

Министерство образования и науки Республики Казахстан
Карагандинский государственный технический университет

«Утверждаю»
Председатель Ученого совета,
ректор, академик НАН РК
Газалиев А.М.

« ____ » _____ 2013 г.

**ПРОГРАММА ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ СТУДЕНТА
(SYLLABUS)**

Дисциплина ММ 2206 «Менеджмент и маркетинг»

Специальность 5В090800 – «Оценка»

Факультет – «Экономики и менеджмента»

Кафедра – «Менеджмент предприятия»

Предисловие

Программа обучения по дисциплине для студента (syllabus) разработана:
ст. преподавателем кафедры - Аубакировой М.А.

Обсуждена на заседании кафедры «Менеджмент предприятия»

Протокол № _____ от « ____ » _____ 2013 г.

Зав. кафедрой _____ « ____ » _____ 2013 г.

(подпись)

Одобрена методическим бюро института экономики

Протокол № _____ от « ____ » _____ 2013 г.

Председатель _____ « ____ » _____ 2013 г.

(подпись)

Согласована с кафедрой «Экономика предприятия»

Зав. кафедрой _____ « ____ » _____ 2012 г.

(подпись)

Сведения о преподавателе и контактная информация

Аубакирова М.А, ст. преподаватель

Кафедра Менеджмент предприятий находится в 4 корпусе КарГТУ (Б.Мира, 56), аудитория 224, контактный телефон 56-75-94 (2036)

Трудоемкость дисциплины

Семестр	Количество кредитов	Вид занятий					Количество часов СРС	Общее количество часов	Форма контроля
		количество контактных часов			количество часов СРСП	всего часов			
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия					
3	3	30	15	-	45	90	45	135	Экзамен Курсовая работа

Характеристика дисциплины

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» входит в цикл базовых дисциплин, обязательного компонента. Предназначена для подготовки студентов обучающихся по специальности 5В050908 «Оценка».

Цель дисциплины

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» ставит целью усвоение теоретических знаний о менеджменте и маркетинге, формирование у себя тактических навыков и умений по применению средств и методов менеджмента и маркетинга в практической деятельности фирм и компаний.

Задачи дисциплины

Задачи дисциплины следующие: формирование у обучающихся четкое и полное представление о менеджменте и маркетинге как: науке и искусстве; целостной системе организации управления развитием фирм и компаний; деятельности, о процесс управления, планирования и контроля маркетинга, направленной на выработку эффективной стратегической программы с целью достижения высоких коммерческих результатов,

В результате изучения данной дисциплины студенты должны:

иметь представление:

- методологических основах менеджмента;
- технологии менеджмента;
- фирмах и аспектах управления ими;
- связующих процессах в менеджменте;
- эволюции концепций маркетинга;
- отличии маркетинговой ориентации предприятия от производственно – сбытовой политики;
- модели маркетинга;
- основных целях и принципах маркетинга;
- вопросах управления и организации маркетинговой деятельности.

знать:

- сущность менеджмента; цели, задачи, концепции, стадии менеджмента; современные подходы к управлению; принципы, методы и функции процесса управления;
- типы менеджмента: административное управление; стратегический менеджмент; производственный менеджмент; инновационный менеджмент; управление маркетингом; менеджмент персонала;
- факторы внутренней и внешней среды фирм;
- составляющие коммуникационного процесса; межличностные коммуникации; организационные коммуникации;
- основы принятия управленческих решений; факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений; модели и методы принятия решений;

уметь:

