

Бекітемін/Утверждаю
Колледж директоры/
Директор колледжа
Е.Жакупов
" 31 " 08 2022 ж.

Жұмыс оқу бағдарламасы Рабочая учебная программа

«Әлеуметтік-мәдени саладағы менеджмент және маркетинг негіздері»
«Основы менеджмента и маркетинга в социально-культурной сфере»

Мамандық	0403000 «Әлеуметтік-мәдени қызметі және халықтық көркемдік шығармашылығы»
Специальность	0403000 «Социально-культурная деятельность и народное художественное творчество»
Біліктілігі	«Ұйымдастырушы- педагог»
Квалификация	«Педагог - организатор»
Оқыту нысаны	күндізгі негізгі орта білім беру негізінде
Форма обучения	очная на базе основного среднего образования
Жалпы сағат саны	44 сағат/часа
Общее количество часов	
Әзірлеуші	Курмангожина Л.М
Разработчик	

Циклдік әдістемелік комиссиясының
отырысында қарастырылды/
Рассмотрена и одобрена на заседании
цикловой методической комиссии
Протокол № 1 от " 27 " 08 20 22 г.
Председатель Л.М. Курмангожина Л.М
(подпись) Ф.И.О

Пояснительная записка

Рабочая учебная программа по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга в социально-культурной сфере» разработана в соответствии с Государственным общеобязательным стандартом Республики Казахстан технического и профессионального образования по специальности «0403000 «Социально-культурная деятельность и народное художественное творчество»» для квалификации «Педагог - организатор», утвержденным приказом МОН РК №604 от 31 октября 2018 года.

Описание дисциплины

Изучение дисциплины базируется на знаниях, полученных во время изучения следующих дисциплин: основы экономики; основы современного производства.

Цель дисциплины – заключается в обучении студентов основам организации, планирования и управления производством в условиях, рационального использования производственного потенциала, материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Задачи дисциплины:

- изучение функционирования предприятия в условиях рыночной экономики;
- экономической и социальной эффективности производства и мероприятий жизнедеятельности предприятия;
- производственных ресурсов и эффективности их использования;
- инвестиционной политики предприятия;
- издержек производства и реализации продукции, в том числе на природоохранные мероприятия;
- финансовых результатов деятельности предприятия.

Формируемые компетенции:

готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе
способность оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений
способен участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций;
планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;
способен эффективно выполнять свои функции в межкультурной среде;
способен проводить анализ конкурентной среды отрасли;

Пререквезиты: Для изучения дисциплины необходимы знания курсов «Экономическая теория»: отношение собственности и их роль в экономике; сущность и механизм функционирования рыночной экономики; издержки и доход фирмы.

Постреквезиты: Знания и умения, полученные в процессе изучения данного курса, будут необходимы в изучении таких дисциплин, как: основы предпринимательской деятельности, организация производства и т.д.

Необходимые средства обучения, оборудование

1. Габит Ж.Х. Микроэкономика - Астана, Фолиант, 2012
2. Бекмолдин С.К. Экономическая теория - Астана, Фолиант, 2012
3. Чайжунусова Г.Ж. Основы экономики. Астана, Фолиант, 2011
4. Шуленбаева С. Практикум по основам рыночной экономики, Фолиант, 2011
5. Хамитова Г. Экономика и основы предпринимательства, Фолиант, 2011
6. Бекболсынова А. Налоги и налогообложение, Фолиант, 2014
7. Нурпеис Е. Основы макроэкономики, Фолиант, 2011

Контактная информация преподавателя (ей):

Курмангожина Лязат Маликовна тел.: 8-701-680-08-51, e-mail: klyazm79@mail.ru

Содержание рабочей учебной дисциплины

	Наименование разделов, подразделов и тем	Всего часов	В том числе		
			Теоретические	Лабораторно-практические	Производственное обучение/профессиональная практика
	Раздел 1. Управление организацией. Сущность менеджмента				
1.	Тема 1.1 Сущность и характерные черты современного менеджмента Результаты обучения: изучить сущность современных подходов в менеджменте Критерии оценки: владеет понятийным аппаратом и базовой терминологией курса	2	2		
2.	Тема 1.2 История развития научного менеджмента Результаты обучения: исследовать особенности отечественного менеджмента Критерии оценки: описывает историю развития менеджмента в прошлом и настоящем, сопоставляет различные концепции. <i>ЛПЗ №1 История развития научного менеджмента</i>			2	
3.	Тема 1.3 Внутренняя и внешняя среда организации Результаты обучения: исследовать факторы внешней и внутренней среды организации Критерии оценки: владеет методами анализа внешней и внутренней среды организации, сопоставляет различные теории ЖЦ.		2		
4.	Тема 1.4 Функции и принципы менеджмента Результаты обучения: характеризовать управленческие функции, Критерии оценки: владеет методологией планирования, классифицирует цели организации <i>ЛПЗ №2 Функции и принципы менеджмента</i>			2	
5.	Тема 1.5 Сущность управленческого решения Результаты обучения: излагать сущность управленческого решения Критерии оценки: описывает методы и уровни принятия управленческих решений		2		
6.	Тема 1.6 Планирование и прогнозирование в системе менеджмента Результаты обучения: излагать понятия прогнозирования и планирования Критерии оценки: характеризует техники и виды планирования		2		
7.	Тема 1.7 Понятие и виды организаций Результаты обучения: описать организацию в системе менеджмента Критерии оценки: характеризует организационные структуры		2		
8.	Тема 1.8 Власть, лидерство и руководство Результаты обучения: разграничивать понятия руководства, власти и лидерства		2		

