	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского м казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика			
Версия документа - 1	стр. 2 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

### Методические рекомендации приняты

Учёным советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 7 от 29 февраля 2024 г.

Председатель учёного совета  
филиала



Н.А. Нализко

Секретарь учёного совета  
филиала



Н.А. Кравченко

### Методические рекомендации рекомендованы

Учебно-методическим советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 6 от 15 февраля 2024 г.

Председатель  
Учебно-методического совета



Г.В. Панина

### Методические рекомендации разработаны и рекомендованы кафедрой экономики

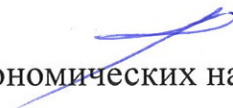
Протокол заседания № 6 от 13 февраля 2024 г.

Заведующий кафедрой




С.И. Лилимберг

Автор (составитель)  
экономики, кандидат экономических наук



Баранова Н.А., профессор кафедры

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики		
	Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика		
Версия документа - 1	стр. 3 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

## Содержание

1 Цель и задачи освоения дисциплины .....	4
2 Компетенции, закрепленные за дисциплиной .....	4
3 Общие методические указания по освоению дисциплины .....	9
4 Методические рекомендации студентам для подготовки к занятиям лекционного типа...	10
5 Методические рекомендации студентам для подготовки к занятиям семинарского типа и практическим занятиям .....	13
6 Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов .....	24
7 Методические рекомендации студентам по изучению рекомендованной литературы .....	32
Приложение .....	36



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика

Версия документа - 1

стр. 4 из 36

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

## 1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями изучения дисциплины являются:

– формирование компетенций, направленных на обеспечение совместной и эффективной деятельности людей с учетом теоретических и практических знаний современного менеджмента;

– формирование целостного представления и способностей использования маркетинговых инструментов в процессе принятия и реализации организационно-управленческих решений на основе приобретенных знаний, умений и навыков в осуществлении маркетинговой деятельности, направленной на обеспечение конкурентоспособности организации.

Задачи дисциплины:

– изучение научных основ управленческой деятельности;

– изучение особенностей построения и функционирования современных организаций;

– получение представления об основных функциях менеджмента, отражающих

– закономерности организации и развития предприятия в современных условиях;

– освоение теоретических основ и концепций маркетинга;

– осмысление и понимание особенностей разработки и координации инструментов комплекса маркетинга организации или товара с целью обеспечения их конкурентоспособности;

– приобретение практических умений и навыков разработки стратегических и тактических организационно-управленческих решений в области маркетинговой деятельности.

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ, ЗАКРЕПЛЕННЫЕ ЗА ДИСЦИПЛИНОЙ

Изучение дисциплины «Менеджмент и маркетинг» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС)	Содержание компетенций согласно ФГОС	Индикаторы достижения компетенции согласно ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	
ОПК-1м	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационно й	ОПК-1м.1 Применяет знания экономических, организационных и управленческих теорий для успешного решения	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Знать:</i> содержание экономических, организационных и управленческих теорий в объеме, необходимом для осуществления профессиональной деятельности. <i>Уметь:</i> изучать и исследовать экономические, организационные и управленческие процессы и явления,



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика

Версия документа - 1

стр. 5 из 36

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

	и управленческой теории	профессиональных задач		происходящие в профессиональной деятельности. <i>Владеть:</i> базовыми категориями экономических, организационных и управленческих теорий, их источниками
			<i>Продвинутый уровень</i>	<i>Знать:</i> динамику и закономерности экономических, организационных и управленческих процессов и явлений, происходящих в профессиональной деятельности. <i>Уметь:</i> оперировать различными компонентами экономических, организационных и управленческих теорий для успешного решения профессиональных задач. <i>Владеть:</i> навыками анализа реальных экономических, организационных и управленческих процессов и явлений, происходящих в профессиональной деятельности.
			<i>Высокий уровень</i>	<i>Знать:</i> историю появления и тенденции развития экономических, организационных и управленческих теорий и их роль в системе сложившихся экономических отношений. <i>Уметь:</i> анализировать взаимосвязи и взаимозависимости между экономическими, организационными и управленческими процессами и явлениями, происходящими в профессиональной деятельности, с целью её развития и совершенствования. <i>Владеть:</i> навыками оценки целесообразности применения знаний экономических, организационных и управленческих теорий для успешного решения профессиональных задач.
		ОПК-1м.2 Формулирует профессиональные задачи, используя понятийно-категориальный экономической, организационной и управленческой теории	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Знать:</i> общие и фундаментальные понятия, являющиеся результатом анализа окружающей экономической действительности и составляющие основу решений профессиональных задач. <i>Уметь:</i> обосновывать и аргументировать применение в процессе формулировки профессиональных задач различных компонентов экономических, организационных и управленческих теорий. <i>Владеть:</i> понятийно-категориальным аппаратом экономической, организационной и управленческой



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика

Версия документа - 1

стр. 6 из 36

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

				теории и использует его для формулировки профессиональных задач
			<i>Продвинутый уровень</i>	<i>Знать:</i> ключевые связи формулировки конкретной профессиональной задачи с общим понятийно-категориальным аппаратом экономической, организационной и управленческой теории. <i>Уметь:</i> применять действующий понятийно-категориальный аппарат экономической, организационной и управленческой теории для формулировки профессиональных задач в рамках единых теоретико-методологических принципов. <i>Владеть:</i> навыками применения аналитического инструментария экономической, организационной и управленческой теории для формулировки профессиональных задач, выявления причинно-следственных связей и оптимизации деятельности объекта профессиональной деятельности.
			<i>Высокий уровень</i>	<i>Знать:</i> алгоритмизированную процедуру формулировки профессиональных задач по специфическим заданным правилам и критериям, применимым к объекту профессиональной деятельности. <i>Уметь:</i> используя базовые понятия и категории, преобразовать содержание профессиональных задач для обеспечения достижения искомого результата. <i>Владеть:</i> навыками самостоятельного теоретического обобщения экономической, организационной и управленческой практики как важнейшего инструмента формулировки профессиональных задач.
		ОПК-1м.3 Использует основы экономических, организационных и управленческих теорий для выполнения конкретных профессиональных задач	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Знать:</i> способы выполнения конкретных профессиональных задач, охватывающих основные трудовые действия, входящие в профессиональную деятельность. <i>Уметь:</i> использовать инструменты экономических, организационных и управленческих теорий при выполнении конкретных задач в рамках профессиональной деятельности. <i>Владеть:</i> навыками выполнения конкретных профессиональных задач на основе базовых закономерностей



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика

Версия документа - 1

стр. 7 из 36

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

				экономических, организационных и управленческих теорий
			<i>Продвинутый уровень</i>	<i>Знать:</i> механизмы выполнения конкретных профессиональных задач, представленные в экономических, организационных и управленческих теориях <i>Уметь:</i> использовать инструменты экономических, организационных и управленческих теорий для повышения эффективности профессиональной деятельности. <i>Владеть:</i> навыками выполнения конкретных профессиональных задач на основе обобщения и критического анализа экономических, организационных и управленческих теорий.
			<i>Высокий уровень</i>	<i>Знать:</i> системообразующие элементы категориально-теоретической базы, применимые для построения моделей выполнения конкретных профессиональных задач. <i>Уметь:</i> осуществлять выбор среди существующих концептуальных подходов к выполнению конкретной профессиональной задачи. <i>Владеть:</i> навыками выполнения конкретных профессиональных задач на основе инновационного подхода к инструментам экономических, организационных и управленческих теорий.
ОПК-3м	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учётом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	ОПК-3м.1 Описывает и/или интерпретирует проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Знать:</i> профессиональную терминологию в области принятия организационно-управленческих решений <i>Уметь:</i> проводить организационную диагностику и формулировать проблемы организации <i>Владеть:</i> методами диагностики организационных проблем
			<i>Продвинутый уровень</i>	<i>Знать:</i> причины возникновения организационных проблем <i>Уметь:</i> анализировать результаты проблемных ситуаций организации для формирования и принятия организационно-управленческих решений <i>Владеть:</i> навыками диагностики причин возникновения организационных проблем
			<i>Высокий уровень</i>	<i>Знать:</i> современные подходы к исследованию проблем управления организациями



