

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1157632	Основы менеджмента и маркетинга

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Строительство зданий, сооружений и развитие территорий	Код ОП 1. 08.03.01/33.01
Направление подготовки 1. Строительство	Код направления и уровня подготовки 1. 08.03.01

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Маврина Ирина Николаевна		старший преподаватель	Ценообразование в строительстве и промышленности

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Основы менеджмента и маркетинга

1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль «Основы менеджмента и маркетинга» направлен на изучение теоретических представлений и закономерностей функционирования строительных предприятий в рыночной экономике. Модуль готовит студентов к выполнению задач профессиональной деятельности. Цель обучения – освоение студентами теоретических знаний по анализу ситуаций на рынке строительных товаров и услуг, по выявлению сущности и содержания основных проблем в области управления строительным предприятием, прикладных знаний по формированию практических компетенций по принятию управленческих решений для эффективного использования ресурсов предприятия, проведению рыночных расчетов и применения в профессиональной деятельности приемов делового и управленческого общения.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Основы менеджмента и маркетинга	4
ИТОГО по модулю:		4

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	1. Государственная итоговая аттестация

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Основы менеджмента и маркетинга	ПК-36 - Способность проводить оценку и разрабатывать концепции инвестиционно-строительных проектов	З-5 - Изложить методологию SWOT-анализа при реализации инвестиционно-строительного проекта З-26 - Изложить принципы целеполагания, виды и методы организационного

		<p>планирования строительных предприятий исходя из специфики их деятельности</p> <p>З-27 - Соотносить методы оперативного управления основными факторами производства в строительстве</p> <p>З-28 - Объяснять принципы и основы формирования системы мотивации, стимулирования и оплаты труда персонала строительного предприятия</p> <p>З-29 - Описывать основные виды организационной структуры управления организации</p> <p>У-5 - Выявлять сильные и слабые стороны инвестиционно-строительного проекта, выявлять и оценивать возможности и угрозы его реализации</p> <p>У-26 - Идентифицировать цели деятельности строительного предприятия</p> <p>У-27 - Оценивать эффективность использования основных факторов производства в строительстве</p> <p>У-28 - Анализировать методы оценки эффективности системы материального и нематериального стимулирования в организации</p> <p>У-29 - Определять оптимальную организационную структуру управления</p> <p>У-30 - Анализировать управленческие ситуации, оценивать последствия принятых решений, организовывать процессы управления</p> <p>П-5 - Разрабатывать рекомендации по методике оценки сильных и слабых сторон инвестиционно-строительного проекта, выявлением и оценкой возможностей и угроз для его реализации</p> <p>П-26 - Осуществлять обоснованный выбор цели строительного предприятия</p> <p>П-27 - Сделать вывод о методах оперативного управления основными факторами производства в строительстве</p>
--	--	---

		<p>П-28 - Разрабатывать систему мотивации и стимулирования трудовой деятельности персонала организации</p> <p>П-29 - Предлагать оптимальную организационную структуру предприятия строительной отрасли</p> <p>П-30 - Сделать вывод о методах реализации основных управленческих функций (принятие управленческих решений, организация, мотивация и контроль)</p>
--	--	--

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Основы менеджмента и маркетинга

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Маврина Ирина Николаевна		старший преподавателе ль	Ценообразование в строительстве и промышленности

Рекомендовано учебно-методическим советом института Строительства и Архитектуры

Протокол № 1 от 31.08.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Маврина Ирина Николаевна, старший преподаватель, Ценообразование в строительстве и промышленности

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
Р-1	Менеджмент и маркетинг в системе управления строительным предприятием.	Специфика строительства как отрасли. Интенсификация строительного производства в современных условиях. Основные понятия, терминология менеджмента и маркетинга. Государственный и муниципальный уровни управления в строительстве. Взаимосвязь деятельности в сфере менеджмента и маркетинга. Развитие теорий менеджмента. Современные маркетинговые концепции. Среда предприятия. Организационные структуры управления в строительстве. Современные подходы к рационализации структур управления.
Р-2	Основные функции менеджмента.	Системы стратегического управления в строительстве. Целеполагания на строительном предприятии. Технология проведения SWOT-анализа и его применение в планировании. Выбор и реализация стратегии строительного предприятия. Управление основными факторами производства в строительстве. Процесс управления кадрами. Методы управления кадрами, особенности их использования в строительстве. Анализ качества кадрового потенциала строительного предприятия. Развитие теорий мотивации. Механизм мотивации. Управление материальными ресурсами в строительстве. Управление средствами труда в строительстве. Основные функции менеджмента и особенности их реализации в строительстве. Оперативное управление производственной деятельности строительных организаций с использованием календарных планов. Диспетчерское управление в

		<p>строительстве. Проблемы развития поточных методов в строительстве, основы поточной организации строительства, методы расчёта потоков. Введение в теорию инновации. Специфика инновационной деятельности в строительстве. Управление эффективностью бизнеса. Сравнительный анализ этапов развития и методов экономической эффективности предприятия и управления его стоимостью. Особенности применения аналитических показателей стоимостного подхода при управлении эффективностью строительного бизнеса.</p>
Р-3	Маркетинг.	<p>Сущность маркетинга. Основные подходы к исследованиям рынка. Сегментация, целевая аудитория. Критерии сегментации на потребительском и деловом рынках. Товарная политика строительного предприятия. Ценовая политика строительного предприятия. Коммуникативная политика строительного предприятия. Маркетинговый анализ: источники данных, методы и инструменты сбора и обработки информации, цели и классификация маркетинговых исследований, особенности проведения. Формирование выборки. Шкалирование. Формализация и интерпретация результатов. Маркетинговое планирование, экономическая оценка эффективности маркетинговой компании. Реагирование на факторы внешней среды. Особенности комплекса маркетинга для товаров и услуг строительной отрасли. Стратегии позиционирования строительной компании и её продукта. Брендинг в строительстве.</p>

