

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)



Первый проректор, проректор по научной
и инновационной работе

В.Г. Прокошев

» _____ 2015 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ И МЕНЕДЖМЕНТ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Направление подготовки 08.06.01 Техника и технологии строительства

Направленность (профиль) подготовки Технология и организация и строительства

Уровень высшего образования Подготовка кадров высшей квалификации

Квалификация выпускника «Исследователь. Преподаватель-исследователь»

Форма обучения очная

Год	Трудоём- кость зач. ед, час.	Лек- ции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРА, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
2	3/108	36			72	зачет
Итого	3/108	36			72	зачет

г. Владимир 2015 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины (модуля) являются ознакомление с современными методами маркетинга и менеджмента организаций. Ознакомление аспирантов с теорией и практикой управления коллективами, предприятиями маркетинговой деятельности, освоение методик сегментации рынка, ценообразования, управление конфликтами, возможность дальнейшего использования при формировании финансовых и материальных потоков.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ОПОП ВО)

Дисциплина «Маркетинг и менеджмент строительных организаций» относится к блоку Б1 и является дисциплиной по выбору.

Освоение дисциплины базируется на ранее пройденных дисциплинах («Управление качеством», «Современные проблемы экономики», «Управление качеством»).

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения программы аспирантуры у выпускника должны быть сформированы:

– **универсальные компетенции**, не зависящие от конкретного направления подготовки:

- способность к критическому анализу и оценке современных научных достижений, генерированию новых идей при решении исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях (УК-1);
- способность проектировать и осуществлять комплексные исследования, в том числе междисциплинарные, на основе целостного системного научного мировоззрения с использованием знаний в области истории и философии науки (УК-2);
- готовность участвовать в работе российских и международных исследовательских коллективов по решению научных и научно-образовательных задач (УК-3)

– **общепрофессиональные компетенции**, определяемые направлением подготовки:

- владение методологией теоретических и экспериментальных исследований в области строительства (ОПК-1);
- владение культурой научного исследования в области строительства, в том числе с использованием новейших информационно-коммуникационных технологий (ОПК-2);
- способность соблюдать нормы научной этики и авторских прав (ОПК-3);
- способностью к профессиональной эксплуатации современного исследовательского оборудования и приборов (ОПК-4);
- способность к разработке новых методов исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в области строительства (ОПК-6);
- готовность организовать работу исследовательского коллектива в области строительства (ОПК-7).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1) Знать:

- методологию теоретических и экспериментальных исследований в области строительства,

- новые методы исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в области строительства

2) Уметь:

- пользоваться нестандартными методами исследования проблем;
- соблюдать нормы научной этики и авторских прав;
- организовать работу исследовательского коллектива в области строительства

3) Владеть:

- перспективными технологиями работы с контрагентами,
- методологией теоретических и экспериментальных исследований в области строительства,
- культурой научного исследования в области строительства, в том числе с использованием новейших информационно-коммуникационных технологий,
- способность к оптимизации решений в области маркетинга и менеджмента.

В результате освоения дисциплины аспирант способен разрабатывать новые методы управления организациями

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) МАРКЕТИНГ И МЕНЕДЖМЕНТ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Год обучения	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу аспирантов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРА	
1.	Концепции маркетинга	2	4			8	реферат
2.	Сегментация рынка	2	4			8	реферат
3.	Жизненный цикл продукта	2	4			8	реферат
4.	Ценообразование	2	4			8	реферат
5.	Окружающая среда маркетинга	2	4			8	реферат
6.	Власть и лидерство	2	6			8	реферат
7.	Конфликты	2	4			8	реферат
8.	Финансовая стратегия предприятия	2	4			8	реферат
9.	Стратегический менеджмент	2	2			8	реферат
	ИТОГО:		36			72	зачет

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению подготовки реализации компетентностного подхода должно предусматриваться широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий.

