

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования

**«УФИМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АВИАЦИОННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Кафедра экономики предпринимательства

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

***«Основы маркетинга и менеджмента на предприятиях медико-технического
профиля»***

Уровень подготовки

высшее образование - магистратура

(высшее образование - бакалавриат; высшее образование – специалитет, магистратура)

Направление подготовки (специальность)

12.04.04 – Биотехнические системы и технологии

(код и наименование направления подготовки, специальности)

Направленность подготовки (профиль, специализация)

Биотехнические системы и технологии

(наименование профиля подготовки, специализации)

Квалификация (степень) выпускника

магистр

Форма обучения

очная

Исполнитель: Бухарбаева Л.Я.

Заведующий кафедрой ЭиБТ: Жернаков С.В.

Уфа 2015

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина *«Основы маркетинга и менеджмента на предприятиях медико-технического профиля»* является дисциплиной базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 1 курсе, 1 семестр.

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 12.04.04 – Биотехнические системы и технологии, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от "21" ноября 2014 г. № 1497.

Цель освоения дисциплины: способствовать формированию у будущих специалистов знаний об основных понятиях, научных принципах, методах маркетинга и менеджмента, как комплексной системы обеспечения конкурентоспособности организации (учреждения) и выработки навыков применения способов воздействия инструментов менеджмента и маркетинговой политики на объекты управления.

Задачи:

Сформировать знания: об управлении, функциях и принципах управления, миссии и философии организации (фирмы), цели и стратегии организации, макро и микро- окружении, внутренней и внешней среде; о методах анализа среды, стратегическом, инновационном менеджменте, конкурентном профиле организации; об алгоритме процесса принятия управленческого решения; об основных принципах маркетинговых исследований.

Выработать умения: проводить анализ внешней и внутренней среды организации и на его основании определить цели, миссию и стратегию организации; разрабатывать стратегический и оперативный план организации; применять основные принципы принятия управленческих решений и других функций управления; проводить комплексные исследования конкурентного профиля организации; выявлять основные направления мотивации сотрудников; оценивать качество управленческого решения, выявлять социально-психологические аспекты.

Сформировать навыки: использования методов SWOT анализа, ранжирования, структурного анализа, маркетинговых исследований отрасли.

Подготовить студентов к прохождению практик и выполнению научно-исследовательской работы.

Дисциплина относится к дисциплинам *вариативной части* учебного цикла – *Б1.В.ОД.5*

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина, является: *«Биотехнические системы и технологии»*.

Дисциплинами, для которых освоение дисциплины *«Основы маркетинга и менеджмента на предприятиях медико-технологического профиля»* необходимо как предшествующее: *Преддипломная практика*.

Для освоения дисциплины студент должен уметь обрабатывать и анализировать информацию, полученную из официальных источников и экономической литературы.

Входные компетенции:

№	Компетенция	Код	Уровень освоения, определяемый этапом формирования компетенции*	Название дисциплины (модуля), сформировавшего данную компетенцию
1	способность самостоятельно приобретать и использовать в практической деятельности новые знания и умения в своей предметной области	ОПК-4	пороговый	«Биотехнические системы и технологии»,
2	способность анализировать современное состояние проблем в предметной области	ПК-1	пороговый	«Биотехнические системы и технологии»

	биотехнических систем и технологий (включая биомедицинские и экологические задачи)			
--	--	--	--	--

2. Перечень результатов обучения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций.