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика

Версия документа - 1

стр. 8 из 36

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

				<p><i>Уметь:</i> интерпретировать проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления</p> <p><i>Владеть:</i> навыками определения всего комплекса организационных проблем и выявления причин их возникновения.</p>
		ОПК-3м.2 Разрабатывает, обосновывает эффективность, содействует реализации организационно-управленческих решений на основе анализа результатов организационной среды с учетом их социальной значимости	<i>Пороговый уровень</i>	<p><i>Знать:</i> содержание и виды организационно-управленческих решений, процесс их разработки, обоснования и реализации</p> <p><i>Уметь:</i> воспринимать и анализировать информацию о состоянии организационной среды, необходимую для принятия и последующей реализации обоснованного управленческого решения</p> <p><i>Владеть:</i> навыками разработки организационно-управленческих решений на основе анализа результатов организационной среды</p>
			<i>Продвинутый уровень</i>	<p><i>Знать:</i> методы разработки и обоснования организационно-управленческих решений в различных ситуациях</p> <p><i>Уметь:</i> разрабатывать различные варианты организационно-управленческих решений на основе анализа результатов организационной среды и с учётом их социальной значимости, осуществлять выбор и нести за него ответственность</p> <p><i>Владеть:</i> навыками принятия и обоснования организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности</p>
			<i>Высокий уровень</i>	<p><i>Знать:</i> критерии выбора оптимальных организационно-управленческих решений и способы их реализации</p> <p><i>Уметь:</i> оценивать возможные варианты решения проблемы на основе анализа результатов организационной среды, сравнивая достоинства и недостатки каждой альтернативы</p> <p><i>Владеть:</i> навыками реализации и содействия реализации организационно-управленческих решений на основе анализа результатов организационной среды с учетом их социальной значимости</p>
		ОПК-3м.3 Оценивает ожидаемые	<i>Пороговый уровень</i>	<p><i>Знать:</i> теоретические основы оценки результатов реализации организационно-управленческих решений</p>





МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика

Версия документа - 1

стр. 9 из 36

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		результаты и/или последствия реализации организационно-управленческих решений с точки зрения их социальной значимости		<i>Уметь:</i> использовать законодательные, нормативные и методические документы в процессе оценки результатов реализации организационно-управленческих решений. <i>Владеть:</i> методами анализа результатов проблемных ситуаций в организации
			<i>Продвинутый уровень</i>	<i>Знать:</i> принципы и методы оценки результатов реализации организационно-управленческих решений <i>Уметь:</i> проводить аудит процесса принятия организационно-управленческих решений, его эффективности, результативности и оптимальности <i>Владеть:</i> навыками оценки ожидаемых результатов реализации организационно-управленческих решений
			<i>Высокий уровень</i>	<i>Знать:</i> формы и стимулирующие механизмы ответственности за результаты принятых организационно-управленческих решений в различных, в том числе и в нестандартных ситуациях <i>Уметь:</i> оценивать последствия организационно-управленческих решений и нести за них ответственность. <i>Владеть:</i> информационными, коммуникационно-техническими средствами оценки ожидаемых результатов реализации организационно-управленческих решений

### 3 ОБЩИЕ МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Приступая к изучению дисциплины «Менеджмент и маркетинг» студентам необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы дисциплины, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы.

В ходе занятий лекционного типа необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

При подготовке к практическим занятиям лекционный материал каждой темы должен



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика

Версия документа - 1

стр. 10 из 36

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

прочитываться многократно. Кроме лекционного материала по теме дисциплины необходимо использовать дополнительную информацию из списка рекомендуемой литературы, материалы современных профессиональных баз данных, информационно-справочных и электронные библиотечных систем. При первом прочтении учебного материала нужно ставить цель – понять, а не запомнить. Обычно для достижения хорошего понимания материала одного прочтения мало. К тому же часто приходится припомнить кое-что из ранее изученного, поэтому первое прочтение оказывается самым длительным. Необходимо запомнить основные понятия, это должно стать основным ориентиром во всех последующих видах работы с лекциями и учебным материалом. После усвоения учебного материала, по отдельным темам дисциплины необходимо приступить к подготовке презентационного материала в рамках малой группы. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью, практической деятельностью предприятия. По каждой теме изучаемой дисциплины необходимо уметь выполнять практические работы (тесты и практические упражнения), кейс-задания или мини-проект. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей учебной программы.

В процессе самостоятельной работы обучающиеся закрепляют теоретические знания, полученные на занятиях, развивают и углубляют знания по вопросам темам, требующим дополнительной разработки. По каждой теме обучающемуся предлагается подготовка конспекта по заданным вопросам либо выполнение практических заданий, которые составлены в соответствии с тематическим планом дисциплины.

При подготовке к рубежному контролю и зачету необходимо повторить пройденный материал в строгом соответствии с рабочей программой дисциплины. Использовать материалы занятий, конспекта лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. Обратит особое внимание на темы учебных занятий, пропущенных обучающимся по разным причинам. При необходимости обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю

Типовые оценочные средства, используемые в процессе освоения дисциплины, и их критерии приведены в Фондах оценочных средств текущего контроля, рубежного контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

#### **4 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАНЯТИЯМ ЛЕКЦИОННОГО ТИПА**

Основными видами аудиторной работы обучающихся являются занятия лекционного типа. В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на практические занятия, вместе с тем, четко формулирует и указания на самостоятельную работу.

##### *Методические рекомендации для подготовки к лекции*

Важным критерием в подготовке к занятию лекционного типа является подготовка студентов к сознательному восприятию преподаваемого материала. При подготовке студента



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика

Версия документа - 1

стр. 11 из 36

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

к лекции необходимо:

– во-первых, психологически настроиться на эту работу, осознать необходимость ее систематического выполнения;

– во-вторых, необходимо выполнение познавательно-практической деятельности накануне лекции (просматривание записей предыдущей лекции для восстановления в памяти ранее изученного материала; ознакомление с заданиями для самостоятельной работы, включенными в программу, подбор литературы)

Подготовка к лекции мобилизует студента на творческую работу, главными в которой являются умения слушать, воспринимать, записывать. Лекция – это один из видов устной речи, когда студент должен воспринимать на слух излагаемый материал. Внимательно слушающий студент напряженно работает – анализирует излагаемый материал, выделяет главное, обобщает с ранее полученной информацией и кратко записывает. Слушая лекцию, нужно из всего получаемого материала выбирать и записывать самое главное. Следует знать, что главные положения лекции преподаватель обычно выделяет интонацией или повторяет несколько раз. Именно поэтому предварительная подготовка к лекции позволит студенту уловить тот момент, когда следует перейти к конспектированию, а когда можно просто внимательно слушать лекцию.