- проводить анализ и давать оценку существующей системе управления предприятием;
- разрабатывать рациональную структуру управления предприятием; определять оптимальную численность работников аппарата управления;
- своевременно принимать обоснованные и компетентные управленческие решения;
- вовремя проявлять предприимчивость, владеть ситуацией на рынках, проявлять инициативу и активно перераспределять ресурсы фирмы в наиболее выгодные сферы деятельности;
- управлять людьми;
- применять основные понятия, принципы, методы маркетинговой деятельности для анализа и решения проблем в конкретной экономической ситуации;
- проводить сегментирование рынка по различным принципам и позиционирование товара, услуги;
- приобрести практические навыки:
 - формирования новой и совершенствования имеющейся структуры управления предприятием;
 - решения хозяйственных ситуаций;
 - эффективного использования принципов и методов менеджмента;
 - в области планирования, организации, мотивации и контроля деятельности предприятия;
 - определения эффективности управления производством.
- по проведению конкретного маркетингового исследования по интересующей проблеме с предоставлением краткого отчета по нему;
- по разработке комплекса маркетинга применительно к конкретному товару или услуге.

Пререквизиты

Для изучения данной дисциплины необходимо усвоение следующих дисциплин (с указанием разделов (тем)):

Дисциплина	Наименование разделов (тем)
1. Экономическая теория	Основные понятия и категории экономической теории, их место в системе производственных отношений Основные организационные формы и цели предпринимательства
2. Микроэкономика	Теория поведения потребителя. Теория поведения производителя Стратегическое поведение фирм. Социальное партнерство в трудовых отношениях – эффективное средство развития рыночной экономики

Постреквизиты

Знания, полученные при изучении дисциплины «Менеджмент и маркетинг», используются при освоении следующих дисциплин: «Макроэкономика», «Государственное регулирование экономики», «Экономика предприятия», «Предпринимательство».

Тематический план дисциплины

Наименование раздела, (темы)	Трудоемкость по видам занятий, ч.				
	лекции	практические	лабораторные	СРСП	СРС
1. Менеджер в современном мире. Эволюция теории управления.	4	3	-	5	5
2. Внутренняя и внешняя среда организации	3	1	-	4	4
3. Связующие процессы. Коммуникация. Принятие решений.	3	2	-	4	4
4. Стратегическое планирование.	3	1	-	4	4
5. Мотивация и контроль.	2	1	-	4	4
6. Руководство и лидерство. Управление конфликтами, изменениями и стрессами	3	1	-	4	4
7. Делегирование и природа полномочий. Построение организации	3	2	-	4	4
8. Продукт и его конкурентоспособность.	2	1	-	4	4
9. Планирование маркетинга.	3	2	-	4	4
10. Организационный план	2	1	-	4	4
11. План риска.	2	1	-	4	4
ИТОГО:	30	15	0	45	45

Перечень практических (семинарских) занятий

1. Менеджер в современном мире.
2. Эволюция теории управления.
3. Внутренняя и внешняя среда организации
4. Связующие процессы. Коммуникация.
5. Принятие решений.
6. Стратегическое планирование.
7. Мотивация и контроль.
8. Руководство и лидерство.
9. Управление конфликтами, изменениями и стрессами
10. Делегирование и природа полномочий.
11. Построение организации
12. Продукт и его конкурентоспособность.
13. Планирование маркетинга.
14. Организационный план
15. План риска.

Тематика курсовых проектов (работ)

1. Разработка бизнес-плана и его необходимость в рыночных условиях.
2. Роль и значение планирования деятельности фирмы в рыночных условиях.
3. Организационная структура фирмы и норма управления.
4. Инновационная политика и управления научно-техническим прогрессом.
5. Анализ и перспектива развития коммуникационных связей в организации.
6. Использование малых форм организации НТП в инновационном механизме Казахстана.
7. Менеджмент как вид деятельности и система управления.
8. Интеграция экономических интересов и социальной ответственности предприятия.
9. Экономические методы управления в менеджменте.
10. Разработка и выбор управленческих решений в условиях неопределенности и риска.
11. Управление рисками в организации.
12. Информационное обеспечение менеджмента.
13. Эффективность решений и ответственность за их принятие и реализацию.
14. Организация коммерческой деятельности на предприятии.
15. Разновидности стиля руководства и факторы его формирования.
16. Стратегический выбор нововведения и методы его оценки на предприятии.
17. Стратегические направления развития менеджмента в Казахстане.
18. Индикативное планирование социально-экономического развития Республики Казахстан.