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

№	Формируемые компетенции	Код	Знать	Уметь	Владеть
1	Способность демонстрировать навыки работы в коллективе, порождать новые идеи (креативность)	ОПК-3	законы, регламентирующие функционирование организаций - сущность, понятие, элементы и типы организационных культур; - инструменты влияния, которое оказывают коллектив на обеспечение эффективной целенаправленной деятельности и получение необходимых результатов	- обосновывать выбор адекватных организационно-управленческих решений для создания творческой атмосферы в коллективе	- основами корпоративной и организационной культуры в в совершенствовании системы управления фирмой; - навыками развития креативных способностей членов коллектива организации

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

Трудоемкость дисциплины по видам работ:

Вид работы	Трудоемкость, час.
	1 семестр
Лекции (Л)	10
Практические занятия (ПЗ)	16
Лабораторные работы (ЛР)	-
КСР	2
Курсовая проект работа (КР)	-
Расчетно - графическая работа (РГР)	-
Самостоятельная работа (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.)	35
Подготовка и сдача экзамена	-
Подготовка и сдача зачета	9
Вид итогового контроля (зачет, экзамен)	зачет

Содержание разделов и формы текущего контроля

№	Наименование и содержание раздела	Количество часов						Литература, рекомендуемая студентам*	Виды интерактивных образовательных технологий**
		Аудиторная работа				СРС	Всего		
		Л	ПЗ	ЛР	КСР				
1.	Раздел 1. Основы менеджмента Основные положения концепции управления. Цели и критерии управления. Миссия и философия. Закономерности и принципы управления. Информация управления и технические средства управления. Функции и методы управления. Структура управления. Основы управления персоналом Методы расчета эффективности управления.	4	4			10	18	<i>Р 6.1 №1, гл.10, Р 6.1 №2 гл.1,2, Р 6.2 №1, гл.1</i>	проблемное обучение, лекция-визуализация, работа в команде
2.	Раздел 2. Основы маркетинга Сущность и концепции маркетинга. Понятие маркетинговой среды. Качество и конкурентоспособность продукции. Товарная, сбытовая, ценовая и коммуникационная политика.	2			1	10	13	<i>Р 6.1 №1, гл.2,3, Р 6.1 №2 гл.4,5,</i>	контекстное обучение, проблемная лекция,
3.	Раздел 3. Маркетинговые исследования Сущность и этапы маркетинговых исследований. Постановка задачи и определение целей: разведывательные, описательные, каузальные исследования. Разработка плана исследования: источники данных, подходы к исследованию, инструменты исследования, планирование выборки. Сбор информации. Анализ информации. Представление результатов. Принятие управленческих решений.	4	6		1	9	20	<i>Р 6.1 №1, гл.2,3, Р 6.2 №1, гл.1</i>	опережающая самостоятельная работа, проблемная лекция; обучение на основе опыта;
5.	Раздел 4. Организационно-экономические основы разработки темы диссертационного исследования Постановка задачи технико-экономического анализа производства продукции медико-технического профиля (МТП). Оценка экономической эффективности разрабатываемой продукции. Маркетинговые исследования разрабатываемого вида продукции МТП.		6			6	12		контекстное обучение

Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	2	Кейсы «Выбираем способы отбора и привлечения персонала», «Собеседование», «Функции нового сотрудника»	4
2	3	Метод анализа иерархии для реализации проблем многокритериального выбора	4
3	3	Метод когнитивной структуризации анализа исследуемой проблемы	2
4	4	Маркетинговые исследования разрабатываемого вида продукции медико-технического профиля	6

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Содержит перечень вопросов, структурированных по темам для самостоятельного изучения. При наличии по дисциплине курсовой работы (проекта) или РГР необходимо указать перечень типовых тем.

Раздел 1. Тема: Основы менеджмента

Основные положения концепции управления. Цели и критерии управления. Закономерности и принципы управления. Информация управления и технические средства управления. Функции и методы управления. Структура управления. Принципы и методы управления персоналом. Методы расчета эффективности управления.

Раздел 2. Тема: Основы маркетинга

Сущность и концепции маркетинга. Понятие маркетинговой среды. Качество и конкурентоспособность продукции. Товарная, сбытовая, ценовая и коммуникационная политика.