### Темы лекций и вопросы, подлежащие рассмотрению на них

Темы	Вопросы
Тема 1. Введение в менеджмент	1. Понятие, сущность, цели, задачи и принципы менеджмента 2. Методы менеджмента 3. Природа управления и исторические тенденции его развития 4. Организация как объект управления 5. Внутренняя среда организации 6. Внешняя среда организации
Тема 2. Специфика менеджмента в России	1. Предпосылки научного менеджмента в России 2. Возникновение научного менеджмента в России. Управление в СССР 3. Сущность, особенности и задачи российского менеджмента в современных условиях
Тема 3. Понятие и сущность функций менеджмента	1. Содержание и классификация функций менеджмента 2. Основные функции менеджмента
Тема 4. Особенности управления предприятием в современных условиях	1. Цели и задачи управления предприятием 2. Управление экономическими отношениями предприятия 3. Управление рисками
Тема 5. Теоретические основы и концепции маркетинга	1. Сущность и содержание маркетинга 2. Концепции маркетинга 3. Функции и базовые принципы маркетинга.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика

Версия документа - 1

стр. 12 из 36

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

	4. Комплекс маркетинга 5. Типы и виды маркетинга
Тема 6. Поведение потребителей	1. Понятие и классификация потребностей. 2. Типы потребителей. 3. Потребительский рынок и поведение на нем покупателей. 4. Рынок товаров производственного назначения и поведение потребителей
Тема 7. Сегментирование рынка	1. Характеристика товарных рынков 2. Сущность и виды сегментирования 3. Признаки и критерии сегментирования 4. Выбор целевого рынка 5. Позиционирование товара на рынке
Тема 8. Комплекс маркетинга	1. Товарная политика в маркетинге 2. Ценовая политика в маркетинге 3. Сбытовая политика в маркетинге 4. Коммуникационная политика в маркетинге

Для последующей эффективной работы с лекционным материалом студенту необходимо зафиксировать название темы, план лекции и рекомендованную литературу, после этого приступить к записи содержания лекции (ведению конспекта).

Конспектирование учебного материала необходимо вести, обращая внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в изучении проблем.

Знакомство с дисциплиной происходит уже на первой лекции, где от студента требуется не просто внимание, но и самостоятельное оформление конспекта. При работе с конспектом лекций необходимо учитывать тот фактор, что одни лекции дают ответы на конкретные вопросы темы, другие – лишь выявляют взаимосвязи между явлениями, помогая студенту понять глубинные процессы развития изучаемого предмета как в историческом аспекте, так и в настоящее время.

Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное и сделано это самим обучающимся.

*Методические рекомендации по конспектированию лекций:*


– не нужно стараться записать весь материал, озвученный преподавателем. Как правило, лектором делаются акценты на ключевых моментах лекции для начала конспектирования;

– конспектирование необходимо начинать после оглашением главной мысли лектором, перед началом ее комментирования;

– выделение главных мыслей в конспекте другим цветом целесообразно производить вне лекции с целью сокращения времени на конспектирование на самой лекции;

– применение сокращений приветствуется;

– нужно избегать длинных и сложных рассуждений;

 <p>МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики</p>			
<p>Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика</p>			
Версия документа - 1	стр. 13 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

– дословное конспектирование отнимает много времени, поэтому необходимо опускать фразы, имеющие второстепенное значение;

– если в лекции встречаются неизвестные термины, лучше всего отметить на полях их существование, оставить место для их пояснения и в конце лекции задать уточняющий вопрос лектору;

– при конспектировании письменного материала необходимо обращать внимание не только на основные положения текста, но и на доказательства, примеры, цитаты, мнения ученых и практиков;

– желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Работая впоследствии над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическими знаниями.

## **5 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАНЯТИЯМ СЕМИНАРСКОГО ТИПА И ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**

Практические занятия являются важной формой учебного процесса. Они способствуют закреплению и углублению знаний, полученных студентами на лекциях и в результате самостоятельной работы над учебной и научной литературой, материалами профессиональных баз и т.п. Они призваны развивать самостоятельность мышления и логику доказывания, умение делать выводы, связывать теоретические положения с практикой, формировать культуру профессиональной речи и профессиональное сознание будущих экономистов.

Цель практических занятий – привить навыки инновационного поиска при решении управленческих и маркетинговых задач организации, анализа и обобщения изучаемого материала. Организационно при проведении занятий предпочтение отдается индивидуальной работе студентов над решением конкретных теоретических (в рамках устного опроса) и практических задач (в рамках выполнения практической работы) и работе в малых группах (в рамках подготовки и обсуждения презентационных докладов по наиболее проблемным и сложным вопросам отдельных тем, подготовки мини-проекта, разбору кейс-заданий, результатов выполнения практических упражнений).


Для успешного проведения занятия к нему нужно подготовиться заблаговременно.

В обязанности преподавателя входит оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам дисциплины.

Подготовка студента к практическому занятию включает:

– изучение конспектов лекций, учебной и специальной литературы, источников в сети Интернет и т.п.;

– ответы на контрольные вопросы и тесты, содержащиеся в учебной литературе;

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики			
Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика			
Версия документа - 1	стр. 14 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

- подготовку к устному опросу;
- подготовку презентационных докладов и мини-проектов для выступления;
- подготовку к выполнению практической работы и кейс-заданий.

Активность студентов на практических занятиях определяется:

- эффективностью организации работы в малой группе и качеством подготовки презентационного доклада, мини-проекта, полнотой ответов на вопросы, предлагаемых преподавателем и сокурсниками, активностью участия студентов в дискуссиях;
- качеством и полнотой выполнения практической работы (тестовых заданий и практических упражнений) и кейс-заданий;
- содержательностью ответа в рамках устного опроса.

*Методические рекомендации по подготовке к устному опросу*


Целью устного опроса являются обобщение и закрепление материала изученной темы дисциплины. Студентам предлагаются для освещения сквозные концептуальные проблемы. При подготовке следует использовать лекционный материал и учебную литературу. Для более глубокого постижения курса и более основательной подготовки рекомендуется познакомиться с указанной дополнительной литературой. Готовясь к устному опросу, студент должен, прежде всего, ознакомиться с общим планом занятия. Следует внимательно прочесть свой конспект лекции по изучаемой теме и рекомендуемую к теме занятия литературу. При этом важно научиться выделять в рассматриваемой проблеме самое главное и сосредотачивать на нем основное внимание при подготовке.

Ответ на каждый вопрос из плана занятия должен быть доказательным и аргументированным, студенту нужно уметь отстаивать свою точку зрения. Для этого следует использовать документы, монографическую, учебную и справочную литературу. Активно участвуя в обсуждении проблем на занятиях, студенты учатся последовательно мыслить, логически рассуждать, внимательно слушать своих товарищей, принимать участие в спорах и дискуссиях. Для успешной подготовки к устному опросу, студент должен законспектировать рекомендуемую литературу, внимательно осмыслить фактический материал и сделать выводы. Студенту надлежит хорошо подготовиться, чтобы иметь возможность грамотно и полно ответить на заданные ему вопросы, суметь сделать выводы и показать значимость данной проблемы для изучаемого курса. Студенту необходимо также дать анализ той литературы, которой он воспользовался при подготовке к устному опросу на занятии.

При подготовке, студент должен правильно оценить вопрос, который он должен подготовить для выступления на занятии. Но для того, чтобы правильно и четко ответить на поставленный вопрос, необходимо правильно уметь пользоваться учебной и дополнительной литературой. Перечень требований к любому выступлению студента примерно таков:

- связь выступления с предшествующей темой или вопросом;
- раскрытие сущности проблемы;
- методологическое значение для научной, профессиональной и практической деятельности.

Разумеется, студент не обязан строго придерживаться такого порядка изложения, но все аспекты вопроса должны быть освещены, что обеспечит выступлению необходимую полноту и завершенность.

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики			
Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика			
Версия документа - 1	стр. 15 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Приводимые участником семинара примеры и факты должны быть существенными, по возможности перекликаться с профилем обучения.

Выступление студента должно соответствовать требованиям логики. Четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

*Методические рекомендации по подготовке презентационного доклада*

Студенты группы делятся на малые группы, каждая из которых готовит презентационный доклад (доклад и презентацию к нему), используя лекционный материал по данной теме, дополнительную информацию из рекомендуемой литературы, материалы современных профессиональных баз данных, информационно-справочных и электронных библиотечных систем. В каждой малой группе коллективно готовится презентационный доклад для всех остальных студентов, не участвующих в разработке. Темы презентационных докладов соответствуют основным вопросам темы и представлены Фонде оценочных средств текущего контроля по дисциплине.