19. Распределение и делегирование полномочий и ответственности в системе менеджмента.
20. Маркетинг как функция менеджмента.
21. Стратегическое управление в фирмах США.
22. Зарубежный опыт создания и развития малых предприятий.
23. Системный подход к управлению операциями.
24. Основные направления выработки стратегии поведения фирмы на рынке.
25. Управление рыночной инфраструктурой в Казахстане.
26. Эволюция менеджмента и основные направления ее развития.
27. Системный подход в управлении экономикой переходного периода.
28. Японский опыт управления рыночной экономикой.
29. Система управления мотивацией поведения в процессе трудовой деятельности.
30. Стратегия выхода предприятия на внешний рынок.
31. Особенности экономической культуры в развитых странах.
32. Корпоративная культура и успех предприятия.
33. Теория лидерства в управлении и ее практическое использование.
34. Система теории мотивации и ее применение в условиях формирования рыночных отношений.
35. Эффективность менеджмента организации.
36. Стратегическое планирование и маркетинговый подход к управлению фирмой.
37. Коммерческие принципы управления в государственном секторе.
38. Зарубежный опыт управления качеством.
39. Управление человеческими ресурсами.
40. Разработка и проведение кадровой политики на предприятиях.

Тематический план самостоятельной работы студента с преподавателем

Наименование темы СРСП	Цель занятия	Форма проведения занятия	Содержание задания	Рекомендуемая литература
Тема 1. Менеджер в современном мире. Эволюция теории управления.	Понимание студентами практической значимости изучаемого материала.	Обсуждение вопросов к теме,	Вопросы и задание 1-8	Литература основная: [1],[2],[4],[11],[12] Литература дополнительная: [3],[6]
Тема 2. Внутренняя и внешняя среда	Добиться от студентов восприятия,	Обсуждение вопросов к теме,	Вопросы и задание 1-25	Литература основная:

организации	осознания первичного обобщения и систематизации новых знаний.	Решение задач. Дискуссия		[2],[3],[10],[9],[11] Литература дополнительная: [2], [3],[4],[7].
Тема 3. Связующие процессы. Коммуникация. Принятие решений.	Организация познавательной деятельности и студентов, направленная на применение навыков в практической деятельности.	Обсуждение вопросов к теме, Решение задач. Дискуссия.	Вопросы и задание 1-9	Литература основная: [5],[6],[3],[8],[11] Литература дополнительная: [1],[2]
Тема 4. Стратегическое планирование	Овладение учебным материалом и применение знаний. Обобщение и систематизация знаний.	Обсуждение вопросов к теме	Вопросы и задание 1-14	Литература основная: [4],[10],[11] Литература дополнительная: [3],[4],[5],[12]
Тема 5. Мотивация и контроль	Понимание студентами практической значимости изучаемого материала.	Обсуждение вопросов к теме, Решение задач.	Вопросы и задание 1-18	Литература основная: [1],[2],[3],[4],[5],[7],[8],[11] Литература дополнительная: [1],[2],[6]
Тема 6. Руководство и лидерство. Управление конфликтами, изменениями и стрессами	Вычленение в изучаемых явлениях наиболее существенных признаков,	Обсуждение вопросов к теме. Тестирование	Вопросы и задание 1-43	Литература основная: [1],[2],[3],[7],[12],[15],[17] Литература дополнительная: [2],[4],[6].