Раздел 3. Тема: Маркетинговые исследования

Сущность и этапы маркетинговых исследований. Постановка задачи и определение целей: разведывательные, описательные, каузальные исследования. Разработка плана исследования: источники данных, подходы к исследованию, инструменты исследования, планирование выборки. Сбор информации. Анализ информации. Представление результатов. Принятие решения.

5. Фонд оценочных средств

Оценка уровня освоения дисциплины осуществляется в виде текущего и промежуточного контроля успеваемости студентов университета, и на основе критериев оценки уровня освоения дисциплины.

Контроль представляет собой набор заданий и проводится в форме контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине и пр.);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Активность обучающегося на занятиях оценивается на основе выполненных работ и заданий, предусмотренных ФОС дисциплины.

Оценивание проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия обучающегося (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Уровень освоения, определяемый этапом формирования ком-	Наименование оценочного средства*
-------	--	---	---	-----------------------------------

			петенции	
1	Основы менеджмента	ОК-4	повышенный	Т
		ПК-14	повышенный	Т,КЗ
2	Основы маркетинга	ПК-10	повышенный	КА
		ПК-14	повышенный	КА
3	Маркетинговые исследования	ПК-10	повышенный	Т,ТЗ
		ПК-14	повышенный	Т,ТЗ
4	Организационно-экономические основы темы диссертационного исследования	ОК-4	повышенный	Т,ДЗ
		ПК-10	повышенный	Т,ДЗ
		ПК-14	повышенный	Т,ДЗ

* Планируемые формы контроля: защита лабораторной работы (ЗЛР), курсовой работы (КР), расчетно-графической работы (РГР), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе(Э), тестирование, ответы на вопросы (Т), кейс-анализ (КА), типовые задачи (ТЗ) и т.д.

Если имеется свидетельство о государственной или общественной регистрации форм оценочных средств, то следует указать его реквизиты.

При реализации дисциплины используется балльно-рейтинговая оценка освоения компетенций.

Виды учебной деятельности	Балл за конкретное задание	Число заданий	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Раздел 1 Основы менеджмента				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа, Т	3	1	1	3
2. Оценка СРС,КЗ, КА	5	3	5	15
Раздел 2 Основы маркетинга				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	4	1	3	4
2. Оценка СРС	3	2	3	6
Раздел 3.Маркетинговые исследования				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа, Т	4	1	3	4
2. Оценка СР	3	1	2	3
Раздел 4. Организационно-экономические основы темы диссертационного исследования				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа, Т	4	1	3	4
2. ДЗ	10	1	5	10
Поощрительные баллы*				
Посещаемость	2	5	2	10
Статьи и тезисы	7	3	7	21
Итоговый контроль **	20	2	20	20
Всего		17	49	100

* Рефераты, научные статьи и тезисы докладов, посещаемость и пр.

