

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Грызлова Алена Фёдоровна Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: Ректор

Национальный открытый институт г. Санкт-Петербург

Дата подписания: 14.03.2022 15:51:38

Уникальный программный ключ:

def4c1aae4956ccb60c796114b0245db1bc83492776b2fb6b418be863d2da61311

Кафедра  
менеджмента

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

учебной дисциплины  
«Менеджмент и маркетинг»

Направление подготовки 21.03.03 «Геодезия и дистанционное зондирование»  
Направленность (профиль подготовки) «Инфраструктура пространственных данных»

Квалификация: бакалавр  
Форма обучения: заочная

Санкт-Петербург  
2021

Рабочая программа учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО (утвержден приказом № 972 Минобрнауки России от 12.08 2020) к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки бакалавра по направлению подготовки 21.03.03 «Геодезия и дистанционное зондирование» на основании учебного плана направления подготовки 21.03.03 «Геодезия и дистанционное зондирование» и профиля подготовки «Инфраструктура пространственных данных».

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры менеджмента.

Протокол № 5/21 от 13.05.2021 г.

Зав. кафедрой

\_\_\_\_\_ Гиоев Г. В.

Рабочую программу подготовил:

Никоноров В. М.

## Оглавление

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО .....	4
3. Требования к результатам освоения дисциплины.....	5
4. Структура и содержание дисциплины.....	7
5. Образовательные технологии.....	15
6. Самостоятельная работа студентов .....	15
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	16
7.1. Список основной и дополнительной литературы .....	16
7.2. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы.....	16
7.3. Перечень учебно-методических материалов, разработанных ППС кафедры .....	18
7.4. Вопросы для самостоятельной подготовки .....	18
7.5. Вопросы для подготовки к зачету.....	19
8. Методические рекомендации по изучению дисциплины .....	22
8.1. Методические рекомендации для студента .....	22
8.2. Методические рекомендации для преподавателя .....	24
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины .....	27
10. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	27
11. Согласование и утверждение рабочей программы дисциплины .....	29
12. Лист регистрации изменений .....	30
13. Лист ознакомления.....	31
Аннотация .....	32

## 1. Цели и задачи дисциплины

### Цель дисциплины

Цель изучения дисциплины – формирование базовых теоретических и практических знаний в области управления структурным подразделением или сферой деятельности, которые необходимы для профессиональной работы; формирование представлений о сущности и функциях маркетинга, места и роли его в системе рыночного хозяйствования, его практическом использовании в условиях экономической самостоятельности организаций, а также:

– формирование УК в сфере разработки и реализации проектов, в сфере командной работы и лидерства и в вопросах самоорганизации и саморазвития.

### Задачи дисциплины

Образовательные задачи дисциплины:

- усвоение системы знаний, составляющих теоретическую основу управления организацией в рыночных условиях;
- формирование навыков и умений эффективного применения знаний основ менеджмента в будущей профессиональной деятельности;
- формирование качеств менеджера, обладающего техникой управления, способностями работать в коллективе, руководить людьми, быть лидером;
- усвоение теоретических основ маркетинга как рыночной концепции управления;
- усвоение мирового опыта развития маркетинга и использование его в российских условиях.

Профессиональная задача дисциплины:

- подготовка студентов к выполнению следующих ТФ в соответствии с ПС:

ПС	ОТФ	ТФ
10.002 Специалист в области инженерно-геодезических изысканий	В Управление инженерно-геодезическими работами 6 уровень квалификации	В/01.6 Планирование отдельных видов инженерно-геодезических работ
		В/02.6 Руководство полевыми и камеральными инженерно-геодезическими работами
		В/03.6 Подготовка разделов технического отчета о выполненных инженерно-геодезических работах
10.001 Специалист в сфере кадастрового учета	А Ведение и развитие пространственных данных государственного кадастра недвижимости 6 уровень квалификации	А/01.6 Внесение в государственный кадастр недвижимости (ГКН) картографических и геодезических основ государственного кадастра недвижимости

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» (Б1.О.05) входит в число обязательных дисциплин базовой части ОПОП ВО блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана согласно ФГОС ВО для направления подготовки 21.03.03 «Геодезия и дистанционное зондирование».

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» (Б1.О.05) изучается наряду с дисциплинами: «Экономика недвижимости» (Б1.В.01), «Земельное право» (Б1.В.02), «Кадастр недвижимости и мониторинг земель» (Б1.В.10), «Исследовательская работа» (Б1.В.11).

Предшествуют освоению дисциплины: «Психология и педагогика» (Б1.В.03), «Теория управления» (Б1.В.ДВ.01.01).

Базируются на изучении дисциплины: «Преддипломная практика» (Б2.В.01).

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

Планируемые результаты обучения по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» соотнесены с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО.

Процесс изучения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» направлен на формирование следующих компетенций:

#### УК

Код УК	УК	Индикаторы достижения УК
УК-2	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1. Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними и ожидаемые результаты их решения. ИУК-2.2. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы. ИУК-2.3. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм. ИУК-2.4. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач. ИУК-2.5. Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования
УК-3	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели. ИУК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников. ИУК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого. ИУК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели. ИУК-3.5. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат
УК-6	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИУК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей. ИУК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личного развития и профессионального роста. ИУК-6.3. Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста. ИУК-6.4. Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития

#### Ожидаемые результаты:

в результате изучения дисциплины бакалавры приобретут

#### **Знания:**

- типовая структура геодезического предприятия, принципы взаимосвязи между его структурными подразделениями;

- методики разработки и принятия управленческих решений, документального их оформления;
- содержательная часть основных документов планирования специальных работ: единые нормы выработки, справочники базовых цен, сметные укрупнённые нормы и др.;
- методики решения управленческих задач: транспортная задача, теория графов и др.;
- влияние возможностей новых геодезических приборов и методик выполнения работ на нормы времени и себестоимость продукции;
- методики определения трудоёмкости выполнения специальных работ;
- методики оценки производительности труда по результатам выполнения специальных работ;
- содержательная часть документов, регламентирующих метрологическое обеспечение специальных работ;
- требования государственных стандартов в области менеджмента качества;
- совокупности исходных данных для составления планов и сметной документации.

### **Умения:**

- планировать выполнение специальных работ, адекватно составлять документы управления;
- организовывать целенаправленное и непрерывное управление производством специальных работ;
- рассчитывать объёмы специальных работ во временных и денежных единицах;
- моделировать варианты производства специальных работ с выбором оптимального решения;
- планировать производство экспериментальных и опытных работ;
- планировать и осуществлять внедрение передовых методов производства специальных работ;
- оценивать эффективность от внедрения новых методов производства специальных работ, направленных на снижение трудоёмкости и повышение производительности труда;
- планировать проведение проверок и исследований специального оборудования в соответствии с требованиями руководящих документов;
- планировать и осуществлять контроль проведения метрологической аттестации специального оборудования;
- применять требования стандартов в области менеджмента качества к конкретным структурным подразделениям организации;
- определять источники исходных данных для составления планов и сметной документации;
- учитывать влияние неблагоприятных экологических факторов при планировании производства специальных работ;
- планировать использование современных методик получения информации из материалов дистанционного зондирования и ГИС-технологий при решении конкретных задач, стоящих перед геодезической организацией.

### **Навыки**

- разработки комплекса маркетинга для принятия соответствующих управленческих решений и оценки их эффективности.
- основных приёмов маркетинга и рекламных технологий;
- организации планирования специальных работ;
- анализа эффективности производства;
- оценки эффективности топографо-геодезического производства;
- расчёта интервалов проверки и обслуживания топографо-геодезического оборудования;
- создания и контроля системы контроля качества;

- получения экологической информации.

#### 4. Структура и содержание дисциплины

##### Структура преподавания дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины «Менеджмент и маркетинг» для направления подготовки 21.03.03 «Геодезия и дистанционное зондирование» составляет 2 з.е. или 72 часа общей учебной нагрузки (табл. 1).

Таблица 1.