	умение воспроизводить основные идеи нового материала.			
Тема 7. Делегирование и природа полномочий. Построение организации	Понимание студентами практической значимости изучаемого материала.	Обсуждение вопросов к теме Решение задач, Консультации по изучаемой теме Решение задач.	Вопросы и задание 1-15	Литература основная: [1],[2],[3],[7] Литература дополнительная: [2],[6].
Тема 8. Продукт и его конкурентоспособность.	Организация познавательной деятельности и студентов.	Обсуждение вопросов к теме Консультации по изучаемой теме	Вопросы и задание 1-11	Литература основная: [13],[14],[15],[16],[17],[18],[19],[20] Литература дополнительная: [9],[11],[12],[17],[18],[21]
Тема 9. Планирование маркетинга.	Вычленение в изучаемых объектах и явлениях наиболее существенных признаков, и фиксация на них внимания	Обсуждение вопросов к теме Консультации по изучаемой теме	Вопросы и задание 1-15	Литература основная: [13],[14],[15],[16],[17],[19],[20] Литература дополнительная: [9],[11],[12],[16],[17],[18],[21]
Тема 10. Организационный план	Поэтапное рассмотрение учебного материала на различных уровнях	Обсуждение вопросов к теме Консультации по изучаемой теме	Вопросы и задание 1-5	Литература основная: [13],[14],[16],[17],[18],[19],[20] Литература дополнительная:

	познания.	Решение задач.		я: [9],[11],[12],[17],[18],[21]
Тема 11. План риска	Выработка умений оперировать ранее полученным и знаниями, решать теоретические и практические задачи.	Обсуждение вопросов к теме Консультации по изучаемой теме Тестирование	Вопросы и задание 1-8	Литература основная: [13],[14],[15],[16],[17],[18],[19],[20] Литература дополнительная: [9],[11],[12],[17],[18],[21]

Темы контрольных заданий для СРС

- 1 Сущность менеджмента. Цели и задачи менеджмента.
- 2 Концепции менеджмента.
- 3 Принципы управления.
- 4 Методы управления.
- 5 Сущность функций управления.
- 6 Внутренняя среда фирмы. Характеристика внутренних переменных.
- 7 Внешняя среда фирмы. Характеристика переменных внешней среды.
- 8 Коммуникации в менеджменте. Виды коммуникаций.
- 9 Коммуникационный процесс. Элементы и этапы коммуникационного процесса.
- 10 Преграды на пути межличностных и организационных коммуникаций.
- 11 Управленческое решение. Виды управленческих решений.
- 12 Подходы к принятию управленческих решений.
- 13 Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений.
- 14 Власть и влияние. Основы и источники власти.
- 15 Сущность лидерства. Теория лидерских качеств.
- 16 Сущность лидерства. Концепция «Три стиля руководства».
- 17 Концепции лидерского поведения. Исследования Университета штата Огайо.
- 18 Концепции лидерского поведения. Концепция «вознаграждения и наказания».
- 19 Концепции ситуационного лидерства. Континуум лидерского поведения Танненбаума-Шмидта.
- 20 Концепции ситуационного лидерства. Модель ситуационного лидерства Харсея и Бланшарда.
- 21 Концепция атрибутивного лидерства.
- 22 Функция планирования. Виды планов.

- 23 Функция организации. Основные элементы функции организации.
- 24 Сущность департаментизации. Линейная и функциональная департаментизация.
- 25 Продуктовая департаментизация и ее разновидности. Преимущества и недостатки продуктовой департаментизации.
- 26 Матричная департаментизация. Преимущества и недостатки матричной департаментизации.
- 27 Типы организаций по взаимодействию с внешней средой.
- 28 Типы организаций по взаимодействию подразделений.
- 29 Типы организаций по взаимодействию с человеком.
- 30 Теории содержания мотивации. Теория иерархии потребностей А.Маслоу
- 31 Теории содержания мотивации. Теория ЕКО К. Альдерфера.
- 32 Теории процесса мотивации. Теория ожидания (В. Врум, Л. Портер, Э.Лоулер)
- 33 Теории процесса мотивации. Теория постановки целей (Э. Лок, Т. Райен, Г. Латем)
- 34 Управленческий контроль. Виды контроля. Функции контроля.
- 35 Процесс контроля. Основные характеристики эффективного контроля.
- 36 Конфликт. Типы конфликтов.
- 37 Уровни конфликта в организации. Стили разрешения межличностного конфликта.
- 38 Модель процесса конфликта. Функциональные и дисфункциональные последствия конфликта.
- 39 Организационные изменения.
- 40 Методы уменьшения и устранения сопротивления изменениям в организации.
- 41 Факторы, вызывающие стресс. Способы снижения стресса.
- 42 Понятие и содержание организационной культуры.
- 43 Основные факторы внешней среды маркетинга.
- 44 Комплекс маркетинга и какое место он занимает в маркетинговой деятельности?
- 45 Различие между концепцией маркетинга, с одной стороны, и производственной, продуктовой концепциями и концепцией продаж, с другой стороны?
- 46 Какая концепция приводит к успеху в долгосрочной перспективе?
- 47 Возможности применения концепции маркетинга в Казахстане