** Зачет, экзамен

Вопросы к зачету

1. Специфические особенности медицинской техники.
2. Классификация медицинской техники.
3. Определения маркетинга. Основополагающие подходы к организации маркетинговой деятельности.
4. Концепции управления маркетингом.
5. Особенности маркетинга медицинской техники.
6. Уровни маркетинга, их характеристики.
7. Маркетинг: определение, виды.
8. Принципы маркетинговой деятельности.
9. Терминологические понятия маркетинга.
10. Основные задачи маркетинга.
11. Структура маркетинговой деятельности на предприятиях медико-технического профиля.
12. Внутренняя маркетинговая среда.
13. Внешняя маркетинговая среда.
14. Целеполагание и корпоративные цели предприятия.
15. Анализ как функция маркетингового управления.
16. Стратегия развития маркетинга предприятия.
17. Маркетинговая программа и планирование маркетинга.
18. Функции контроля и регулирования в маркетинговой деятельности.
19. Понятие товарного рынка.
20. Понятие и структура маркетинговой информационной системы.
21. Система маркетинговых исследований.
22. Критерии и признаки сегментирования рынка.
23. Позиционирование товара на выбранном рынке.
24. Анализ рынка современной медицинской техники. SWOT-анализ и сегментация рынка.
25. Сущность и среда международного маркетинга.
26. Стратегия и тактика проникновения на международные рынки.
27. Товар и его характеристика.
28. Товарные линии и группы, их характеристика.
29. Марочная политика.
30. Жизненный цикл товара.
31. Основные этапы разработки медицинской техники и внедрения её в производство.
32. Оценка конкурентоспособности новой медицинской техники.
33. Факторы, элементы и составляющие конкурентоспособности.
34. Прогнозирование состояния рынка.
35. График спроса и предложения товара на рынке.
36. Ценообразование: типы рынков и методика расчета исходной цены товара.
37. Определение спроса, кривые спроса.
38. Оценка издержек.
39. Выбор метода ценообразования. График безубыточности.
40. Формирование спроса и стимулирование сбыта.
41. Связь методов ФОССТИС с фазами ЖЦТ.
42. Реклама как важнейший элемент маркетинговой деятельности.
43. Система сервиса на предприятиях медико-технического профиля.
44. Понятие интегрированного технического обслуживания медицинской техники, его основные компоненты.
45. Принципы разработки медицинской техники с учетом целей и ограничений медико-технического сервиса.

46. Информационная система медико-технического сервиса.
47. Бизнес-планирование предпринимательской деятельности в организациях здравоохранения.
48. Основные функции, виды предпринимательства в здравоохранении.
49. Субъекты предпринимательской деятельности на рынке медицинских товаров и услуг
50. Мировые товарные рынки (виды).

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту:
 - показавшему *системный характер знаний* по всем дидактическим разделам дисциплины, отраженным в рабочей программе учебной дисциплины либо *допустившему отдельные неточности* в их изложении, но *самостоятельно исправившему их под контролем преподавателя*;
 - *умеющему применять* эти знания на практике (в ходе практических занятий, а также при решении экзаменационной задачи);
 - *владеющему навыками* обоснования управленческих решений в области разработки краткосрочной и долгосрочной финансовой политики корпоративного развития, обосновывать источники финансирования корпораций;
- оценка «не зачтено» выставляется студенту:
 - обнаружившему *существенные пробелы в знаниях* основного учебно-программного материала, *допустившему принципиальные ошибки* в освещении основных тем курса и *не ответившему на дополнительные вопросы* преподавателя, *не решившему зачетную задачу*; *не способному продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности* по окончании вуза без дополнительных занятий по данной дисциплине.

Типовые оценочные материалы

Приведены в рабочей программе

Критерии оценки:

Оценка выставляется по следующей шкале:

«4 балла» при правильных ответах на 90% тестовых заданий.

«2 балла» при правильных ответах на 80-90% тестовых заданий.

«0 баллов» при менее 80% правильных ответов.

Критерии оценки:

Оценка выставляется по следующей шкале:

«4 балла» при правильных ответах на 90% тестовых заданий.

«2 балла» при правильных ответах на 80-90% тестовых заданий.

«0 баллов» при менее 80% правильных ответов.

Типовые задачи

1. Метод анализа иерархии для реализации проблем многокритериального выбора
2. Метод когнитивной структуризации проблем маркетинговых исследований.

Критерии оценки

Балл «4» выставляется студенту если соблюдена последовательность выполнения расчетов, получен правильный результат, задание оформлено в форме, установленной в университете для письменных работ студентов.

Балл «2» выставляется студенту, если соблюдена последовательность выполнения расчетов, получен правильный результат, но неверно оформлена или имеет несущественные погрешности в расчетах результатов.