Таковыми формами являются организация компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

В рамках учебного курса предусмотрены встречи с представителями российских компаний, государственных и частных компаний, мастер – классы экспертов и специалистов.

Формирование регламентированных ФГОС компетенций осуществляется при помощи проверки знаний за счет проведения зачета у аспирантов.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ АСПИРАНТОВ

Реферативные задания, самостоятельное изучение отечественных и зарубежных источников

Темы рефератов

1. Принципы сегментации рынка.
2. Виды сделок
3. Микросреда маркетинга.
4. Маркетинговые информационные системы.
5. Разновидности услуг.
6. Структуры маркетинговых служб.
7. Виды услуг.
8. Оценка финансового состояния предприятия
9. Мотивы.
10. Конфликты
11. Лидерство.
12. Отчетная документация предприятий.
13. Жизненный цикл продукта.
14. Каналы товародвижения.
15. Стили управления
16. Разрешение конфликтов.
17. Планирование и подбор персонала.
18. Определение миссии организации.
19. Ценообразование в строительстве.
20. Цены на новые товары.
21. Цены на товары сложившегося рынка.
22. Методы управления организациями.
23. Производительность труда.
24. Стратегический менеджмент.

Вопросы к зачету

1. Понятие об обмене, сделке
2. Функции и задачи маркетинга
3. Окружающая среда маркетинга
4. Сегментирование рынка

5. Выбор рабочих сегментов рынка
6. Типы маркетинга
7. Типология промышленных товаров
8. Типология потребляемых товаров
9. Услуги
10. Типы потребителей
11. Разновидности торговых посредников
12. Типы посредников
13. Типы конкурентов
14. Контактные аудитории
15. Стратегические хозяйственные подразделения
16. Цены на новые товары
17. Цены на товары сложившегося рынка
18. Ценовые линии
19. Методики ценообразования
20. Эластичная цена
21. Структуры маркетинговых служб
22. Жизненный цикл продукта
23. Организационные структуры маркетинга
24. Конфликт в организации
25. Мотивы
26. Управление конфликтом
27. Лидерство
28. Методы управления организациями
29. Планирование продукции
30. Планирование персонала
31. Оценка финансового состояния предприятия
32. Стратегический менеджмент
33. Организационные структуры предприятия
34. Стил управления
35. Потенциал предприятия
36. Власть
37. Миссия организации
38. Международный менеджмент
39. Системы учета затрат на производство

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Котлер Ф, Маркетинг от А до Я. М; Альпина Паблишер. М.: 2011, 211с..
2. Годин А. М. Маркетинг. М; Дашков и К. М.: 2014, 651 с.
3. Романов А. А. Маркетинг. М.; Дашков и К. М.: 2014, 440 с.
4. Михненко О. В., Куприянов Н. С. Менеджмент в строительстве. М.; Книжный мир. 2011, 464 с.

б) дополнительная литература:

1. Гусева М. Н. Маркетинг в строительстве. М.; Книжный мир, 2011. 320 с.
2. Маслова Е. П. Менеджмент. М.; Дашков и К, 2015, 336 с.
3. Кожухар В. М. Инновационный менеджмент. М.; Дашков и К. 2014, 292 с.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины (модуля) использованы мультимедийные средства; наборы слайдов или кинофильмов; демонстрационные приборы; при необходимости – средства мониторинга и т.д.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО (уровень подготовки кадров высшей квалификации) по направлению 08.06.01 «Техника и технологии строительства» и направленности (профилю) подготовки «Технология и организация строительства».

Рабочую программу составил проф. Б.Г. Ким _____

Рецензент(ы) Директор ОАО «Тектоника» д.т.н. Е.В. Косыгин _____

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры СП

протокол № 17 от 03.06.2015 года.

Заведующий кафедрой _____ Ким Б.Г.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 08.06.01 «Техника и технологии строительства»

Протокол № _____ от _____ года

Председатель комиссии _____ Авдеев С.Н.

(ФИО, подпись)