Доклад должен содержать следующие элементы:

- четкое формулирование соответствующего теоретического положения в виде развернутого определения;
- приведение и раскрытие основных черт, признаков, значения и роли изучаемого явления или доказательства определенного теоретического положения;
- подкрепление теоретических положений конкретными фактами и примерами из практики действующих предприятий;
- кейсы или практические задания или для оставшихся студентов группы.

Студент должен полно излагать материал (отвечать на вопрос), давать правильное определение основных понятий, обнаруживать понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагать материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

К содержанию и оформлению презентации предъявляются следующие требования:

- презентация создается по выбранному малой группой вопросу темы;
- сформулированная тема должна быть ясно изложена и структурирована;
- презентация должна иметь титульный слайд с заголовком (тема, цели, план и т.п.);
- объем презентации не менее 10 слайдов;
- фон слайдов – однотонный. В презентации должен быть выдержан стиль, цветовая гамма, использована анимация, звук;
- выравнивание текста – слева, заголовки – по центру;
- шрифт текста на слайде – 28-30 пт;
- рекомендуется на слайде использовать графические изображения (фотографии, картинки, иллюстрации), располагать рисунки;
- при создании презентации можно использовать как рекомендуемую литературу,

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика			
Версия документа - 1	стр. 16 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

так и ресурсы Интернет;

- презентация оформлена и представлена в установленный срок;
- при защите учитывается наглядность презентации, содержание и соответствие материала.

В ходе защиты остальные студенты группы внимательно слушают выступления своих однокурсников, дают характеристику содержанию и презентации представленного доклада, задают дополнительные или уточняющие вопросы, обосновывают свою точку зрения по вопросам, представленным в перечне вопросов для коллективного обсуждения, и выполнении предложенных малой группой кейсов или практических заданий. Оценка подготовленных презентационных докладов определяется с учетом мнения слушателей, по критериям доступности и наглядности подготовленного материала в малой группе, обоснованности и содержательности вопросов, активности участия в обсуждении.

*Методические рекомендации по подготовке к практической работе*

Практическая работа по каждой теме дисциплины предполагает выполнение тестовых заданий и практических упражнений. Тестовые задания и практические упражнения составлены с учетом лекционных материалов по каждой теме дисциплины.

Цель тестов: проверка усвоения теоретического материала дисциплины (содержания и объема общих и специальных понятий, терминологии, факторов и механизмов), а также развития учебных умений и навыков.

Тесты могут быть составлены в следующей форме:

- закрытые задания с выбором одного правильного ответа (один вопрос и пять вариантов ответов, из которых необходимо выбрать один);
- открытые задания с выбором нескольких правильных ответов.

При подготовке к тестированию необходимо:

- проработать информационный материал по дисциплине;
- четко выяснить все условия тестирования заранее: сколько тестов будет предложено, сколько времени отводится на тестирование, какова система оценки результатов и т.д.


При прохождении тестирования необходимо:

- внимательно и до конца прочитать вопрос и предлагаемые варианты ответов, выбрать правильные (их может быть несколько);
- в процессе решения желательно применять несколько подходов в решении задания (это позволяет максимально гибко оперировать методами решения, находя каждый раз оптимальный вариант);
- не тратить много времени на «трудный вопрос», переходить к другим тестам, вернувшись к нему в конце;
- оставить время для проверки ответов, чтобы избежать механических ошибок.

Выполнение студентами, практических упражнений направлено на:

- обобщение, систематизацию, углубление, закрепление полученных практических знаний по конкретным темам дисциплины;
- формирование умений применять полученные знания на практике, реализацию единства интеллектуальной и практической деятельности;



	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика			
Версия документа - 1	стр. 17 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

– развитие личностных качеств, направленных на устойчивое стремление к самосовершенствованию: самопознанию, самоконтролю, самооценке, саморазвитию и саморегуляции;

– развитие интеллектуальных умений у будущих бакалавров;  
 – выработку таких профессионально значимых качеств, как самостоятельность, ответственность, точность, творческая инициатива.

Для успешного выполнения практических упражнений студентам рекомендуется:

1. Внимательно прочитать конспекты, составленные на учебном занятии.
2. Прочитать тот же материал по учебным пособиям из списка рекомендуемой литературы и ответить на контрольные вопросы.
3. Постараться разобраться с непонятными, в частности новыми терминами.
4. Кратко пересказать содержание изученного материала «своими словами».
5. Заучить «рабочие определения» основных понятий.
6. Просмотреть задачи, которые решали вместе с преподавателем на учебных занятиях.

Показатели оценки практических упражнений:

- обоснованность и правильность изложения ответа на вопрос, приведенный в практическом упражнении;
- умение использовать теоретические знания при выполнении практических упражнений или ответе на практико-ориентированные вопросы.


*Методические рекомендации по подготовке к кейс-заданиям*

При работе с кейсом, независимо от его природы, студентам рекомендуется:

- «проанализировать» его: выявить, что и почему происходит, что может произойти и почему;
- объяснить ситуацию;
- оценить уже принятые меры;
- обсудить возможные будущие действия и сравнить их возможную эффективность.

Работая над кейсом, студенты должны продемонстрировать следующие умения:

- определение лиц, чьи интересы затрагивает проблемная ситуация и умение учитывать их различные, зачастую противоположные интересы и точки зрения;
- определение того, какая имеющаяся или доступная информация может пролить свет на ситуацию и в какой степени эта информация будет надежной;
- умение разбираться в представлениях о ситуации – своих и других членов группы, а также основных действующих лиц кейса (субъективные представления могут вести к неправильному восприятию проблемы или ограничивать возможности улучшения ситуации);
- умение работать с неоднозначностью и неопределенностью, т.к. никогда не будет полной информации;
- умение «выявить суть» проблемной ситуации так, чтобы почувствовать, понять, что действительно происходит – основные проблемы ситуации, факторы, повлиявшие на их возникновение, задействованные причинные связи и/или вероятные последствия осуществленных и возможных будущих действий;
- с учетом предыдущего понимания – умение разработать необходимые действия;

 <p>МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики</p>			
<p>Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика</p>			
Версия документа - 1	стр. 18 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

- умение убедить всех, кого нужно в этом убедить, что выбранное направление деятельности действительно приемлемо;
- умение удостовериться, что все вовлеченные в эти действия люди активно участвуют в них и способны их выполнять.

*Методические рекомендации по подготовке мини-проекта*

Мини-проект – учебная работа научно-исследовательского и научно-инновационного характера, осуществляемая в рамках конкретной дисциплины, содержащая решение научной задачи проектно-технологического характера и предполагающая получение конкретного продукта – социальной технологии, сервиса, практики, алгоритма, пакета документов, программы мероприятий и т.д.


Основными признаками проекта, отличающими его от других видов повседневной деятельности являются:

- новизна;
- изменения как основное содержание проекта;
- неповторимость;
- конкретная цель, ограниченная во времени;
- временная ограниченность продолжительности проекта;
- ограниченность требуемых ресурсов;
- бюджет, относящийся к проекту;
- комплексность решения проблемы;
- выделение сферы проекта в сфере взаимодействия организации и рынка.

Рекомендуемая структура мини-проектов включает в себя следующие составные элементы:

1. Титульный лист
2. Содержание
3. Введение (актуальность мини-проекта, его цели и задачи, обоснование теоретической и практической значимости результатов мини-проекта, его целевая аудитория).
4. Аналитический обзор (теоретическая часть, включающая краткий анализ текущего состояния исследуемой проблемы).
5. Основные результаты мини-проекта (практическая часть, включающая формулировку и подробное обоснование основных теоретических положений, сформулированных авторами мини-проекта, либо развернутое описание решения поставленных теоретических и практических задач, в котором обязательно должен быть конкретизирован авторский вклад в решение поставленной проблемы). При необходимости данную часть можно разбивать на разделы и подразделы.
6. Внедрение результатов мини-проекта (описание предполагаемых сфер внедрения результатов работы, возможности участия авторов в реализации мини-проекта, степень практического внедрения, если внедрение или апробация уже осуществлены).
7. Заключение.

