_\_\_\_ Е. Н. Жуманкулова «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
(подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено учебно-методическим советом университета  
от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. протокол № \_\_\_\_\_.

## 1. Паспорт учебной дисциплины

**Наименование дисциплины** Основы маркетинга и менеджмента

Дисциплина обязательного компонента

### **Количество кредитов и сроки изучения**

Всего –1 кредита

Курс: 3

Семестр: 5

Всего аудиторных занятий – 45 часов

Лекции – 7,5 часов

Практические /семинарские занятия – 7,5 часов

СРС – 30 часов

в том числе СРСП – 7,5 часов

Общая трудоемкость – 22,5 часов

### **Форма контроля**

Экзамен – 5 семестр

### **Пререквизиты**

Для освоения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, приобретённые при изучении следующих дисциплин: Основы экономической теории, Утилизация и обезвреживание отходов, Промышленная санитария, гигиена и токсикология.

(название дисциплин)

### **Постреквизиты**

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины необходимы для освоения следующих дисциплин: Техника и технология защиты атмосферы, Техника и технология очистки воды, Основы химической и биологической безопасности, Основы радиационной безопасности.

(название дисциплин)

## 2. Предмет, цели и задачи

Предмет дисциплины – ознакомление студентов с основами маркетинга и менеджмента.

### **Цель преподавания дисциплины**

Основной целью дисциплины является получение основ знаний о науке управления, теории и методологии, общих сведениях о системном подходе к управлению; освещение основных проблем управления и маркетинговых исследований рынка.

### **Задачи изучения дисциплины**

– показать роль и место менеджмента и маркетинга в организации;

- изучить основные принципы, закономерности, методы и подходы к управлению;
- рассмотреть основные функции менеджмента и маркетинга, их связь и взаимодействие;
- раскрыть суть групповой динамики, руководства: власть, личное влияние, лидерство, стиль управления
- ознакомить с понятием эффективности менеджмента и маркетинга
- ознакомить с методологиями исследования рынков.

### **3. Требования к знаниям, умениям, навыкам и компетенциям**

В результате изучения данной дисциплины студенты должны: иметь представление о:

- научных подходах в менеджменте и маркетинге;
- структурных организациях;

знать:

– об основных требованиях, предъявляемых современному менеджеру в области безопасности жизнедеятельности;

– как проводятся организационные изменения и в какой связи они находятся с изменением индивида;

уметь:

– объяснить комплексный характер взаимодействия человека и организации;

– 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;

приобрести практические навыки:

- в составлении должностных инструкций, обязанностей;
- в организации исследований рынков;

быть компетентным:

– в вопросах организации производственных процессов;

– в вопросах организации планирования деятельности организации, в мотивации персонала, в осуществлении контроля.

#### 4. Тематический план изучения дисциплины

##### Распределение академических часов по видам занятий

№ п/п	Наименование тем	Количество аудиторных часов по видам занятий			СРО	
		лекции	практические (семинарские)	лабораторные студийные, индивидуальные	Всего	в том числе СРОП
1	Тема 1 Введение. Маркетинг как система управления рынка. Исследование рынка	0,5	1	-	4	1
2	Тема 2 Стратегия, планирование и контроль маркетинга	1	1	-	4	1
3	Тема 3 Товарная, ценовая политика предприятий	1	1	-	4	1
4	Тема 4 Маркетинговая коммуникация. Международный маркетинг предприятия	1	1	-	4	1
5	Тема 5 Методологические основы менеджмента	1	1	-	4	1
6	Тема 6 Организация управления	1	0,5	-	4	1
7	Тема 7 Интеграционные процессы в менеджменте. Групповая динамика	1	1	-	4	1
8	Тема 8 Власть и партнерство	1	1	-	2	0,5
	Итого	7,5	7,5	-	30	7,5

#### 5. Список литературы

Основная

- 1) Веснин В.Р Основы менеджмента: Учеб. пособие.-М.: Гном-Пресс, 1999
- 2) Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник. 3-е изд. – М.: Банки и Биржи, ЮНИТИ, 2000
- 3) Кабушкин Н.И. Основы менеджмента: Учеб. пособие.-М.: Остожье, 1999

- 4) Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: как создать, завоевать и удержать. – М.: АСТ, 2000
- 5) Мамыров Н.К. Менеджмент и рынок: Казахстанская модель. – Алматы: Казахстан энциклопедиясы, 1998
- 6) Мескон М.К., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 1992, 1994
- 7) Основы маркетинга: учебное пособие // Перевод с английского/Ф.Котлер, Г.Армстронг, Д.Сандерс, В.Вонг. – Санкт-Петербург: Вильямс, 2000  
Дополнительная
- 8) Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика.- Москва.: Фин Пресс, 2000
- 9) Друкер Р.Ф. Практика менеджмента. // перевод с английского.- Москва.: Вильямс 2000

## Лист согласования рабочей учебной программы дисциплины

Основы маркетинга и менеджмента (полное наименование дисциплины)

на 2013- 2014 учебный год

<b>ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ</b>			
<b>Выпускающая кафедра</b>	<b>Ф.И.О. заведующего кафедрой</b>	<b>Подпись</b>	<b>Дата согласования</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
ПОиЗОС	К.Арынгазин		