Структура дисциплины (для очной/заочной формы обучения)

Общая структура								
Общая трудоемкость			72/72					
Аудиторные занятия (всего)			36/12					
Лекции			14/8					
Практические занятия			22/4					
Самостоятельная работа			27/56					
Текущая аттестация			Семинар, тест, реферат					
Промежуточная аттестация			Зачет					
Тематическая структура								
№	Раздел/тема дисциплины	Семестр (курс)	Всего часов	Виды учебной нагрузки (в часах)				Форма контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа	
1	Тема 1. Введение в менеджмент. Понятие управления и организации	7(4)/8(4)	10/8	2/-	2/-	-	6/8	Семинар, тест, реферат
2	Тема 2. Функции управления	7(4)/8(4)	11/12	2/2	4/2	-	5/8	Семинар, тест, реферат
3	Тема 3. Принятие решений. Лидерство в организации	7(4)/8(4)	10/14	2/2	4/2	-	4/10	Семинар, тест, реферат
4	Тема 4. Понятие маркетинга и маркетинговой среды	7(4)/9(5)	10/12	2/2	4/-	-	4/10	Семинар, тест, реферат
5	Тема 5. Маркетинговые исследования	7(4)/9(5)	10/12	2/2	4/-	-	4/10	Семинар, тест, реферат
6	Тема 6. Виды маркетинга. Особенности геодезической деятельности	7(4)/9(5)	12/10	4/-	4/-	-	4/10	Семинар, тест, реферат
7	Промежуточная аттестация	7(4)/9(5)	9/4	-	-	-	-	Зачет
Итого			72/72	14/8	22/4	-	27/56	9/4

##### Содержание дисциплины

Содержание разделов/тем дисциплины «Менеджмент и маркетинг» представлено в табл. 2.

Таблица 2.

Содержание разделов/тем дисциплины

№	Раздел/тема дисциплины	Содержание раздела	Результат обучения, формируемые компетенции
1	Тема 1. Введение в менеджмент. Понятие управления и организации	Сущность менеджмента. Школы управления. Общие понятия о функциях управления. Уровни управления. Понятие организации. Внутренняя и внешняя среда организации. Типовая структура геодезической организации	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• типовая структура геодезического предприятия, принципы взаимосвязи между его структурными подразделениями;</li> <li>• методики разработки и принятия управленческих решений, документального их оформления;</li> <li>• содержательная часть основных документов планирования специальных работ: единые нормы выработки, справочники базовых цен, сметные укрупнённые нормы и др.;</li> <li>• методики решения управленческих задач: транспортная задача, теория графов и др.;</li> <li>• влияние возможностей новых геодезических приборов и методик выполнения работ на нормы времени и себестоимость продукции;</li> <li>• методики определения трудоёмкости выполнения специальных работ;</li> <li>• методики оценки производительности труда по результатам выполнения специальных работ;</li> <li>• содержательная часть документов, регламентирующих метрологическое обеспечение специальных работ;</li> <li>• требования государственных стандартов в области менеджмента качества;</li> <li>• совокупности исходных данных для составления планов и сметной документации.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• планировать выполнение специальных работ, адекватно составлять документы управления;</li> <li>• организовывать целенаправленное и непрерывное управление производством специальных работ;</li> <li>• рассчитывать объёмы специальных работ во временных и денежных единицах;</li> <li>• моделировать варианты производства специальных работ с выбором оптимального решения;</li> <li>• планировать производство экспериментальных и опытных работ;</li> <li>• планировать и осуществлять внедрение передовых методов производства специальных работ;</li> <li>• оценивать эффективность от внедрения новых методов производства специальных работ, направленных на снижение трудоёмкости и повышение производительности труда;</li> <li>• планировать проведение проверок и исследований специального оборудования в соответствии с требованиями руководящих документов;</li> <li>• планировать и осуществлять контроль проведения метрологической аттестации специального оборудования;</li> <li>• применять требования стандартов в области менеджмента качества к конкретным структурным подразделениям организации;</li> <li>• определять источники исходных данных для составления планов и сметной документации;</li> <li>• учитывать влияние неблагоприятных экологических факторов при планировании производства специальных работ;</li> <li>• планировать использование современных методик получения информации из материалов дистанционного зондирования и ГИС-технологий при решении конкретных задач, стоящих перед геодезической организацией.</li> </ul> <p><b>Навыки</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• разработки комплекса маркетинга для принятия соответствующих управленческих решений и оценки их эффективности.</li> </ul>



№	Раздел/тема дисциплины	Содержание раздела	Результат обучения, формируемые компетенции
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• основных приёмов маркетинга и рекламных технологий;</li> <li>• организации планирования специальных работ;</li> <li>• анализа эффективности производства;</li> <li>• оценки эффективности топографо-геодезического производства;</li> <li>• расчёта интервалов поверки и обслуживания топографо-геодезического оборудования;</li> <li>• создания и контроля системы контроля качества;</li> <li>• получения экологической информации.</li> </ul> УК-2, УК-3, УК-6
2	Тема 2. Функции управления	Цели организации. Стратегическое планирование. Управление по целям. Структуры управления. Мотивация персонала. Методы воздействия и управления. Контроль, его виды. Документы управления в геодезической организации	<b>Знания:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• типовая структура геодезического предприятия, принципы взаимосвязи между его структурными подразделениями;</li> <li>• методики разработки и принятия управленческих решений, документального их оформления;</li> <li>• содержательная часть основных документов планирования специальных работ: единые нормы выработки, справочники базовых цен, сметные укрупнённые нормы и др.;</li> <li>• методики решения управленческих задач: транспортная задача, теория графов и др.;</li> <li>• влияние возможностей новых геодезических приборов и методик выполнения работ на нормы времени и себестоимость продукции;</li> <li>• методики определения трудоёмкости выполнения специальных работ;</li> <li>• методики оценки производительности труда по результатам выполнения специальных работ;</li> <li>• содержательная часть документов, регламентирующих метрологическое обеспечение специальных работ;</li> <li>• требования государственных стандартов в области менеджмента качества;</li> <li>• совокупности исходных данных для составления планов и сметной документации.</li> </ul> <b>Умения:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• планировать выполнение специальных работ, адекватно составлять документы управления;</li> <li>• организовывать целенаправленное и непрерывное управление производством специальных работ;</li> <li>• рассчитывать объёмы специальных работ во временных и денежных единицах;</li> <li>• моделировать варианты производства специальных работ с выбором оптимального решения;</li> <li>• планировать производство экспериментальных и опытных работ;</li> <li>• планировать и осуществлять внедрение передовых методов производства специальных работ;</li> <li>• оценивать эффективность от внедрения новых методов производства специальных работ, направленных на снижение трудоёмкости и повышение производительности труда;</li> <li>• планировать проведение поверок и исследований специального оборудования в соответствии с требованиями руководящих документов;</li> <li>• планировать и осуществлять контроль проведения метрологической аттестации специального оборудования;</li> <li>• применять требования стандартов в области менеджмента качества к конкретным структурным подразделениям организации;</li> <li>• определять источники исходных данных для составления планов и сметной документации;</li> </ul>

№	Раздел/тема дисциплины	Содержание раздела	Результат обучения, формируемые компетенции
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• учитывать влияние неблагоприятных экологических факторов при планировании производства специальных работ;</li> <li>• планировать использование современных методик получения информации из материалов дистанционного зондирования и ГИС-технологий при решении конкретных задач, стоящих перед геодезической организацией.</li> </ul> <p><b>Навыки</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• разработки комплекса маркетинга для принятия соответствующих управленческих решений и оценки их эффективности.</li> <li>• основных приёмов маркетинга и рекламных технологий;</li> <li>• организации планирования специальных работ;</li> <li>• анализа эффективности производства;</li> <li>• оценки эффективности топографо-геодезического производства;</li> <li>• расчёта интервалов поверки и обслуживания топографо-геодезического оборудования;</li> <li>• создания и контроля системы контроля качества;</li> <li>• получения экологической информации.</li> </ul> <p>УК-2, УК-3, УК-6</p>
3	Тема 3. Принятие решений. Лидерство в организации	Организационные решения. Проблема и ее виды. Лидерство, влияние, власть. Стиль руководства. Порядок принятия решений при выполнении топографо-геодезических работ	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• типовая структура геодезического предприятия, принципы взаимосвязи между его структурными подразделениями;</li> <li>• методики разработки и принятия управленческих решений, документального их оформления;</li> <li>• содержательная часть основных документов планирования специальных работ: единые нормы выработки, справочники базовых цен, сметные укрупнённые нормы и др.;</li> <li>• методики решения управленческих задач: транспортная задача, теория графов и др.;</li> <li>• влияние возможностей новых геодезических приборов и методик выполнения работ на нормы времени и себестоимость продукции;</li> <li>• методики определения трудоёмкости выполнения специальных работ;</li> <li>• методики оценки производительности труда по результатам выполнения специальных работ;</li> <li>• содержательная часть документов, регламентирующих метрологическое обеспечение специальных работ;</li> <li>• требования государственных стандартов в области менеджмента качества;</li> <li>• совокупности исходных данных для составления планов и сметной документации.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• планировать выполнение специальных работ, адекватно составлять документы управления;</li> <li>• организовывать целенаправленное и непрерывное управление производством специальных работ;</li> <li>• рассчитывать объёмы специальных работ во временных и денежных единицах;</li> <li>• моделировать варианты производства специальных работ с выбором оптимального решения;</li> <li>• планировать производство экспериментальных и опытных работ;</li> <li>• планировать и осуществлять внедрение передовых методов производства специальных работ;</li> <li>• оценивать эффективность от внедрения новых методов производства специальных работ, направленных на снижение трудоёмкости и повышение производительности труда;</li> </ul>