При подготовке мини-проекта студент должен познакомиться с достаточным количеством литературных источников по означенной проблеме, предпочтение отдавать литературе, опубликованной в течение последних 5 лет, проработать содержание лекционных

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика			
Версия документа - 1	стр. 19 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

и семинарских занятий. Допускается обращение к Интернет-сайтам. Список литературы, предлагаемый в данных методических рекомендациях, поможет определить круг авторов, на труды которых следует обратить особое внимание. По заранее озвученной теме деловой игры студенты осуществляют тщательную подготовку, включая определение контекстного содержания проигрываемых ролей.

Типовые оценочные средства, используемые в процессе проведения практических занятий, и их критерии приведены в Фонде оценочных средств текущего контроля по дисциплине.

### Тема 1. Введение в менеджмент

**Цель:** закрепить знания по сущности и содержанию менеджмента, сформировать умения проводить анализ основных подходов к менеджменту

#### **Основные вопросы:**

1. Основные подходы к определению понятия «менеджмент»
2. Менеджмент как особая функция и процесс управления
3. Менеджмент как научная дисциплина и искусство управления

**Оценочные средства:** устный опрос, практическая работа (тестовые задания и практические упражнения)

#### *Рекомендуемая литература*

Основная литература:


1. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. Н. Шапкин [и др.]; под общей редакцией И. Н. Шапкина. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 589 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/544945>
2. Иванова И.А. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. – 2-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 327 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/535066>

Дополнительная литература:

1. Менеджмент: учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.]; под редакцией Ю. В. Кузнецова. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 448 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/511207>
2. Менеджмент: учебник для вузов / А. Л. Гапоненко [и др.]; под общей редакцией А. Л. Гапоненко. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 368 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/510859>

### Тема 2. Специфика менеджмента в России

**Цель:** закрепить знания по историческим предпосылкам возникновения управленческой мысли в России, овладеть основными навыками по анализу особенностей российского менеджмента

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики		
	Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика		
Версия документа - 1	стр. 20 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

### **Основные вопросы:**

1. Особенности российского менеджмента
2. Концепции формирования российского менеджмента
3. Проблемы и задачи в российском менеджменте
4. Опыт современного зарубежного менеджмента
5. Возможности и пути использования опыта зарубежного менеджмента в России

**Оценочные средства:** устный опрос, презентационный доклад

#### *Рекомендуемая литература*

Основная литература:

1. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. Н. Шапкин [и др.]; под общей редакцией И. Н. Шапкина. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 589 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/544945>
2. Иванова И.А. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. – 2-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 327 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/535066>

Дополнительная литература:

1. Менеджмент: учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.]; под редакцией Ю. В. Кузнецова. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 448 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/511207>
2. Менеджмент: учебник для вузов / А. Л. Гапоненко [и др.]; под общей редакцией А. Л. Гапоненко. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 368 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/510859>

### **Тема 3. Понятие и сущность функций менеджмента**

**Цель:** закрепить знания по функциям менеджмента, сформировать умения анализа различных классификаций функций менеджмента.

### **Основные вопросы:**


1. Общие функции менеджмента
2. Функции дифференциации управления
3. Функции интеграции менеджмента

**Оценочные средства:** устный опрос, практическая работа (тестовые задания и практические упражнения)

#### *Рекомендуемая литература*

Основная литература:

1. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. Н. Шапкин [и др.]; под общей редакцией И. Н. Шапкина. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2024. –

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика			
Версия документа - 1	стр. 21 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

589 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/544945>

2. Иванова И.А. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. – 2-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 327 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/535066>

Дополнительная литература:

1. Менеджмент: учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.]; под редакцией Ю. В. Кузнецова. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 448 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/511207>

2. Менеджмент: учебник для вузов / А. Л. Гапоненко [и др.]; под общей редакцией А. Л. Гапоненко. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 368 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/510859>

#### **Тема 4. Особенности управления предприятием в современных условиях**

**Цель:** получить навыки управления в условиях определенности и неопределенности и риска.

**Основные вопросы:**

1. Особенности работы менеджеров в кризисной ситуации
2. Общая характеристика видов менеджмента

**Оценочные средства:** устный опрос, защита мини-проекта

*Рекомендуемая литература*

Основная литература:

1. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. Н. Шапкин [и др.]; под общей редакцией И. Н. Шапкина. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 589 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/544945>

2. Иванова И.А. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. – 2-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 327 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/535066>


Дополнительная литература:

1. Менеджмент: учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.]; под редакцией Ю. В. Кузнецова. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 448 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/511207>

2. Менеджмент: учебник для вузов / А. Л. Гапоненко [и др.]; под общей редакцией А. Л. Гапоненко. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 368 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/510859>

#### **Тема 5. Теоретические основы и концепции маркетинга**

**Цель:** закрепить знания о маркетинге, его роли и целях в управлении фирмой

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики		
	Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика		
Версия документа - 1	стр. 22 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

### **Основные вопросы:**

1. Понятие и сущность маркетинга
2. основополагающие понятия маркетинга: нужда, потребность, товар, обмен
3. Концепции маркетинга
4. Основные принципы и задачи маркетинга
5. Основные функции и подфункции современного маркетинга
6. Организация маркетинговой деятельности

### **Оценочные средства:** кейс-задания

#### *Рекомендуемая литература*

#### Основная литература:

1. Григорьев М. Н. Маркетинг: учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 559 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/535571>
2. Реброва Н. П. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 277 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/536443>

#### Дополнительная литература:


1. Карпова С. В. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 408 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/530925>
2. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 358 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/531181>
3. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 486 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/510866>

## **Тема 6. Поведение потребителей**

**Цель:** закрепить знания и сформировать навыки анализа поведения потребителей на товарных рынках разных типов.

### **Основные вопросы:**

1. Понятие и классификация потребностей. Факторы, влияющие на формирование и развитие потребностей. Основы измерения потребностей: теория рационального потребления, экономические теории, теории мотивации 3. Фрейда, А. Маслоу
2. Типы потребителей. Основные различия между типами потребителей
3. Потребительский рынок и поведение на нем покупателей. Факторы, влияющие на поведение потребителя. Подходы к формированию модели покупательского поведения. Процесс принятия решения о покупке
4. Рынок товаров производственного назначения и поведение потребителей. Типы

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики		
	Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика		
Версия документа - 1	стр. 23 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

закупок. Основные факторы, влияющие на поведение организаций-потребителей. Процесс принятия решения о покупке товаров производственного назначения. Особенности покупательского поведения государственных учреждений

**Оценочные средства:** презентационный доклад

*Рекомендуемая литература*

Основная литература:

1. Григорьев М. Н. Маркетинг: учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 559 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/535571>
2. Реброва Н. П. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 277 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/536443>
- 3.

Дополнительная литература:

1. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 358 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/531181>
2. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 486 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/510866>

### Тема 7. Сегментирование рынка

**Цель:** закрепить знания и сформировать навыки проведения сегментирования рынка, выбора целевого рынка и осуществления позиционирования товара на рынке.