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	<p>проектная деятельность</p> <p>целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях</p>	<p>Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности</p> <p>Технология проектного образования</p> <p>Технология самостоятельной работы</p>	ПК-36 - Способность проводить оценку и разрабатывать концепции инвестиционно-строительных проектов	<p>У-5 - Выявлять сильные и слабые стороны инвестиционно-строительного проекта, выявлять и оценивать возможности и угрозы его реализации</p> <p>У-27 - Оценивать эффективность использования основных факторов производства в строительстве</p>

				<p>П-5 - Разрабатывать рекомендации по методике оценки сильных и слабых сторон инвестиционно-строительного проекта, выявлением и оценкой возможностей и угроз для его реализации</p> <p>П-26 - Осуществлять обоснованный выбор цели строительного предприятия</p> <p>П-27 - Сделать вывод о методах оперативного управления основными факторами производства в строительстве</p> <p>П-28 - Разрабатывать систему мотивации и стимулирования трудовой деятельности персонала организации</p>
--	--	--	--	---

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы менеджмента и маркетинга

Электронные ресурсы (издания)

1. ; Финансовая стратегия предприятия: формирование и реализация: коллективная монография : монография.; Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), Ставрополь; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=466912> (Электронное издание)

2. Ушвицкий, Л. И.; Социально ориентированное управление инновационными проектами : монография.; Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), Ставрополь; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=467406> (Электронное издание)
3. Кашина, Е. В.; Проблемы эффективного управления стоимостью ресурсоемких предприятий : монография.; Сибирский федеральный университет (СФУ), Красноярск; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435686> (Электронное издание)
4. Машунин, Ю. К.; Теория управления. Математический аппарат управления в экономике : учебное пособие.; Логос, Москва; 2013; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233783> (Электронное издание)
5. , Синяева, И. М.; Маркетинг PR и рекламы : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709> (Электронное издание)
6. Минько, Э. В.; Маркетинг : учебное пособие.; Юнити, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714> (Электронное издание)
7. Иган, Д., Д., Лалаян, Е. Э.; Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114710> (Электронное издание)
8. Котлер, Ф., Ф., Суханова, М.; Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер : практическое пособие.; Альпина Паблишер, Москва; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279742> (Электронное издание)
9. Семко, , И. А.; Теория организации : учебное пособие.; Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/93011.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Леонова, Л. Б., Платонов, А. М.; Организация, нормирование и оплата труда на предприятиях строительства и жилищно-коммунального хозяйства : учебное пособие.; УГТУ-УПИ, Екатеринбург; 2009 (15 экз.)
2. Мокроносов, А. Г., Мокроносов, А. Г.; Конкуренция и конкурентоспособность : учебное пособие для студентов, обучающихся по программе бакалавриата по направлению подготовки 080400 - Управление персоналом.; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2014 (20 экз.)
3. Глухенькая, Н. М.; Исследование систем управления : учебно-методическое пособие.; УрФУ, Екатеринбург; 2012 (52 экз.)
4. Макаров, А. Ю.; Технологии эффективного управления. Записки генерального директора; Экономика, Москва; 2018 (15 экз.)
5. Бузырев, В. В., Панибратов, Ю. П., Федосеев, И. В.; Планирование на строительном предприятии : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 060800 "Экономика и упр. на предприятии стр-ва".; Академия, Москва; 2005 (31 экз.)
6. , Платонов, А. М.; Производственный менеджмент в строительстве : учебник для использования в учебном процессе образовательных организаций, реализующих программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент" (уровень бакалавриата).; УрФУ, Екатеринбург; 2016 (19 экз.)
7. Липсиц, И. В., Вигдорчик, Е. А.; Маркетинговые стратегии для российских компаний : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. "Менеджмент".; ГУ ВШЭ, Москва; 2006 (6 экз.)
8. Липсиц, И. В.; Маркетинг для топ-менеджеров; Эксмо, Москва; 2007 (10 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

ИС «Техэксперт». Режим доступа из корпоративной сети университета: <http://sk5-410-lib-te.at.urfu.ru/docs/>

Ассоциация специалистов в области управления персоналом. <https://hr-portal.ru/article/professionalnye-obedineniya-v-oblasti-upravleniya-personalom>

Гильдия маркетологов. <https://www.marketologi.ru/>

Ассоциация менеджеров России. <https://amr.ru/>

Управление Федеральной службы государственной статистики. <https://sverdl.gks.ru/>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

ИС «Техэксперт». Режим доступа из корпоративной сети университета: <http://sk5-410-lib-te.at.urfu.ru/docs/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы менеджмента и маркетинга

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство Подключение к сети Интернет	M365AppsForEnterpriseEDU ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr WinEDUA3 ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов	WinEDUA3 ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES

		<p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Периферийное устройство</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>M365AppsForEnterpriseEDU</p> <p>ShrdSvr ALNG SubsVL MVL</p> <p>PerUsr</p>
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p>	Не требуется
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Периферийное устройство</p>	Не требуется
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>WinEDUA3 ALNG SubsVL MVL</p> <p>PerUsr B Faculty EES</p> <p>M365AppsForEnterpriseEDU</p> <p>ShrdSvr ALNG SubsVL MVL</p> <p>PerUsr</p>