№	Раздел/тема дисциплины	Содержание раздела	Результат обучения, формируемые компетенции
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• планировать проведение проверок и исследований специального оборудования в соответствии с требованиями руководящих документов;</li> <li>• планировать и осуществлять контроль проведения метрологической аттестации специального оборудования;</li> <li>• применять требования стандартов в области менеджмента качества к конкретным структурным подразделениям организации;</li> <li>• определять источники исходных данных для составления планов и сметной документации;</li> <li>• учитывать влияние неблагоприятных экологических факторов при планировании производства специальных работ;</li> <li>• планировать использование современных методик получения информации из материалов дистанционного зондирования и ГИС-технологий при решении конкретных задач, стоящих перед геодезической организацией.</li> </ul> <p><b>Навыки</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• разработки комплекса маркетинга для принятия соответствующих управленческих решений и оценки их эффективности.</li> <li>• основных приёмов маркетинга и рекламных технологий;</li> <li>• организации планирования специальных работ;</li> <li>• анализа эффективности производства;</li> <li>• оценки эффективности топографо-геодезического производства;</li> <li>• расчёта интервалов поверки и обслуживания топографо-геодезического оборудования;</li> <li>• создания и контроля системы контроля качества;</li> <li>• получения экологической информации.</li> </ul> <p>УК-2, УК-3, УК-6</p>
4	Тема 4. Понятие маркетинга и маркетинговой среды	Понятие маркетинга. Стратегия маркетинга. Рынок и его типы. Функции маркетинга. Комплекс маркетинга. Маркетинговая среда предприятия	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• типовая структура геодезического предприятия, принципы взаимосвязи между его структурными подразделениями;</li> <li>• методики разработки и принятия управленческих решений, документального их оформления;</li> <li>• содержательная часть основных документов планирования специальных работ: единые нормы выработки, справочники базовых цен, сметные укрупнённые нормы и др.;</li> <li>• методики решения управленческих задач: транспортная задача, теория графов и др.;</li> <li>• влияние возможностей новых геодезических приборов и методик выполнения работ на нормы времени и себестоимость продукции;</li> <li>• методики определения трудоёмкости выполнения специальных работ;</li> <li>• методики оценки производительности труда по результатам выполнения специальных работ;</li> <li>• содержательная часть документов, регламентирующих метрологическое обеспечение специальных работ;</li> <li>• требования государственных стандартов в области менеджмента качества;</li> <li>• совокупности исходных данных для составления планов и сметной документации.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• планировать выполнение специальных работ, адекватно составлять документы управления;</li> <li>• организовывать целенаправленное и непрерывное управление производством специальных работ;</li> <li>• рассчитывать объёмы специальных работ во временных и</li> </ul>

№	Раздел/тема дисциплины	Содержание раздела	Результат обучения, формируемые компетенции
			<p>денежных единицах;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• моделировать варианты производства специальных работ с выбором оптимального решения;</li> <li>• планировать производство экспериментальных и опытных работ;</li> <li>• планировать и осуществлять внедрение передовых методов производства специальных работ;</li> <li>• оценивать эффективность от внедрения новых методов производства специальных работ, направленных на снижение трудоёмкости и повышение производительности труда;</li> <li>• планировать проведение проверок и исследований специального оборудования в соответствии с требованиями руководящих документов;</li> <li>• планировать и осуществлять контроль проведения метрологической аттестации специального оборудования;</li> <li>• применять требования стандартов в области менеджмента качества к конкретным структурным подразделениям организации;</li> <li>• определять источники исходных данных для составления планов и сметной документации;</li> <li>• учитывать влияние неблагоприятных экологических факторов при планировании производства специальных работ;</li> <li>• планировать использование современных методик получения информации из материалов дистанционного зондирования и ГИС-технологий при решении конкретных задач, стоящих перед геодезической организацией.</li> </ul> <p><b>Навыки</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• разработки комплекса маркетинга для принятия соответствующих управленческих решений и оценки их эффективности.</li> <li>• основных приёмов маркетинга и рекламных технологий;</li> <li>• организации планирования специальных работ;</li> <li>• анализа эффективности производства;</li> <li>• оценки эффективности топографо-геодезического производства;</li> <li>• расчёта интервалов поверки и обслуживания топографо-геодезического оборудования;</li> <li>• создания и контроля системы контроля качества;</li> <li>• получения экологической информации.</li> </ul> <p>УК-2, УК-3, УК-6</p>
5	Тема 5. Маркетинговые исследования	<p>Маркетинг и поведение покупателей. Сегментация рынка. Параметры рынка. Жизненный цикл товара. Виды цен. Ценообразование и его методы. Средства продвижения товара на рынок. Каналы распределения товаров и их виды. Продвижение передовых технологий и информационных товаров в геодезическом производстве: спутниковых</p>	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• типовая структура геодезического предприятия, принципы взаимосвязи между его структурными подразделениями;</li> <li>• методики разработки и принятия управленческих решений, документального их оформления;</li> <li>• содержательная часть основных документов планирования специальных работ: единые нормы выработки, справочники базовых цен, сметные укрупнённые нормы и др.;</li> <li>• методики решения управленческих задач: транспортная задача, теория графов и др.;</li> <li>• влияние возможностей новых геодезических приборов и методик выполнения работ на нормы времени и себестоимость продукции;</li> <li>• методики определения трудоёмкости выполнения специальных работ;</li> <li>• методики оценки производительности труда по результатам выполнения специальных работ;</li> <li>• содержательная часть документов, регламентирующих метрологическое обеспечение специальных работ;</li> </ul>

№	Раздел/тема дисциплины	Содержание раздела	Результат обучения, формируемые компетенции
		технологий, 3D-моделей и др.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• требования государственных стандартов в области менеджмента качества;</li> <li>• совокупности исходных данных для составления планов и сметной документации.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• планировать выполнение специальных работ, адекватно составлять документы управления;</li> <li>• организовывать целенаправленное и непрерывное управление производством специальных работ;</li> <li>• рассчитывать объёмы специальных работ во временных и денежных единицах;</li> <li>• моделировать варианты производства специальных работ с выбором оптимального решения;</li> <li>• планировать производство экспериментальных и опытных работ;</li> <li>• планировать и осуществлять внедрение передовых методов производства специальных работ;</li> <li>• оценивать эффективность от внедрения новых методов производства специальных работ, направленных на снижение трудоёмкости и повышение производительности труда;</li> <li>• планировать проведение проверок и исследований специального оборудования в соответствии с требованиями руководящих документов;</li> <li>• планировать и осуществлять контроль проведения метрологической аттестации специального оборудования;</li> <li>• применять требования стандартов в области менеджмента качества к конкретным структурным подразделениям организации;</li> <li>• определять источники исходных данных для составления планов и сметной документации;</li> <li>• учитывать влияние неблагоприятных экологических факторов при планировании производства специальных работ;</li> <li>• планировать использование современных методик получения информации из материалов дистанционного зондирования и ГИС-технологий при решении конкретных задач, стоящих перед геодезической организацией.</li> </ul> <p><b>Навыки</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• разработки комплекса маркетинга для принятия соответствующих управленческих решений и оценки их эффективности.</li> <li>• основных приёмов маркетинга и рекламных технологий;</li> <li>• организации планирования специальных работ;</li> <li>• анализа эффективности производства;</li> <li>• оценки эффективности топографо-геодезического производства;</li> <li>• расчёта интервалов проверки и обслуживания топографо-геодезического оборудования;</li> <li>• создания и контроля системы контроля качества;</li> <li>• получения экологической информации.</li> </ul> <p>УК-2, УК-3, УК-6</p>
6	Тема 6. Виды маркетинга. Особенности геодезической деятельности	Виды маркетинга. Особенности управления геодезической деятельностью. Особенности оценки эффективности и экономического эффекта геодезической	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• типовая структура геодезического предприятия, принципы взаимосвязи между его структурными подразделениями;</li> <li>• методики разработки и принятия управленческих решений, документального их оформления;</li> <li>• содержательная часть основных документов планирования специальных работ: единые нормы выработки, справочники базовых цен, сметные укрупнённые нормы и др.;</li> <li>• методики решения управленческих задач: транспортная</li> </ul>