**Основные вопросы:**

1. Понятие сегмента рынка. Сущность, цели, виды и схема сегментирования
2. Признаки сегментации потребительских товаров. Признаки сегментации товаров производственно-технического назначения. Критерий сегментации, его виды
3. Целевой рынок. Рыночное окно. Рыночная ниша. Оптимальный сегмент рынка, методы его поиска. Стратегии выбора целевого рынка
4. Сущность позиции продукта. Позиционирование товара на рынке, его смысл, цели и пути. Карты позиционирования

**Оценочные средства:** практическая работа (тестовые задания и практические упражнения)

*Рекомендуемая литература*

Основная литература:

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики		
	Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика		
Версия документа - 1	стр. 24 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

1. Григорьев М. Н. Маркетинг: учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 559 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/535571>

2. Реброва Н. П. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 277 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/536443>

Дополнительная литература:

1. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 486 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/510866>

## Тема 8. Комплекс маркетинга

**Цель:** сформировать навыки принятия маркетинговых решений по товару, цене, сбыту и продвижению.

### Основные вопросы:

1. Понятие товара в маркетинге. Трехуровневая модель товара. Жизненный цикл товара. Товарный знак, типы его обозначений. Брэнд. Упаковка товара: основные функции и предъявляемые требования. Маркировка товара. Товарный ассортимент и номенклатура: понятие и характеристики. Новый товар: понятие, мотивы инновационных введений, подходы к созданию. Основные этапы разработки нового товара

2. Понятие и функции цен. Виды цен. Ценообразующие факторы. Роль ценовой политики в комплексе маркетинга. Методы ценообразования. Сущность и виды ценовой стратегии.

3. Канал сбыта: понятие, типы и характеристики. Виды сбытовых стратегий, их достоинства и недостатки. Функции и формы оптовой торговли. Понятие розничной торговли, ее функции и виды. Виды магазинов. Немагазинная розничная торговля. Понятие и сущность мерчендайзинга. Электронная торговля: понятие и ценность. Маркетинг-логистика: понятие, цель, задачи и функции.

4. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Понятие PR-связей с общественностью. Стимулирование сбыта: понятие, особенности, виды. Значение и особенности личной продажи, ее достоинства и недостатки. Понятие и функции рекламы. Виды, средства и каналы распространения рекламы. Понятие и организация рекламной деятельности


**Оценочные средства:** практическая работа (тестовые задания и практические упражнения)

### *Рекомендуемая литература*

Основная литература:

1. Григорьев М. Н. Маркетинг: учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 559 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/535571>



	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика			
Версия документа - 1	стр. 25 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

<https://urait.ru/bcode/535571>

2. Реброва Н. П. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 277 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/536443>

Дополнительная литература:

1. Карпова С. В. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 408 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/530925>

2. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 358 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/531181>

3. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 486 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/510866>


## 6 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ СТУДЕНТОВ

Самостоятельная работа студентов (СРС) – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений и навыков без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося. Самостоятельная работа помогает студенту глубже овладеть материалом по рассматриваемой теме, способствует формированию и развитию творческого мышления и практических навыков по разработке и выполнению более сложных заданий в дальнейшем – курсовой, выпускной квалификационной работы.

Цели самостоятельной работы:

- расширение и закрепление знаний, умений и навыков, приобретенных в процессе аудиторной работы;
- формирование умений работы с литературными источниками, методическими, инструктивными, справочно-нормативными, статистическими и другими материалами;
- развитие умений излагать обобщенный материал в определенной последовательности и правильно формировать выводы;
- систематизация, закрепление и применение полученных знаний, умений и навыков для решения конкретных управленческих задач;
- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и навыков;
- повышение ответственности самих обучаемых за свою профессиональную подготовку, формирование личностных и профессионально-деловых качеств.

Литература по выполнению самостоятельной работы подбирается при методической

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика			
Версия документа - 1	стр. 26 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

помощи преподавателя по дисциплине из электронной и традиционной библиотеки. Используются современные профессиональные базы данных, информационно-справочные и электронные библиотечные системы.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Самостоятельная работа студентов состоит из следующих компонентов:

- индивидуальная и групповая подготовка к практическому занятию;
- индивидуальное выполнение практических заданий;
- подготовка к экзамену.

#### *Методические рекомендации к составлению конспектов в рамках СРС*

Конспектирование – это процесс осмысленной переработки текста, аудио- и видеоматериала с целью улучшить запоминание информации. Написание конспекта позволяет выделить смысловые части, зафиксировать ключевые идеи, выявить закономерности и систематизировать информацию.

Конспект – это, прежде всего, изложение. Два главных его признака: написанное, сжатое. Он предполагает сжатое изложение всей темы, а не только её тезисов.

Цели конспектирования:

- во-первых, переработка информации и трансформации её вида;
- во-вторых, для выделения в тексте самого необходимого с целью решения определённой задачи, ответа на определённый вопрос;
- в-третьих, для того, чтобы легче было запомнить текст. Кроме того, конспект помогает создать структурную или понятийную модель проблемы, а также накопить информацию для некоей более объёмной работы.

Выделяют три основных вида конспекта:

- свободный конспект – напоминает школьное изложение, когда вы своими словами пересказываете материал. Это простой вид конспектирования;
- смешанный конспект – в таком конспекте пересказ дополняется словами автора. Это распространённый вид конспектирования;
- текстуальный конспект – состоит из цитат из текста, выражающих основную мысль и передающих главную ценность написанного.


Конспект должен содержать сжатые ответы на все поставленные вопросы, выводы и список использованных источников.

#### *Методические рекомендации к выполнению заданий СРС*

В процессе подготовки к практическому занятию по изучаемой теме дисциплины перед студентами ставится задача проработки и повторения лекционного материала, изучения дополнительного материала по литературным источникам, запоминания основных (ключевых) понятий, разработки презентационного доклада, подготовки к практической работе и выполнению кейс-заданий.

В процессе индивидуального выполнения практических заданий необходимо соблюдать следующие рекомендации:

1. Практические задания носят прикладной характер, поэтому, прежде чем начать выполнение практических заданий, необходимо изучить теоретические вопросы по данной теме

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика			
Версия документа - 1	стр. 27 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

(в конспекте лекций, учебных пособиях из предложенного ниже списка рекомендуемой литературы, электронно-библиотечных систем, по материалам СМИ, Интернета), и только после этого приступить к их выполнению.

2. Каждый студент должен самостоятельно выполнить все предложенные задания и оформить их либо в письменном виде, либо в печатном виде на листах формата А4.

3. Титульный лист является первой страницей практических заданий по теме СРС и служит источником информации о работе. Титульный лист включается в общую нумерацию страниц СРС. Номер страницы на титульном листе не проставляется. Образец титульного листа приведен в Приложении.

4. Критерии оценивания практических заданий приведены в Фонде оценочных средств текущего контроля по дисциплине.

5. Полнота и качество выполнения практических заданий в рамках СРС учитывается при определении рейтинга и влияет на экзаменационную оценку по дисциплине.

#### *Рекомендуемая литература*

##### Основная литература:

1. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. Н. Шапкин [и др.]; под общей редакцией И. Н. Шапкина. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 589 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/544945>

2. Иванова И.А. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. – 2-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 327 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/535066>

3. Григорьев М. Н. Маркетинг: учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 559 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/535571>

4. Реброва Н. П. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 277 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/536443>

##### Дополнительная литература:


1. Менеджмент: учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.]; под редакцией Ю. В. Кузнецова. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 448 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/511207>

2. Менеджмент: учебник для вузов / А. Л. Гапоненко [и др.]; под общей редакцией А. Л. Гапоненко. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 368 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/510859>

3. Карпова С. В. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 408 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/530925>

4. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 358 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/531181>

5. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.]; под редакцией Л. А. Данченко. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 486 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/510866>

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики		
	Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика		
Версия документа - 1	стр. 28 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

### **Тема 1. Введение в менеджмент**

1. Индивидуальная и групповая подготовка к практическому занятию
2. Индивидуальное выполнение задания: составить конспект по рассматриваемым вопросам:
  - 1) Типы организационных структур, их основные параметры и принципы проектирования
  - 2) Субъекты хозяйственных отношений
  - 3) Организационно-правовые формы предприятий

### **\*Тема 2. Специфика менеджмента в России**

1. Индивидуальная и групповая подготовка к практическому занятию
2. Индивидуальное выполнение задания: составить конспект по представленным вопросам:
  - 1) Тектология А. Богданова
  - 2) Теория социалистической рационализации О. Ерманского
  - 3) Концепция НОТ (А. Журавский, П. Керженцев и др.)
  - 4) Культура труда и управления А. Гастева
  - 5) Социальная инженерия и практика нововведений (А. Гастев, Н. Витке, Ф. Дунаевский)