	Критерии оценки: сопоставляет стили лидерства, анализирует различные подходы к лидерству.				
9.	Тема 1.9 Стили руководства Результаты обучения: определять типы руководителей Критерии оценки: описывает факторы формирования стилей руководства		2		
10.	Тема 1.10 Управление конфликтом Результаты обучения: излагать понятие конфликт, структуру и виды Критерии оценки: описывает роль конфликтов в профессиональной деятельности <i>ЛПЗ №3 Управление конфликтом</i>			2	
11.	Тема 1.11 Коммуникации в менеджменте Результаты обучения: определять деловое общение, как средство коммуникации Критерии оценки: излагает понятие коммуникация, назначение и виды управленческой информации; рассматривает различные способы коммуникации		2		
Раздел 2. Основы маркетинга					
12.	Тема 2.1 Понятие и сущность маркетинга. Основные принципы, функции и виды маркетинга Результаты обучения: излагать взаимосвязь маркетинга с другими науками; характеризовать функции и принципы маркетинга Критерии оценки: исследует историю развития и сущность маркетинга; называет основные понятия, функции и принципы маркетинга		2		
13.	Тема 2.2 Концепции маркетинга Результаты обучения: исследовать структуру современного маркетинга Критерии оценки: описывает основные концепции маркетинга		2		
14.	Тема 2.3 Система маркетинговых исследований Результаты обучения: излагать основные цели маркетинговых исследований; организацию маркетинговых исследований Критерии оценки: описывает объекты и субъекты маркетинговых исследований; этапы и методы сбора информации <i>ЛПЗ №4 Система маркетинговых исследований</i>			2	
15.	Тема 2.4 Установление цены на товары. Методы распространения товаров. Результаты обучения: характеризовать методы распространения товаров; Критерии оценки: называет факторы, влияющие на установление окончательной цены товара; каналы распределения «уровни и функции». <i>ЛПЗ № 5 Установление цены на товары. Методы распространения товаров.</i>			2	
16.	Тема 2.5 Изучение потребителей Результаты обучения: описать модель поведения потребителей Критерии оценки: излагает права потребителей; теорию мотивации Ф. Маслоу		2		

	<p>Тема 2.6 Сегментирование рынка Результаты обучения: излагать основные принципы сегментирования потребительских рынков, товаров промышленного назначения. Критерии оценки: характеризует процесс сегментации рынка и его цели, этапы процесса разработки нового товара</p>		2		
18.	<p>Тема 2.7 Стратегии дифференцирования и позиционирования Результаты обучения: излагать основные направления дифференцирования Критерии оценки: описывает стратегии дифференцирования и стратегии позиционирования</p>		2		
19.	<p>Тема 2.8 Концепция ЖЦТ Результаты обучения: исследовать этапы выведения товара на рынок Критерии оценки: описывает роль и значение стилей, моды и фетишей в ЖЦТ <i>ЛПЗ №6 Концепция ЖЦТ</i></p>			2	
20.	<p>Тема 2.9 Качество и конкурентоспособность в системе товарной политики Результаты обучения: объяснять сущность стандартизации и сертификации в формировании конкуренции Критерии оценки: излагает показатели системы конкурентоспособности</p>		2		
21.	<p>Тема 2.10 Стратегия, планирование, контроль Результаты обучения: объяснять составляющие планы маркетинга; типы маркетингового контроля. Процесс контроля Критерии оценки: описывает процесс контроля; Развитие контроля и его цели. <i>ЛПЗ №7 Стратегия, планирование, контроль</i></p>			2	
22.	<p>Тема 2.11 Международный маркетинг Результаты обучения: излагать влияние экономической, политико – правовой и культурной среды на международный маркетинг Критерии оценки: называет операции проникновения на зарубежные рынки; виды структур для проведения международного маркетинга</p>		2		
	Итого	44 ч	30	14	