Критерии оценки знаний студентов

Экзаменационная оценка по дисциплине определяется как сумма максимальных показателей успеваемости по рубежным контролям (до 60%) и итоговой аттестации (экзамен) (до 40%) и составляет значение до 100% в соответствии с таблицей.

Оценка по буквенной системе	Цифровые эквиваленты буквенной	Процентное содержание усвоенных	Оценка по традиционной системе
-----------------------------	--------------------------------	---------------------------------	--------------------------------

	оценки	знаний	
A	4,0	95-100	Отлично
A-	3,67	90-94	
B+	3,33	85-89	Хорошо
B	3,0	80-84	
B-	2,67	75-79	
C+	2,33	70-74	Удовлетворительно
C	2,0	65-69	
C-	1,67	60-64	
D+	1,33	55-59	
D	1,0	50-54	
F	0	30-49	Неудовлетворительно
Z	0	0-29	

Оценка «А» (отлично) выставляется в том случае, если студент в течение семестра показал отличные знания по всем программным вопросам дисциплины, а также по темам самостоятельной работы, регулярно сдавал рубежные задания, проявлял самостоятельность в изучении теоретических и прикладных вопросов по основной программе изучаемой дисциплины, а также по внепрограммным вопросам.

Оценка «А-» (отлично) предполагает отличное знание основных законов и процессов, понятий, способность к обобщению теоретических вопросов дисциплины, регулярную сдачу рубежных заданий по аудиторной и самостоятельной работе.

Оценка «В+» (хорошо) выставляется в том случае, если студент показал хорошие и отличные знания по вопросам дисциплины, регулярно сдавал семестровые задания в основном на «отлично» и некоторые на «хорошо».

Оценка «В» (хорошо) выставляется в том случае, если студент показал хорошие знания по вопросам, раскрывающим основное содержание конкретной темы дисциплины, а также темы самостоятельной работы, регулярно сдавал семестровые задания на «хорошо» и «отлично».

Оценка «В-» (хорошо) выставляется студенту в том случае, если он хорошо ориентируется в теоретических и прикладных вопросах дисциплины как по аудиторным, так и по темам СРС, но нерегулярно сдавал в семестре рубежные задания и имел случаи передачи семестровых заданий по дисциплине.

Оценка «С+» (удовлетворительно) выставляется студенту в том случае, если он владеет вопросами понятийного характера по всем видам аудиторных занятий и СРС, может раскрыть содержание отдельных модулей дисциплины, сдает на «хорошо» и «удовлетворительно» семестровые задания.

Оценка «С» (удовлетворительно) выставляется студенту в том случае, если он владеет вопросами понятийного характера по всем видам аудиторных занятий и СРС, может раскрыть содержание отдельных модулей дисциплины, сдает на «удовлетворительно» семестровые задания.

Оценка «С-» (удовлетворительно) выставляется студенту в том случае,

если студент в течение семестра регулярно сдавал семестровые задания, но по вопросам аудиторных занятий и СРС владеет только общими понятиями и может объяснить только отдельные закономерности и их понимание в рамках конкретной темы.