### **Тема 3. Понятие и сущность функций менеджмента**

1. Индивидуальная и групповая подготовка к практическому занятию
2. Индивидуальное выполнение заданий:
  - задание 1: изучить представленные ниже вопросы:
    - 1) Стратегические, тактические и оперативные планы
    - 2) Выбор стратегии
    - 3) Методики стратегического анализа
  - задание 2. Составить матрицу SWOT-анализа на примере следующих предприятий:
    - 1 вариант - Костанайский филиал ЧелГУ (нечетные номера студентов в списке групп).  
Официальный сайт: <http://csukz.ru>
    - 2 вариант - АО «Баян Сулу» (четные номера студентов в списке групп). Официальный сайт: <https://bayansulu.kz>

### **Тема 4. Особенности управления предприятием в современных условиях**

1. Индивидуальная и групповая подготовка к практическому занятию
2. Индивидуальное выполнение задания: составить конспект по представленным вопросам:
  - 1) Формальные и неформальные группы в организации



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика

Версия документа - 1

стр. 29 из 36

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

- 2) Группы и команды. Типы рабочих команд
- 3) Преимущества и недостатки работы в командах

### Тема 5. Теоретические основы и концепции маркетинга

1. Индивидуальная и групповая подготовка к практическому занятию
2. Индивидуальное выполнение практических заданий:
  - задание 1. Заполните таблицу 1, определив предназначение бизнеса в разных сферах деятельности с точки зрения производственного и маркетингового подхода;

Таблица 1 – Производственный и маркетинговый подход к деятельности предприятия

<i>Сфера деятельности</i>	<i>Производственный подход</i>	<i>Маркетинговый подход</i>
Парикмахерские услуги	Стрижка, укладка волос	Мы делаем женщин красивыми
Ресторан		
Гостиница		
Экономический журнал		

- задание 2. Проанализируйте схемы, приведенные на рисунке 1, и выделите сходства и различия концепций сбыта и маркетинга;

Схема 1. Сбыт



Схема 2. Маркетинг

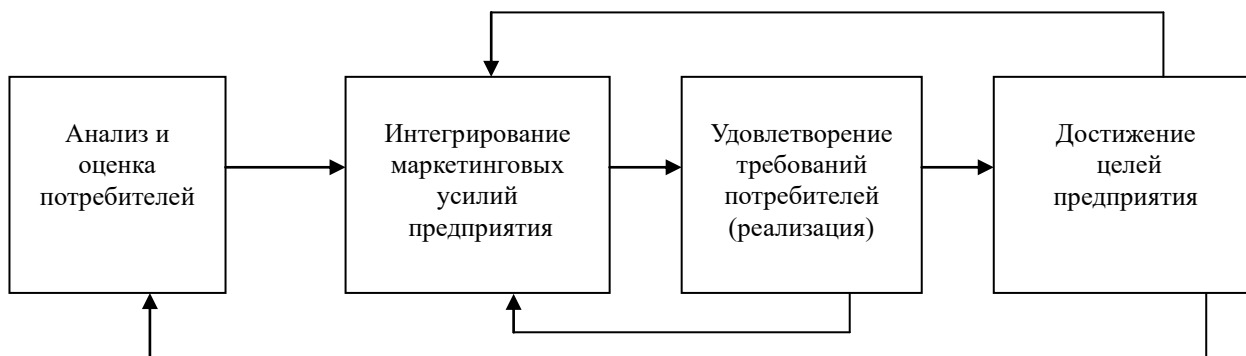



Рисунок 1 – Концепции сбыта и маркетинга

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики		
	Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика		
Версия документа - 1	стр. 30 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____


- задание 3. Составьте структурно-логическую схему, раскрывающую сущность, принципы и функции маркетинга.

### Тема 6. Поведение потребителей

1. Индивидуальная и групповая подготовка к практическому занятию
2. Индивидуальное выполнение практических заданий:
  - задание 1. По рекомендации маркетологов многие туристические фирмы создают в своих офисах атмосферу дальних стран, используя для этого аэрозоли с запахом кокосов и экзотических специй. Маркетологи также предлагают накануне Рождества наполнять пространство магазинов ароматом апельсина и корицы, а в День святого Валентина – запахом шоколадной плитки. Чем обусловлены такие рекомендации маркетологов? Какие конечные результаты благодаря данным рекомендациям могут быть достигнуты?;
  - задание 2. Сформулируйте свои основные потребности и разместите их в иерархической последовательности в соответствии с пирамидой А. Маслоу. Укажите основные товары, которые эти потребности могут удовлетворить;
  - задание 3. Наверное, Вы уже достаточно давно собираетесь приобрести что-то в определенной мере важное для вас (например, автомобиль, компьютер, квартиру). Естественно, вы хотите купить товар, который может более полно удовлетворить ваши конкретные потребности. Постройте и опишите модель собственного потребительского поведения при приобретении необходимого вам товара, начиная с формирования потребности и заканчивая непосредственным потреблением.

### Тема 7. Сегментирование рынка

1. Индивидуальная и групповая подготовка к практическому занятию
2. Индивидуальное выполнение практических заданий:
  - задание 1. Вы изготавливаете и реализуете туалетное мыло. Какие требования будут предъявлять к вашему товару сегменты потребителей, описываемые следующим образом: отрицатели моды, равнодушные, расчетливые, практично-модные покупатели, провинциалы в моде, лидеры моды?;
  - задание 2. Из рекламных слоганов, представленных на рынке, выявите основания для позиционирования, выбранные каждым предприятием, и сгруппируйте их на основе общности обоснований:
    1. Качество, которому можно доверять. Проктер энд Гэмбл.
    2. Больше жизни у кошек «Фрискис». Корм для кошек.
    3. Настоящее пиво не нуждается в рекламе. Хайнекен.
    4. Лучшее для Вас каждое утро от Келлогс, готовые завтраки из зерновых.
    5. Аквафреш – паста для всей полости рта.
    6. Ослепительно белые зубы и защита от кариеса (жевательная резинка «Орбит белоснежный»).

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика			
Версия документа - 1	стр. 31 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

7. Фруктовый сок – круглый год (сок «Фруктовый сад»).

8. Сорти – супер качество по доступной цене.

9. Изменим жизнь к лучшему. Филипс.

10. Сделай себе праздник. Кока-кола – напиток праздника.

11. Без морщин – лучше (крем «Нивея-визаж»).

– задание 3. Предприятие «Люкс-Охрана» работает на рынке с 1991 г. Изучив его рекламный листок, ответьте на вопросы:

а) на какие сегменты рынка направлена деятельность предприятия;

б) какой стратегии охвата рынка придерживается предприятие?

Разработайте рекомендации по позиционированию охранных услуг предприятия «Люкс-Охрана».

Рекламный листок предприятия «Люкс-Охрана»

#### Предприятие «Люкс-Охрана»

«Люкс-Охрана» имеет опыт работы с 1991 г., предлагает Вам услуги, связанные с обеспечением работы для Вас и Вашей фирмы. В число наших клиентов входят: государственные учреждения, учебные заведения, детские сады, учебно-воспитательные комплексы, школы, специализированные училища, вузы, академии, поликлиники, медицинские учреждения, коммерческие структуры, гостиницы, рестораны, предприятия общественного питания, автобазы, склады и т.д.

Анализ многолетней работы с различными организациями позволил разработать для каждого клиента индивидуальную систему безопасности, что помогло сотрудникам предприятия «Люкс-Охрана» пресечь многие правонарушения и совместно с правоохранительными органами задержать ряд опасных преступников.

Наше предприятие предлагает следующие виды услуг:

- контроль прохода в помещения (из помещений), на территории (с территории) по постоянным или временным пропускам;
- патрулирование внутри здания и на территории;
- охрана денежных средств и ценностей;
- инкассация.