№	Раздел/тема дисциплины	Содержание раздела	Результат обучения, формируемые компетенции
		<p>деятельности. Система менеджмента качества</p>	<p>задача, теория графов и др.;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• влияние возможностей новых геодезических приборов и методик выполнения работ на нормы времени и себестоимость продукции;</li> <li>• методики определения трудоёмкости выполнения специальных работ;</li> <li>• методики оценки производительности труда по результатам выполнения специальных работ;</li> <li>• содержательная часть документов, регламентирующих метрологическое обеспечение специальных работ;</li> <li>• требования государственных стандартов в области менеджмента качества;</li> <li>• совокупности исходных данных для составления планов и сметной документации.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• планировать выполнение специальных работ, адекватно составлять документы управления;</li> <li>• организовывать целенаправленное и непрерывное управление производством специальных работ;</li> <li>• рассчитывать объёмы специальных работ во временных и денежных единицах;</li> <li>• моделировать варианты производства специальных работ с выбором оптимального решения;</li> <li>• планировать производство экспериментальных и опытных работ;</li> <li>• планировать и осуществлять внедрение передовых методов производства специальных работ;</li> <li>• оценивать эффективность от внедрения новых методов производства специальных работ, направленных на снижение трудоёмкости и повышение производительности труда;</li> <li>• планировать проведение поверок и исследований специального оборудования в соответствии с требованиями руководящих документов;</li> <li>• планировать и осуществлять контроль проведения метрологической аттестации специального оборудования;</li> <li>• применять требования стандартов в области менеджмента качества к конкретным структурным подразделениям организации;</li> <li>• определять источники исходных данных для составления планов и сметной документации;</li> <li>• учитывать влияние неблагоприятных экологических факторов при планировании производства специальных работ;</li> <li>• планировать использование современных методик получения информации из материалов дистанционного зондирования и ГИС-технологий при решении конкретных задач, стоящих перед геодезической организацией.</li> </ul> <p><b>Навыки</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• разработки комплекса маркетинга для принятия соответствующих управленческих решений и оценки их эффективности.</li> <li>• основных приёмов маркетинга и рекламных технологий;</li> <li>• организации планирования специальных работ;</li> <li>• анализа эффективности производства;</li> <li>• оценки эффективности топографо-геодезического производства;</li> <li>• расчёта интервалов поверки и обслуживания топографо-геодезического оборудования;</li> <li>• создания и контроля системы контроля качества;</li> <li>• получения экологической информации.</li> </ul>

№	Раздел/тема дисциплины	Содержание раздела	Результат обучения, формируемые компетенции
			УК-2, УК-3, УК-6

### 5. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО удельный вид занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью (миссией) программы, особенностями контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин; в целом в учебном процессе они должны составлять не менее 20 % аудиторных занятий. Используемые в процессе изучения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» образовательные технологии представлены в табл. 3.

Таблица 3.

#### Образовательные технологии

№	Раздел/тема дисциплины	Образовательные технологии
1	Тема 1. Введение в менеджмент. Понятие управления и организации	Технологии проблемного обучения. Технологии дистанционного обучения. Информационно-коммуникационные обучающие технологии. Интерактивные технологии
2	Тема 2. Функции управления	Технологии проблемного обучения. Технологии дистанционного обучения. Информационно-коммуникационные обучающие технологии. Интерактивные технологии
3	Тема 3. Принятие решений. Лидерство в организации	Технологии проблемного обучения. Технологии дистанционного обучения. Информационно-коммуникационные обучающие технологии. Интерактивные технологии
4	Тема 4. Понятие маркетинга и маркетинговой среды	Технологии проблемного обучения. Технологии дистанционного обучения. Информационно-коммуникационные обучающие технологии. Интерактивные технологии
5	Тема 5. Маркетинговые исследования	Технологии проблемного обучения. Технологии дистанционного обучения. Информационно-коммуникационные обучающие технологии. Интерактивные технологии
6	Тема 6. Виды маркетинга. Особенности геодезической деятельности	Технологии проблемного обучения. Технологии дистанционного обучения. Информационно-коммуникационные обучающие технологии. Интерактивные технологии

### 6. Самостоятельная работа студентов

Сведения по организации самостоятельной работы студентов в процессе изучения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» представлены в табл. 4.

Таблица 4.

#### Характеристика самостоятельной работы студентов

№	Раздел/тема дисциплины	Виды самостоятельной работы	Часы	Компетенции
1	Тема 1. Введение в менеджмент. Понятие управления и организации	Работа онлайн в ИОС Института, работа с учебной литературой и Интернет-ресурсами, компьютерное тестирование, написание реферата, изучение дополнительного материала	6/8	УК-2, УК-3, УК-6

№	Раздел/тема дисциплины	Виды самостоятельной работы	Часы	Компетенции
2	Тема 2. Функции управления	Работа онлайн в ИОС Института, работа с учебной литературой и Интернет-ресурсами, компьютерное тестирование, написание реферата, изучение дополнительного материала	5/8	УК-2, УК-3, УК-6
3	Тема 3. Принятие решений. Лидерство в организации	Работа онлайн в ИОС Института, работа с учебной литературой и Интернет-ресурсами, компьютерное тестирование, написание реферата, изучение дополнительного материала	4/10	УК-2, УК-3, УК-6
4	Тема 4. Понятие маркетинга и маркетинговой среды	Работа онлайн в ИОС Института, работа с учебной литературой и Интернет-ресурсами, компьютерное тестирование, написание реферата, изучение дополнительного материала	4/10	УК-2, УК-3, УК-6
5	Тема 5. Маркетинговые исследования	Работа онлайн в ИОС Института, работа с учебной литературой и Интернет-ресурсами, компьютерное тестирование, написание реферата, изучение дополнительного материала	4/10	УК-2, УК-3, УК-6
6	Тема 6. Виды маркетинга. Особенности геодезической деятельности	Работа онлайн в ИОС Института, работа с учебной литературой и Интернет-ресурсами, компьютерное тестирование, написание реферата, изучение дополнительного материала	4/10	УК-2, УК-3, УК-6

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 7.1. Список основной и дополнительной литературы

#### Основная литература

1. Овчаренко, Н. А. Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебник для бакалавров / Н. А. Овчаренко. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 162 с. - ISBN 978-5-394-04333-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232442> (дата обращения: 22.07.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л. А. Дробышева. - 5-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2019. — 150 с. - ISBN 978-5-394-02732-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093460> (дата обращения: 22.07.2021). – Режим доступа: по подписке.

#### Дополнительная литература

1. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс : учебное пособие / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - 6-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2019. - 448 с. - (Классический зарубежный учебник). - ISBN 978-5-4461-0581-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1817687> (дата обращения: 22.07.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Морозов, Ю. В. Основы маркетинга : учебное пособие / Ю. В. Морозов. — 8-е изд. — Москва : Дашков и К, 2018. — 148 с. — ISBN 978-5-394-02156-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85280.html> (дата обращения: 22.07.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей



## 7.2. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

### Лицензионные электронные ресурсы (ЭБС)

1. <http://www.iprbookshop.ru>

Электронно-библиотечная система образовательных изданий, в которой собраны электронные учебники, справочные и учебные пособия. Удобный поиск по ключевым словам, отдельным темам и отраслям знания.

2. <http://www.znaniium.com>

Электронно-библиотечная система образовательных изданий, в которой собраны электронные учебники, справочные и учебные пособия. Удобный поиск по ключевым словам, отдельным темам и отраслям знания.

3. <http://www.biblioclub.ru>

«Университетская библиотека онлайн». Интернет-библиотека, фонды которой содержат учебники и учебные пособия, периодику, справочники, словари, энциклопедии и другие издания на русском и иностранных языках. Полнотекстовый поиск, работа с каталогом, безлимитный постраничный просмотр изданий, копирование или распечатка текста (постранично), изменение параметров текстовой страницы, создание закладок и комментариев.