Оценка «D+» (удовлетворительно) выставляется студенту в том случае, если он нерегулярно сдавал семестровые задания, по вопросам аудиторных занятий и СРС владеет только общими понятиями и может объяснить только отдельные закономерности и их понимание в рамках конкретной темы.

Оценка «D» (удовлетворительно) выставляется студенту в том случае, если он нерегулярно сдавал семестровые задания, по вопросам аудиторных занятий и СРС владеет минимальным объемом знаний, а также допускал пропуски занятий.

Оценка «F» (неудовлетворительно) выставляется тогда, когда студент практически не владеет минимальным теоретическим и практическим материалом аудиторных занятий и СРС по дисциплине, нерегулярно посещает занятия и не сдает вовремя семестровые задания.

Оценка «Z» (неудовлетворительно) выставляется тогда, когда студент не владеет минимальным теоретическим и практическим материалом аудиторных занятий и СРС по дисциплине, пропустил более половины занятий и не представил вовремя семестровые задания.

Рубежный контроль проводится на 7,14-й неделях обучения и складывается исходя из следующих видов контроля:

Вид контроля	% -ое содержание	Академический период обучения, неделя															Итого, %	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
Посещаемость	10	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	10
Конспекты лекций	5			*			*			*			*		*			5
Устный опрос на семинарских занятиях	10			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	10
Решение ситуационных задач	10					*			*			*				*		10
Письменная контрольная работа	10							*								*		10
Выполнение тестовых заданий	5			*					*					*				5
Защита рефератов	10				*			*			*			*				10
Экзамен	40																	40
Всего по аттестац.	60							30								30		60
Итого	100																	100

Политика и процедуры

При изучении дисциплины «Менеджмент и маркетинг» прошу соблюдать следующие правила:

- 1 Не опаздывать на занятия.
- 2 Не пропускать занятия без уважительной причины, в случае болезни прошу представить справку, в других случаях – объяснительную записку.
- 3 В обязанности студента входит посещение всех видов занятий.
- 4 Согласно календарному графику учебного процесса сдавать все виды контроля.
- 5 Пропущенные практические и лабораторные занятия отрабатывать в указанное преподавателем время.
- 6.Быть креативными и активно участвовать в учебном процессе.
- 7.Быть терпимыми, открытыми, откровенными и доброжелательными к сокурсникам и преподавателям.

Учебно-методическая обеспеченность дисциплины

Ф.И.О автора	Наименование учебно-методической литературы	Издательство, год издания	Количество экземпляров	
			в библиотеке	на кафедре
Основная литература				
Под ред. д.э.н., профессора Кубаева К.Е.	Теория и практика менеджмента.	Алматы: Казак Университеті, 2005.	15	1
Бердалиев К.Б. и др.	Основы менеджмента	Алматы: КазГАУ, 1994.	13	1
Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф.	Основы менеджмента	М.: ИНФРА – М, 1998	16	1
Котлер Ф.	Маркетинг и менеджмент	Спб.: Питер Ком., 2001	13	1
Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В.	Основы маркетинга	М., СПб, К.: изд.дом «Вильялс», 2000	14	1
Дополнительная литература				

Казанцев А.К.	Практический менеджмент в деловых играх, хозяйственных ситуациях, задачах, тестах : уч. пособие	М: ИНФРА – М,1998	2	1
Попов Г.Х.	Проблемы теории управления	М.: Экономика	1	1
Веснин В.Р.	Основы менеджмента	М.: Природа, ТГД,1996	5	1
Хруцкий В.Е., Корнеева И.В.	Современный маркетинг	М. Финансы и статистика, 1999	1	-
Эванс Дж., Берман Б.	Маркетинг	М.: Сирин, 2002	4	-