В связи с ухудшением криминогенной обстановки в стране возникла потребность в расширении спектра услуг. Наше предприятие предлагает новые виды услуг:

- подготовка рекомендаций по вопросам правомерной защиты от противоправных посягательств;
- разработка концепции защиты объекта и принципы построения систем безопасности;
- разработка системы контроля за охраной Вашего помещения, территории;
- услуги подразделения быстрого реагирования.

Охрана осуществляется сотрудниками в специализированной форме, утвержденной правоохранительными органами, при необходимости с полным техническим обеспечением.

Предприятие «Люкс-Охрана» совместно со страховой компанией «Альфа» предлагает Вам комплексную защиту имущественных интересов Вашей организации.

Мы обязуемся обеспечивать конфиденциальность информации о деятельности клиента.


Адрес \_\_\_\_\_ Телефоны \_\_\_\_\_

Наши возможности не безграничны,

Но порядочность и честность гарантируем!

Мы будем рады сотрудничать с Вами.

– задание 4. Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка. В первом сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 54 млн. штук при емкости рынка в этом сегменте 1980 млн. шт. Предполагается, что в следующем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 3%, доля фирмы - на 5%. Во втором сегменте доля фирмы

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики			
Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика			
Версия документа - 1	стр. 32 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

составляет 4 %, объем продаж – 75 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 11 %, при этом доля фирмы в этом сегменте вырастет до 8%. В третьем сегменте емкость рынка составляет 45 млн. шт., доля фирмы – 0,12. Изменений емкости рынка не предвидится, объем продаж фирмы сократится на 1млн. шт. Определить объем продаж фирмы в настоящем году при вышеуказанных условиях.

### Тема 8. Комплекс маркетинга


1. Индивидуальная и групповая подготовка к практическому занятию
2. Индивидуальное выполнение практических заданий:
  - задание 1. Выделите и проанализируйте базовое свойство 10 продуктов на начальную букву Вашей фамилии (например, Иванов, следовательно, изюм – пищевая добавка в кондитерские изделия; игрушка – для умственного и физического развития ребенка и т. д.). Выделите для выбранного товара наиболее характерные направления рыночной атрибутики: товарный знак (марочное название), упаковка, маркировка;
  - задание 2. Многие бизнесмены считают, что никогда нельзя сосредоточиваться на одном посреднике, а необходимо иметь несколько посредников. В подтверждение правильности такого подхода они приводят золотое правило бизнеса: нельзя класть все яйца в одну корзину. Согласны ли вы с таким мнением? Почему «да» или почему «нет»? Объясните свои позиции;
  - задание 3. Приведите 2-3 примера товаров, по которым производитель применяет ценовую дискриминацию: по группам потребителей; по времени; по местам продажи; по вариантам исполнения товара;
  - задание 4. Назовите товар, хорошо известный Вам как пользователю, в отношении которого Вы можете считать себя экспертом. Определите характеристики, которые кажутся Вам наиболее важными, и сопоставьте их с теми, которые подчеркиваются в рекламе товара (рекламу приложите к заданию). Какие советы Вы дали бы рекламодателю;
  - задание 5. Найдите в СМИ два рекламных сообщения о реализации однотипных товаров. Сравните содержание этих сообщений, а также количество информации, которое они содержат. Какую цель, по Вашему мнению, преследуют эти сообщения.

### 7 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ ПО ИЗУЧЕНИЮ РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Для подготовки к занятиям, текущему и рубежному контролю, промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться ресурсами библиотеки филиала и электронных библиотечных систем; могут взять на дом необходимую литературу на абонементе или воспользоваться читальным залом.

К каждой теме учебной дисциплины подобрана основная и дополнительная литература. Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме,



 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики			
Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика			
Версия документа - 1	стр. 33 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу монографий и статей, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках курса, а также официальных материалов и неопубликованных документов, в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы.

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения. В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником.

Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание ученика на предметные и именные указатели.

Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение:

- 1) главного в тексте;
- 2) основных аргументов;
- 3) выводов.


Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет. Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер, и уловить скрытые вопросы. Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не сразу. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции – это сравнительное чтение, в ходе которого студент знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции.

Если в литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов, нужно определять их схожие суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна.

Следующим этапом работы с литературными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Можно делать записи на отдельных листах, которые потом легко систематизировать по отдельным темам изучаемого курса. Другой способ – это ведение тематических тетрадей-конспектов по одной какой-либо теме.

Выделяются следующие виды записей при работе с литературой:

– конспект – краткая схематическая запись основного содержания научной работы. Целью является не переписывание произведения, а выявление его логики, системы доказательств, основных выводов. Хороший конспект должен сочетать полноту изложения с краткостью;

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика			
Версия документа - 1	стр. 34 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

- цитата – точное воспроизведение текста. Заключается в кавычки. Точно указывается страница источника;
  - тезисы – концентрированное изложение основных положений прочитанного материала;
  - аннотация – очень краткое изложение содержания прочитанной работы;
  - резюме – наиболее общие выводы и положения работы, ее концептуальные итоги.
- Записи в той или иной форме не только способствуют пониманию и усвоению изучаемого материала, но и помогают вырабатывать навыки ясного изложения в письменной форме тех или иных теоретических вопросов.

#### *Рекомендуемая литература*

##### Основная литература:


1. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. Н. Шапкин [и др.]; под общей редакцией И. Н. Шапкина. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 589 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/544945>
2. Иванова И.А. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. – 2-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 327 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/535066>
3. Григорьев М. Н. Маркетинг: учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 559 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/535571>
4. Реброва Н. П. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 277 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/536443>

##### Дополнительная литература:

1. Менеджмент: учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.]; под редакцией Ю. В. Кузнецова. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 448 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/511207>
2. Менеджмент: учебник для вузов / А. Л. Гапоненко [и др.]; под общей редакцией А. Л. Гапоненко. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 368 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/510859>
3. Карпова С. В. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 408 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/530925>
4. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 358 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/531181>
5. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.]; под редакцией Л. А. Данченко. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 486 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/510866>

##### *Современные профессиональные базы данных, информационно-справочные системы и электронные библиотечные системы*

1. Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс]. – URL: <http://elibrary.ru>
2. Электронная библиотечная система издательства «Лань» [Электронный ресурс]. –

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики		
	Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика		
Версия документа - 1	стр. 35 из 36	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

URL: <http://e.lanbook.com>

3. Университетская библиотека on-line [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.biblioclub.ru>

4. Электронная библиотечная система издательства «Юрайт» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.urait.ru>

5. Справочно-правовая система «Гарант» [Электронный ресурс]. – <https://internet.garant.ru/>

6. Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.aup.ru/>

7. Научно-образовательный портал IQ [Электронный ресурс]. – URL: <http://ecsocman.hse.ru>.

8. Сайт Интернет-проекта «Корпоративный менеджмент» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.cfin.ru>

9. Сайт журнала «Маркетолог» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.marketolog.ru>.

10. Сайт журнала «Маркетинг в России и за рубежом» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.mavriz.ru>.

11. Сайт «Энциклопедия маркетинга» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.marketing.spb.ru>.

12. Онлайн-энциклопедия по маркетингу и рекламе [Электронный ресурс]. – URL: <http://powerbranding.ru>.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Преподавание английского и казахского языков» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика

Версия документа - 1

стр. 36 из 36

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

## ПРИЛОЖЕНИЕ

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет»  
(ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

**Самостоятельная работа студента № \_\_**

**по дисциплине**

**«Менеджмент и маркетинг»**

Автор СРС \_\_\_\_\_

Направление подготовки \_\_\_\_\_

Форма обучения \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Проверила \_\_\_\_\_

Анна Ивановна Смирнова

45.03.02 Лингвистика

очная

КЛ-301

Наталья Аркадьевна Баранова,  
канд. экон. наук, профессор  
кафедры

Костанай, 2024 г.