### Интернет-ресурсы

1. Библиотека Академии наук. – Режим доступа: <http://www.rasl.ru/>

2. Российская национальная библиотека. – Режим доступа: <http://nlr.ru/>

3. Российская государственная библиотека. – Режим доступа: <https://www.rsl.ru/>

4. «eLibrary.ru». Российская электронная библиотека. Полные тексты зарубежной и отечественной научных периодических изданий. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

5. Библиотека «Гумер» – гуманитарные науки. Коллекция книг по социальным и гуманитарным и наукам: истории, культурологии, философии, политологии, литературоведению, языкознанию, журналистике, психологии, педагогике, праву, экономике и т.д. – Режим доступа: <http://www.gumer.info/>

6. «Публичная Библиотека». Интернет-библиотека СМИ. Полные тексты периодических изданий на русском языке (традиционные и электронные СМИ, новостные ленты, блоги). – Режим доступа: <http://www.public.ru/>

7. «Мир энциклопедий». Сайт с крупнейшей подборкой самых разнообразных энциклопедий. – Режим доступа: <http://www.encyclopedia.ru/>

8. «ХРОНОС». Всемирно-историческая Интернет-энциклопедия. Сайт содержит генеалогические, хронологические и сравнительно-исторические таблицы, а также широкую базу исторических источников и именной указатель по истории России и зарубежных стран. – Режим доступа: <http://www.hrono.ru>

9. «Военная литература»: крупные монографические труды, тексты многотомных академических энциклопедий, первоисточники по военной тематике, научные статьи, примеры военной пропаганды и многое другое. – Режим доступа: <http://militera.lib.ru/>

10. Русский Биографический Словарь. В основу справочника положена выборка статей из 86-томного Энциклопедического Словаря Брокгауза и Ефрона (1890-1907) и незаконченного издателями Нового Энциклопедического Словаря (1911-1916). – Режим доступа: <http://www.rulex.ru/be.htm>

11. Британская национальная библиотека. – Режим доступа: <https://www.bl.uk>

12. Немецкая национальная библиотека. – Режим доступа: <https://www.dnb.de>

13. Национальная библиотека Франции. – Режим доступа: <https://www.bnf.fr/>

14. Европейская библиотека «Europeana». – Режим доступа: <https://www.europeana.eu/en>

15. Библиотека Конгресса США. – Режим доступа: <https://www.loc.gov/>

16. Библиотека и архив Канады. – Режим доступа: <https://www.collectionscanada.gc.ca>

17. Метапоисковая система MetaBot. – Режим доступа: <http://metabot.ru>

18. Поисковая европейская система EuroSeek. – Режим доступа: <http://www.euroseek.net>  
 19. Информационная сеть RUNNet. – Режим доступа: <http://www.runnet.ru/users/spb>  
 20. Информационная сеть NORDU.net. – Режим доступа: <http://www.nordu.net>

### 7.3. Перечень учебно-методических материалов, разработанных ППС кафедры

- Учебное пособие.
- ФОС для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине.
- Методические материалы и разработки.
- ЭОР (<https://moodle.noironline.ru/course/view.php?id=136>).

### 7.4. Вопросы для самостоятельной подготовки

Вопросы для самостоятельной подготовки по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» представлены в табл. 5.

Таблица 5.

Вопросы для самостоятельной подготовки

№	Раздел/тема дисциплины	Вопросы
1	Тема 1. Введение в менеджмент. Понятие управления и организации	<p>Понятие менеджмента.            Научная школа менеджмента.            Административная школа менеджмента.            Бюрократическая школа менеджмента.            Школы человеческих отношений.            Элементы системы управления.            Управление и его функции.            Общие и специфические функции управления.            Понятие управляющего.            Общие принципы разделения руководящего персонала.            Культура предприятия и средства ее передачи.            Понятие организации. Формальные и неформальные организации.            Внешняя среда организации и ее характеристики.            Внутренняя среда организации и ее характеристики.</p>
2	Тема 2. Функции управления	<p>Цель, миссия и стратегия организации.            Стратегическое и тактическое планирование.            Четыре уровня управления стратегиями.            Основные этапы реализации стратегии.            Линейная и линейно-штабная организационные структуры.            Функциональная и линейно-функциональная организационные структуры.            Дивизиональная организационная структура.            Проектная и матричная организационные структуры.            Структура управления подразделениями.            Делегирование, ответственность и полномочия.            Теория мотивации А. Маслоу.            Организационно-административные методы воздействия.            Экономические методы воздействия.            Социально-психологические методы управления.            Контроль как функция управления.</p>
3	Тема 3. Принятие решений. Лидерство в организации	<p>Понятия проблемы, ситуации, управленческой ситуации, решения.            Формализованные и неформализованные проблемы.            Теория решений. Определенность и неопределенность исхода.            Модели в теории игр и теории очередей. Модели управления запасами.            Модели линейного программирования и имитационного моделирования.            Лидерство, власть, влияние.            Формы власти.</p>

№	Раздел/тема дисциплины	Вопросы
4	Тема 4. Понятие маркетинга и маркетинговой среды	Понятие маркетинга. Нужда, потребность, запрос. Рынок и спрос. Основные концепции маркетинга. Рынок продавца и рынок покупателя. Функции маркетинга. Комплекс «4-Р».
5	Тема 5. Маркетинговые исследования	Факторы, влияющие на поведения потребителя. Группы потребителей. Сегментация рынка и ее принципы. Емкость рынка. Характеристика маркетинга потребительских и промышленных товаров и услуг. Жизненный цикл товара и его стадии. Отпускные, оптовые и розничные цены. Основные методы ценообразования. Противоправные действия на свободном рынке. Продвижение товара, средства продвижения. Реклама и ее виды. Каналы распределения и их виды. Типы посредников: дилеры, дистрибьюторы, комиссионеры, брокеры.
6	Тема 6. Виды маркетинга. Особенности геодезической деятельности	Виды маркетинга с точки зрения спроса. Виды маркетинга по объекту применения. Маркетинг отношений и маркетинг сделки. Стратегический и операционный маркетинг. Нестандартные виды маркетинга: сетевой, социальный, партизанский, вирусный. Особенности геодезической деятельности. Особенности оценки эффективности геодезической деятельности.

### 7.5. Вопросы для подготовки к зачету

1. Сущность и разновидности менеджмента.
2. Принципы менеджмента.
3. Роль менеджеров в организации. Требования к профессиональной компетенции менеджеров.
4. Донаучный этап развития управленческой мысли.
5. Школа научного управления.
6. Административная школа менеджмента.
7. Школы человеческих отношений и поведенческих наук.
8. Школа науки управления (количественная школа).
9. Процессный, системный и ситуационный подходы к менеджменту.
10. Развитие управленческих идей в России.
11. Особенности современного менеджмента.
12. Понятие и признаки организации как объекта управления.
13. Концепция жизненного цикла организации.
14. Внутренняя и внешняя среда бизнеса.
15. Организационная культура предприятия.
16. Законы организации.
17. Общие и конкретные функции управления, их взаимосвязь.
18. Планирование, его сущность, виды, методы и принципы.
19. Классификация целей предприятия. Требования к целям.
20. Содержание и этапы стратегического планирования.
21. Тактическое планирование и бизнес-план.
22. Понятие и принципы организации как функции менеджмента.
23. Разделение труда работников аппарата управления.
24. Организация труда в аппарате управления.

25. Управленческие полномочия и их виды. Делегирование полномочий и ответственности. Централизация и децентрализация управленческих полномочий.
26. Организационная структура управления: содержание, типы, этапы проектирования.
27. Мотивация и мотивационный механизм. Принципы мотивации.
28. Содержательные концепции мотивации.
29. Процессуальные теории мотивации.
30. Экономические методы управления.
31. Организационно-распорядительные методы управления.
32. Социально-психологические методы управления.
33. Понятие, функции и принципы контроля.
34. Виды управленческого контроля. Этапы процесса контроля.
35. Понятие и виды управленческих решений.
36. Подготовка, принятие и организация выполнения управленческих решений.
37. Методы оптимизации решений.
38. Понятие и виды управленческой информации. Требования, предъявляемые к информации. Информационная база данных.
39. Этапы обмена информацией.
40. Особенности документа как носителя информации.
41. Характеристика процесса коммуникации.
42. Способы коммуникации и коммуникационные барьеры.
43. Коммуникационные сети и их разновидности.
44. Понятие, отличительные особенности и психологическая структура личности.
45. Трудовой коллектив, его признаки и функции. Адаптация личности в коллективе.
46. Формальные и неформальные группы и управление ими.
47. Влияние и власть руководителя.
48. Классификация стилей руководства.
49. Конфликты в организации и управление ими.
50. Понятие и виды инноваций. Жизненный цикл инновации.
51. Инновационный процесс и его этапы.
52. Направления и организационные формы инновационной деятельности.
53. Процесс распространения новшеств.
54. Система управления процессом инновации.
55. Понятие и виды рисков.
56. Методы оценки и управления рисками.
57. Сущность экономической эффективности управления и факторы, влияющие на ее уровень.
58. Критерии экономической эффективности деятельности предприятия.
59. Показатели эффективности управления и подходы к их определению.
60. Маркетинг как инструмент рыночной экономики и предпринимательской деятельности в туристской индустрии: функции, задачи, принципы.
61. Концепции маркетинга: производственная, сбытовая, товарная, традиционная, социально-этическая, концепция взаимодействия.
62. Виды и формы маркетинга.
63. Виды маркетинговой информации и источники ее получения.
64. Рынок маркетинговой информации.
65. Маркетинговые информационные системы.
66. Организация и основные характеристики маркетинговых исследований.
67. Характеристика взаимодействия субъектов маркетинговой системы в процессе покупки.
68. Типы поведения покупателей.
69. Процесс принятия решения при покупке.
70. Основные группы потребителей.
71. Модели поведения конечных потребителей.