Кейс-задачи

Приведены в рабочей программе

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

6.1 Основная литература

1. Шиловский, В. П. Маркетинг и менеджмент технического сервиса машин и оборудования : [учебное пособие для студентов вузов] / В. Н. Шиловский, А. В. Питухин, В. М. Костюкович .— Санкт-Петербург [и др.] : Лань, 2015 .— 272 с. : ил. ; 21 см .— (Учебники для вузов. Специальная литература) .— см. на сайте раздел "АССОРТИМЕНТНАЯ ВЫСТАВКА" или кликните на URL-> .— Библиогр.: с. 224-226 (31 назв.) .— ISBN 978-5-8114-1835-0 .— <URL:http://www.library.ugatu.ac.ru/pdf/teach/Shilovskii_Mark_i_men_teh_ser_mash_i_obor_2015.pdf>.
2. Усманов, В. В. Менеджмент и маркетинг в сервисе : / Усманов В.В., Марусева И.В., Кокарева А.В. — Москва : ПензГТУ (Пензенский государственный технологический университет), 2012 .— <URL:http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=62578>.

6.2 Дополнительная литература

1. Бухарбаева Л. Я. Основы менеджмента и маркетинга в системе здравоохранения: [учебное пособие для студентов очной формы обучения, обучающихся по специальностям 200401 "Биотехнические и медицинские аппараты и системы" и 200402 "Инженерное дело в медико-биологической практике"] / Л. Я. Бухарбаева; ГОУ ВПО УГАТУ - Уфа: УГАТУ, 2008 - 271 с.

6.3. Интернет-ресурсы (электронные учебно-методические издания, лицензионное программное обеспечение)

1. Научная электронная библиотека eLibrary.ru. Журналы отечественных и зарубежных издательств на английском и русском языках. <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

7. Образовательные технологии

Дисциплина может быть реализована с применением дистанционных образовательных технологий на базе СДО УГАТУ. Система дистанционного обучения *MirapolisLMS* и встроенное в нее средство проведения вебинаров *MirapolisVirtualRoom*, обеспечивающие в совокупности освоение обучающимися дисциплины в полном объеме независимо от их места нахождения, а также способы доступа к информации в электронной информационно-образовательной среде организации.

№	Наименование	Доступ, количество одновременных пользователей	Реквизиты договоров с правообладателями
Ресурса			
1	Научная электронная библиотека eLibrary.ru. Журналы отечественных и зарубежных издательств на английском и русском языках. http://elibrary.ru/defaultx.asp	По сети УГАТУ, без ограничения	Договор 1392/0403-14 от 10.12.14

8. Методические указания по освоению дисциплины

Для успешного освоения дисциплины студентам рекомендуется соблюдать режим (расписание) занятий и использовать для подготовки к практическим занятиям конспекты лекций и рекомендуемые учебно-методические источники. Курс изучается по разделам последовательно.

К практическим занятиям следует готовиться самостоятельно с использованием рекомендованных учебно-методических разработок (библиографических источников, электронных информационных и образовательных ресурсов, размещенных в электронной информационно-образовательной среде). Темы и вопросы для самостоятельного изучения разделов дисциплины см. раздел **4** настоящей рабочей программы.

Методика выполнения расчетной части практических занятий представляется преподавателем дополнительно на занятии.

Домашние задания (задачи) предполагают использование пройденного материала для его лучшего закрепления. Для выполнения расчетов (решения задач), выданных, как домашнее задание, необходимо повторно обратиться к рекомендованным учебно-методическим ресурсам и примерам рассмотренным на практических занятиях.

При подготовке к зачету необходимо изучить вопросы дисциплины, изложенные в разделе 5 настоящей рабочей программы (вопросы к зачету).

9 . Материально-техническое обеспечение дисциплины

ПК и мультимедийный проектор.

Система дистанционного обучения *MirapolisLMS*.

Средство проведения вебинаров *MirapolisVirtualRoom*

10. Адаптация рабочей программы для лиц с ОВЗ

Адаптированная программа разрабатывается при наличии заявления со стороны обучающегося (родителей, законных представителей) и медицинских показаний (рекомендациями психолого-медико-педагогической комиссии). Для инвалидов адаптированная образовательная программа разрабатывается в соответствии с индивидуальной программой реабилитации.