График выполнения и сдачи заданий по дисциплине

Вид контроля	Цель и содержание задания	Рекомендуемая литература	Продолжительность выполнения	Форма контроля	Срок сдачи
Решение задач на практическом занятии	Использование теоретического материала при решении практических заданий	Использовать литературу, рекомендуемую для подготовки к практическим занятиям	В течение изучения курса в соответствии с расписанием занятий и учебным планом	Текущий	еженедельно
Дискуссия (защита рефератов и докладов)	Использование теоретического материала	Использовать литературу, рекомендуемую для подготовки к СРС	8 контактных часов	Текущий	5,8,11, 14 недели
Письменная контрольная работа	Контроль полученных знаний и умения интерпретировать полученные результаты	Весь перечень основной и дополнительной литературы	4 контактных часа	Рубежный	7,14 недели
Выполнение тестовых заданий	Контроль усвоения теоретического материала и умения использовать его при решении задач	Весь перечень основной и дополнительной литературы	6 контактных часов	Текущий	3,8,13 недели
Выполнение заданий СРС	Изучение вопросов тем, не охваченных в рамках лекционных,	Использовать литературу, рекомендуемую	8 контактных часов	Текущий	4,8,10, 13 недели

	практических, СРСП, но включенных в типовую программу дисциплины	для подготовки к СРС			
Экзамен	Проверка усвоения материала дисциплины	Весь перечень основной и дополнительной литературы	4 контактных часа	Итоговый	В период сессии
Вид контроля	Цель и содержание задания	Рекомендуемая литература	Продолжительность выполнения	Форма контроля	Срок сдачи

Вопросы для самоконтроля

1. Производственный процесс - основа деятельности фирмы.
2. Внутрифирменное управление и управление фирмой как субъектом рынка.
3. Сущность менеджмента.
4. Основное содержание общих целей и ограничений
5. Этика и культура фирмы
6. Иерархия управления
7. Понятие организации и организационной структуры
8. Типы организационных структур управления
9. Совет директоров как орган управления акционерной компанией
10. Экономические методы управления
11. Организационно-распорядительные методы управления
12. Социально-психологические методы управления
13. Мотивация исполнителя
14. Место решения в процессе управления
15. Структура и процесс принятия решения
16. Распределение полномочий на принятие решений
17. Понятие и значение информации и коммуникации
18. Место планирования и прогнозирования в менеджменте
19. Методы разработки и объекты прогнозов на уровне предприятия (фирмы)
20. Стратегия и практическая деятельность фирмы
21. Понятие и виды контроля
22. Типы систем контроля
23. Содержание работы руководителя
24. Стилль управления
25. Анализ и синтез организационных структур управления
26. Роль фирмы в современном обществе
27. Стратегия отношений фирмы с обществом
28. Государственное регулирование предпринимательской деятельности
29. Маркетинг и основные концепции его развития
30. Организация маркетинга на предприятии

31. «Рынок продавца» и «рынок покупателя»
32. Методы конкурентной борьбы
33. Жизненный цикл товаров
34. Сервис в маркетинговой деятельности
35. Ценовая политика
36. Каналы товародвижения
37. Выбор рынков
38. Сегментация рынков
39. Маркетинг в деятельности совместных предприятий
40. Упаковка - важнейший элемент стратегии разработки продукта
фирмы
41. Маркетинг в сфере услуг
42. Торговая марка, торговые знаки
43. Окружающая среда маркетинга
44. Методы изучения спроса
45. Международный маркетинг
46. Факторы успеха в конкурентной борьбе
47. Схема изучения рынка
48. Торговые посредники
49. Задачи «публич рилейшнз»
50. Маркетинговое планирование
51. Лизинг: сущность, виды и значение
52. Коммерческая работа на выставках и ярмарках
53. Формирование спроса
54. Схема конкурентоспособности товара
55. Коммуникационная политика
56. Технология разработки нового товара
57. Схема изучения товара
58. Маркетинговый цикл

Гос.изд.лиц.№50 от 31.03.2004 г. Подписано в печать

Формат 60x90/16

Усл.печ.л п.л Тираж экз Заказ Цена договорная

Издательство Карагандинского государственного технического университета
100027, Караганда, б.Мира, 56