72. Понятие сегментации и ее значение в маркетинге. Требования к сегментации.
73. Разновидности сегментирования рынка. Основные принципы и критерии сегментирования потребительских рынков.
74. Понятие и выбор целевого рынка.
75. Позиционирование товаров (услуг).
76. Маркетинговые решения по новому продукту.
77. Маркетинговые решения по ценообразованию.
78. Цели и задачи ценообразования. Факторы, влияющие на ценообразование. Виды цен и особенности их применения.
79. Методы ценообразования, их выбор.
80. Алгоритм формирования базовой цены. Установление окончательной цены.
81. Ценообразование на новые продукты.
82. Маркетинговые стратегии ценовой политики.
83. Маркетинговые решения по распределению продуктов.
84. Каналы распределения товаров: назначение, уровни, организация, критерии оценки эффективности.
85. Управление каналами товародвижения.
86. Маркетинговая стратегия продвижения товара (услуги).
87. Логистические подходы в маркетинге.
88. Маркетинговые решения в системе каналов сбыта.
89. Этапы планирования сбытовой политики.
90. Вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы.
91. Стратегии сбыта.
92. Маркетинговые решения по коммуникациям. Типы, структура и цели коммуникаций предприятия.
93. Основные направления маркетинговой коммуникационной политики: реклама, «паблик рилейшнз», персональные продажи и средства стимулирования сбыта.
94. Рекламная деятельность: содержание, планирование и организация.
95. Порядок разработки и бюджет рекламы.
96. Направления и формы стимулирования продаж.
97. Сущность, среда и цели международного маркетинга.
98. Особенности организации маркетинговых исследований в международном маркетинге.
99. Стратегия и тактика проникновения на международные рынки.
100. Разработка и анализ выполнения маркетингового плана фирмы.
101. Организация маркетинговой деятельности: понятие, подходы.
102. Роль службы маркетинга на предприятии. Функции подразделений службы маркетинга.
103. Типы организационных структур службы маркетинга.
104. Маркетинговый контроль, его сущность и виды.

## 8. Методические рекомендации по изучению дисциплины

### 8.1. Методические рекомендации для студента

#### Организация самостоятельной работы студента

Самостоятельная работа студента (СРС) призвана закрепить и углубить полученные знания и навыки, подготовить его к аттестации по дисциплине «Менеджмент и маркетинг», а также сформировать знания, умения и навыки в соответствии с компетенциями изучаемой дисциплины.

Следует понимать, что СРС является одной из форм индивидуальной работы и формирует компетенции не только в сфере специальных знаний и умений, но также личностные и организационные качества будущего специалиста.

В зависимости от того, что предусмотрено РПД, могут иметь место следующие виды СРС:

- работа на сессиях вне расписания основных аудиторных занятий;
- внеаудиторные контакты с преподавателем, в том числе вебинары и онлайн консультации;
- выполнение в домашних условиях письменных работ: курсовых, контрольных и/или реферативных;
- онлайн тестирование и интерактивное взаимодействие с ЭОР дисциплины и ППС в «Moodle».

Виды заданий для СРС, их содержание и характер могут иметь вариативный и дифференцированный характер, учитывать специфику направления подготовки, рабочую программу изучаемой дисциплины, а также личностные качества студента. Основными видами заданий для СРС являются: письменная контрольная работа, реферат на заданную тему, курсовая работа, доклад на семинаре или конференции, компьютерная презентация к докладу, выпускная квалификационная работа.

В зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов, те или иные задания СРС могут осуществляться как индивидуально, так и группами студентов.

Для контроля и оценки результатов СРС могут использоваться семинарские занятия, тестирование, проверка контрольных письменных работ и/или рефератов, а также защита курсовых работ (в зависимости от того, что предусмотрено рабочей программой дисциплины) в аудиторном режиме во время сессии, в онлайн режиме, а также в интерактивном режиме в среде «Moodle». Вне зависимости от формата критериями результатов самостоятельной внеаудиторной работы студента являются:

- уровень освоения студентами учебного материала;
- умения студента использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- сформированность требуемых знаний, умений и навыков
- обоснованность четкость изложения материала и надлежащее его оформление.

В процессе контроля результатов СРС необходимо стимулировать активную познавательную деятельность и интерес к дисциплине, формировать творческое мышление, поощрять самостоятельность суждений, учить делать выводы для практической деятельности. Следует направлять внимание студентов на развитие навыков самостоятельной исследовательской работы, в первую очередь поиска и подбора необходимых теоретических положений, позволяющих адекватно решать практические задачи.

При текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации рекомендуется в качестве оценочных средств использовать тестовые задания, реализованные в интерактивной среде «Moodle», в том числе в режиме удаленного тестирования.

По мере изучения дисциплины следует постоянно накапливать в электронном виде персональные комплекты заданий и решений, формировать собственное портфолио, которое в дальнейшем может быть использовано при выполнении и защите ВКР.

### **Подготовка к лекциям и их проработка в ходе СРС**

Из расписания занятий на сессии и вводной лекции следует уяснить тематику и сроки проведения занятий по дисциплине «Менеджмент и маркетинг», а также список литературы, рекомендованной по данной дисциплине.

Прочитать материал лекции, изложенный в основной литературе, и уяснить общий характер материала, его наиболее сложные фрагменты.

В конспекте лекции отражать основное научное, теоретическое и практическое содержание дисциплины, концентрировать внимание на наиболее проблемных вопросах. Лекции, предшествующие и обеспечивающие практические занятия по соответствующим темам, должны обрабатываться наиболее тщательно и своевременно.

Необходимо активно работать в ходе лекции, развивая познавательную деятельность и формируя творческое мышление. В процессе приобретения знаний использовать противопоставления, сравнения, обобщения. В конце каждой лекции необходимо усвоить рекомендации по организации самостоятельной работы.

При обучении по заочной форме необходимо учитывать, что вопросы преподавателем излагаются кратко и оставлять больше места для пополнения конспекта при самостоятельной работе.

Сопровождаемые компьютерными презентациями лекции с использованием мультимедиа проектора желательно переписать в собственную информационную базу и использовать в процессе самостоятельной работы.

Для успешного усвоения материала в процессе самостоятельной работы необходимо использовать соответствующие ссылки на ресурсы сети «Интернет».

### **Особенности заочной формы обучения**

Студенты, обучающиеся по заочной и заочной сокращенной формам, в большинстве своем работают по специальности и имеют профильное среднее профессиональное образование. Поэтому при проведении как лекционных, так и семинарских занятий следует опираться на ранее полученные знания, умения и навыки, а также практический опыт, приобретенный в ходе работы. По сути, речь идет о развитии основополагающих компетенций, определенных ФГОС ВО.

Ограниченный объем аудиторных занятий следует максимально компенсировать в рамках самостоятельной работы. Концентрированный материал, даваемый на лекциях, в процессе выполнения заданий самостоятельной работы необходимо подкреплять работой с основной и справочной литературой.

Ввиду ограниченности во времени и особенностей производственной деятельности студентов, работающих по специальности, проверка усвоения материала и текущая аттестация осуществляются в режиме онлайн и/или в интерактивной среде «Moodle».

Прохождение практик, выполнение курсовых, контрольных работ, написание рефератов (в зависимости, от того что предусмотрено РПД), а также подготовку к семинарским занятиям целесообразно совмещать с процессом трудовой деятельности студента на базе предприятия. Для этого должно быть письменное подтверждение руководителя (начальника) организации о согласии и возможности подобного совмещения. Учитывая реальную должность студента на предприятии, подобное совмещение повышает эффективность самостоятельной работы в части освоения вариативной части дисциплины, максимального приближая достигнутые результаты к потребностям предприятия.

### **Организация работы с учебной и научной литературой в рамках СРС**

Ознакомиться со структурой рекомендуемого учебника, учебного пособия или научного издания, составить общее представление о его содержании. Ознакомиться с

содержанием и введением, определить, каким разделам и/или темам для своей будущей профессиональной деятельности необходимо уделить большее внимание.

Проработать нужные разделы, постараться понять изложенный в них материал на концептуальном уровне. Проработать с приложениями: предметным и именным указателями, указателем иностранных слов, толковым словарем. Познакомиться с содержанием врезок, в которых содержатся информация к размышлению, дополнительное чтение, фрагменты из истории становления и развития дисциплины.

Проработать с ресурсами сети «Интернет», начав с адресов, указанных в пособии и информационно-справочном разделе курса, а затем запросив информацию с других сайтов.

В назначенное время принять участие в вебинаре по соответствующей теме либо ознакомиться с ним в интерактивной среде «Moodle». Выполнить соответствующие контрольные и /или тестовые задания в интерактивной среде «Moodle», в зависимости от того, какой контроль предусмотрен РПД, проверить правильность выполнения в режиме онлайн или отправить на проверку преподавателю.

По мере продвижения вперед не забывать регулярно «оглядываться назад», повторяя содержание изученного материала и расширяя понимание содержания дисциплины с использованием сети «Интернет».

## **8.2. Методические рекомендации для преподавателя**

### **Обеспечение компетентного подхода в преподавании дисциплины**

При организации учебного процесса необходимо обеспечивать интеграцию теории и практики. Это означает формирование знаний, умений и навыков, используя различные стили обучения. Студенты должны научиться осознавать, как они чему-то научились и как можно интенсифицировать собственное обучение.

Принципы методики обучения:

- весь учебный процесс должен быть ориентирован на достижение задач, выраженных в форме компетенций, освоение которых является результатом обучения;
- формирование так называемой «области доверия» между студентами и преподавателем;
- студенты должны сознательно взять на себя ответственность за собственное обучение, что достигается созданием такой среды обучения, которая формирует эту ответственность. Для этого студенты должны иметь возможность активно взаимодействовать с преподавателем непосредственно на контактных занятиях во время учебных сессий, в онлайн режиме, а также в интерактивном режиме среды «Moodle»;
- студенту должна быть предоставлена траектория изучения дисциплины «Менеджмент и маркетинг», которая предусматривает развитие навыков самостоятельного поиска, обработки и использования информации. Необходимо отказаться от практики «трансляции знаний»;
- студенты должны иметь возможность практиковаться в освоенных компетенциях, используя реальные приборы и инструменты в процессе прохождения практик и написания курсовых работ, а также виртуальные компьютерные тренажеры и/или симуляторы;
- студентам должна быть предоставлена возможность развивать компетенцию, которая получила название «учиться тому, как нужно учиться», иными словами, нести ответственность за собственное обучение и его результаты;
- индивидуализация учебного процесса: предоставление каждому обучающемуся возможность осваивать компетенции в индивидуальном темпе.

Планируя организацию учебного процесса и методы, следует всегда помнить, что студенты запоминают 20 % услышанного, 40 % увиденного, 60 % увиденного и услышанного, 80% увиденного, услышанного и сделанного нами самими.



## **План изучения курса**

Текущая работа преподавателя складывается из следующих основных этапов: подготовка материалов, проведение аудиторных занятий, проведение вебинаров в онлайн режиме, работа в интерактивном режиме в среде «Moodle».

Подготовка материалов предполагает:

- периодическое обновление авторских лекционных курсов, электронных курсов лекций и сопутствующих им комплектов презентаций, чтобы обеспечить актуальность информации и ее соответствие требованиям ФГОС ВО, ОПОП ВО, РУП и РПД, а также формам и техническим средствам, используемым для организации учебного процесса по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»;
- подготовку учебных материалов для проведения лекций, семинарских занятий, вебинаров, текущей аттестации, а также учебных материалов для прохождения студентами практик и выполнения ими курсовых, контрольных и/или реферативных работ, предусмотренных РПД;
- подготовку учебных и методических материалов для проведения семинарских занятий, выполнения письменных контрольных работ, написания рефератов, прохождения студентами компьютерного тестирования и практик, в зависимости от того, что предусмотрено РПД;
- подготовку и размещение учебных материалов в ЭОР в интерактивной среде «Moodle».

Изложение преподавателем лекционного материала в аудиторном режиме и в онлайн режиме вебинара должно сопровождаться комплектом презентаций, используя необходимое материально-техническое оснащение, предусмотренное для дисциплины «Менеджмент и маркетинг».

Поскольку при заочной форме обучения основной акцент делается на самостоятельном изучении дисциплины, особое внимание преподавателю необходимо уделить организации и планированию СРС, используя ИОС Института, ЭБС и ЭОР.

Мощной технологией, позволяющей хранить и передавать основной объём изучаемого материала, являются электронные учебники и справочники, доступ к которым обеспечивается студентам при работе с ЭБС. Индивидуальная работа студента с ними обеспечивает глубокое усвоение и понимание материала. Дополнение возможностей ЭБС ЭОР интерактивной среды «Moodle» обеспечивает индивидуальную траекторию освоения студентами дисциплины в рамках РПД.

## **Лекции**

Лекции, в том числе размещенные в интерактивной среде «Moodle», должны:

- давать систематизированные основы научных знаний по дисциплине;
- раскрывать взаимосвязь дисциплины «Менеджмент и маркетинг» со смежными дисциплинами, предусмотренными учебным планом по направлению подготовки;
- раскрывать состояние и перспективы теоретического и практического развития дисциплины как области знаний;
- концентрировать внимание студентов на наиболее сложных и узловых вопросах и проблемах дисциплины.

Изложение лекций должно носить традиционный или проблемный стиль: ставить вопросы и предлагать подходы к их решению. Необходимо стимулировать активную познавательную деятельность и интерес к дисциплине, формировать творческое мышление. Прибегать к противопоставлениям и сравнениям, использовать обобщение в процессе обучения. Активировать внимание обучаемых путём постановки проблемных вопросов. Стимулировать их мыслительную деятельность, раскрывая взаимосвязи между различными явлениями, указывая на существующие противоречия.

Лекционный курс в аудиторном и интерактивном режимах должен активно использовать презентации, чтобы лекционный материал, представленный в 3D-формате, более адекватно воспринимался и усваивался студентами.

Курс лекций целесообразно дополнить учебным пособием, подготовленным ППС кафедры.

### **Практические (семинарские) занятия**

Цель проведения семинарских занятий – научить студентов применять методологию и теоретические положения изучаемой дисциплины в будущей практической деятельности согласно своему направлению подготовки. Семинарские занятия обеспечивают контроль уровня усвоения материала и готовят студентов к промежуточной аттестации по дисциплине.

Методика проведения семинарских занятий должна способствовать усвоению знаний, выработке умений и навыков в соответствии с компетенциями ФГОС ВО, предусмотренными для дисциплины.

На семинарских занятиях студенты должны осваивать как методики, концепции и технологии, актуальные в их будущей профессиональной деятельности, так и новейшие разработки, появление которых планируется в ближайшие годы.

Студентов нужно учить не только стандартным процедурам, но и в большей степени поисковой деятельности в процессе решения практических задач. В поисковых задачах целесообразно разумно сочетать традиционные и проблемные методы обучения.

### **Письменные контрольные работы и рефераты**

Выполнение домашних письменных контрольных работ и/или рефератов, в зависимости от того, что предусмотрено РПД, является составной частью СРС студентов в процессе освоения учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг».

Написание рефератов осуществляется в часы вариативной части СРС, реферат составляет часть портфолио студента. Реферат выполняется в процессе освоения дисциплины и планируется к использованию при написании ВКР. В данном случае реализуется комплексный междисциплинарный подход к обучению, тесно увязывая содержание реферата с ГИА и практической производственной деятельностью студента. Работа над рефератом предполагает использование знаний, полученных в ходе изучения данной дисциплины и смежных с ней дисциплин, изучение основной и дополнительной литературы, использование ресурсов сети «Интернет», а также знаний, полученных в ходе прохождения практик и профессиональной деятельности.

Написание студентами рефератов регламентируется методическими указаниями, которые содержат:

- тематику рефератов по данной дисциплине;
- технические и содержательные требования к рефератам;
- требования к оформлению рефератов;
- списки рекомендуемой литературы и ресурсов сети «Интернет».

В зависимости, от того что предусмотрено РПД, домашняя письменная контрольная работа может быть сформирована как реферативная или как расчетная. Расчетная работа предполагает отдельное учебно-методическое пособие (задачник) для студентов, обучающихся по данному направлению подготовки. В задачнике приведены задания для решения задач, предусмотренных по дисциплине, описан порядок решения и даны образцы оформления.

Письменная контрольная работа, как реферативная, так и расчетная, оформляется в электронном виде и загружается для проверки в интерактивную систему «Moodle».

### **Учебные практики и производственная практика**

Необходимость и степень использования учебных материалов данной дисциплины при прохождении учебных практик, предусмотренных РУП по направлению подготовки бакалавров, регламентируется программами соответствующих практик и методическими указаниями по их выполнению.

При прохождении производственной практики и последующем написании ВКР использование портфолио студента (в части содержащихся в нем учебных результатов изучения данной дисциплины) зависит от выбранной студентом тематики. Необходимость и степень использования учебных материалов данной дисциплины регламентируется методическими указаниями по выполнению производственной практики и методическими указаниями по написанию ВКР по направлению подготовки.

## **9. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

- ИОС Института: учебный портал, интерактивная система «Moodle», ЭБС, ЭОР.
- Учебные аудитории, оснащенные ТСО, необходимыми для проведения вебинаров и практических (семинарских) занятий в интерактивном режиме.
- Аудитории, оснащенные мультимедийным оборудованием для демонстрации презентаций и видеопроодукции.
- Компьютерные классы для прохождения текущей аттестации по дисциплине в режиме онлайн тестирования.

## **10. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

При необходимости РПД может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение (освещенность должна составлять не менее 300 лк);
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачет проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачет проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - экзамен и зачет проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети «Интернет» для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, библиотека и иные помещения для обучения должны быть оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройства для сканирования и чтения с камерой «SARA CE»;
  - дисплеи Брайля «PAC Mate 20»;
  - принтеры Брайля «EmBraille ViewPlus»;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированные рабочие места для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижные, регулируемые эргономические парты СИ-1;
  - компьютерная техника со специальным программным обеспечением.

## 11. Согласование и утверждение рабочей программы дисциплины

Рабочая программа учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг» разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО (утвержден приказом № 972 Минобрнауки России от 12.08 2020) к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки бакалавра по направлению подготовки 21.03.03 «Геодезия и дистанционное зондирование» на основании учебного плана направления подготовки 21.03.03 «Геодезия и дистанционное зондирование» и профиля подготовки «Инфраструктура пространственных данных».

Автор программы – Никоноров В. М.

05.04.2021 г.  
(дата)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры менеджмента

Протокол № 5/21 от 11.05.2021 г.

Зав. кафедрой

\_\_\_\_\_ Гиоев Г. В.

Декан факультета

\_\_\_\_\_ Пресс И. А.

**Согласовано**

Проректор по учебной  
работе

\_\_\_\_\_ Тихон М. Э.

## 12. Лист регистрации изменений

Номер изменения	Дата	Страницы с изменениями	Перечень и содержание откорректированных разделов программы
1	01.08.2021	16-18	7.1, 7.2

### 13. Лист ознакомления

<b>Фамилия, инициалы</b>	<b>Должность</b>	<b>Дата</b>

## Аннотация

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» (Б1.О.05) реализуется кафедрой экономики.

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» (Б1.О.05) входит в число обязательных дисциплин базовой части ОПОП ВО блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана согласно ФГОС ВО для направления подготовки 21.03.03 «Геодезия и дистанционное зондирование».

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е.

### Цель дисциплины

Цель изучения дисциплины – формирование базовых теоретических и практических знаний в области управления структурным подразделением или сферой деятельности, которые необходимы для профессиональной работы; формирование представлений о сущности и функциях маркетинга, места и роли его в системе рыночного хозяйствования, его практическом использовании в условиях экономической самостоятельности организаций, а также:

– формирование УК в сфере разработки и реализации проектов, в сфере командной работы и лидерства и в вопросах самоорганизации и саморазвития.

### Задачи дисциплины

Образовательные задачи дисциплины:

- усвоение системы знаний, составляющих теоретическую основу управления организацией в рыночных условиях;
- формирование навыков и умений эффективного применения знаний основ менеджмента в будущей профессиональной деятельности;
- формирование качеств менеджера, обладающего техникой управления, способностями работать в коллективе, руководить людьми, быть лидером;
- усвоение теоретических основ маркетинга как рыночной концепции управления;
- освоение мирового опыта развития маркетинга и использование его в российских условиях.

Профессиональная задача дисциплины:

- подготовка студентов к выполнению следующих ТФ в соответствии с ПС:

ПС	ОТФ	ТФ
10.002 Специалист в области инженерно-геодезических изысканий	В Управление инженерно-геодезическими работами 6 уровень квалификации	В/01.6 Планирование отдельных видов инженерно-геодезических работ
		В/02.6 Руководство полевыми и камеральными инженерно-геодезическими работами
		В/03.6 Подготовка разделов технического отчета о выполненных инженерно-геодезических работах
10.001 Специалист в сфере кадастрового учета	А Ведение и развитие пространственных данных государственного кадастра недвижимости 6 уровень квалификации	А/01.6 Внесение в государственный кадастр недвижимости (ГКН) картографических и геодезических основ государственного кадастра недвижимости



Планируемые результаты обучения по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» соотнесены с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО.

Процесс изучения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» направлен на формирование следующих компетенций:

### УК

Код УК	УК	Индикаторы достижения УК
УК-2	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1. Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними и ожидаемые результаты их решения. ИУК-2.2. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы. ИУК-2.3. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм. ИУК-2.4. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач. ИУК-2.5. Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования
УК-3	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели. ИУК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников. ИУК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого. ИУК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели. ИУК-3.5. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат
УК-6	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИУК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей. ИУК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста. ИУК-6.3. Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста. ИУК-6.4. Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития

### Ожидаемые результаты:

в результате изучения дисциплины бакалавры приобретут

#### **Знания:**

- типовая структура геодезического предприятия, принципы взаимосвязи между его структурными подразделениями;
- методики разработки и принятия управленческих решений, документального их оформления;
- содержательная часть основных документов планирования специальных работ: единые нормы выработки, справочники базовых цен, сметные укрупнённые нормы и др.;
- методики решения управленческих задач: транспортная задача, теория графов и др.;

- влияние возможностей новых геодезических приборов и методик выполнения работ на нормы времени и себестоимость продукции;
- методики определения трудоёмкости выполнения специальных работ;
- методики оценки производительности труда по результатам выполнения специальных работ;
- содержательная часть документов, регламентирующих метрологическое обеспечение специальных работ;
- требования государственных стандартов в области менеджмента качества;
- совокупности исходных данных для составления планов и сметной документации.

#### **Умения:**

- планировать выполнение специальных работ, адекватно составлять документы управления;
- организовывать целенаправленное и непрерывное управление производством специальных работ;
- рассчитывать объёмы специальных работ во временных и денежных единицах;
- моделировать варианты производства специальных работ с выбором оптимального решения;
- планировать производство экспериментальных и опытных работ;
- планировать и осуществлять внедрение передовых методов производства специальных работ;
- оценивать эффективность от внедрения новых методов производства специальных работ, направленных на снижение трудоёмкости и повышение производительности труда;
- планировать проведение проверок и исследований специального оборудования в соответствии с требованиями руководящих документов;
- планировать и осуществлять контроль проведения метрологической аттестации специального оборудования;
- применять требования стандартов в области менеджмента качества к конкретным структурным подразделениям организации;
- определять источники исходных данных для составления планов и сметной документации;
- учитывать влияние неблагоприятных экологических факторов при планировании производства специальных работ;
- планировать использование современных методик получения информации из материалов дистанционного зондирования и ГИС-технологий при решении конкретных задач, стоящих перед геодезической организацией.

#### **Навыки**

- разработки комплекса маркетинга для принятия соответствующих управленческих решений и оценки их эффективности.
- основных приёмов маркетинга и рекламных технологий;
- организации планирования специальных работ;
- анализа эффективности производства;
- оценки эффективности топографо-геодезического производства;
- расчёта интервалов проверки и обслуживания топографо-геодезического оборудования;
- создания и контроля системы контроля качества;
- получения экологической информации.