

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет дружбы народов»*

Инженерная академия

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины: Основы инженерной экономики и менеджмента

Направление подготовки: 08.03.01 Строительство

Направленность (профиль/специализация): без профиля

Москва, 2019

1. Цель и задачи дисциплины

Целью курса «Основы инженерной экономики и менеджмента» является научить студента анализировать, планировать, организовывать и контролировать мероприятия по установлению, укреплению и поддержанию обменов промышленными товарами и услугами на взаимовыгодных условиях для целевых покупателей и предприятий на промышленном рынке (получения прибыли, роста объемов сбыта, увеличения доли и емкости рынка, а также других финансово-экономических показателей).

Студент должен знать основы теории развития менеджмента и маркетинга, его место на предприятии (организации), основные понятия, особенности проведения маркетинговых исследований, сегментации и позиционирования на рынке B2B.

Понимать, анализировать и оценивать потребительское поведение и процесс совершения покупки промышленных товаров и услуг, особенности спроса на рынке B2B, конкурентов, а также уметь разрабатывать стратегии и маркетинговые программы для промышленных предприятий (организаций), методы и подходы к управлению предприятием.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы инженерной экономики и менеджмента» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 ОП ВО учебного плана.

В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
1	УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Теоретическая механика	Основы организации и управления в строительстве; Политология
2	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Теоретическая механика; Основы программирования	Основы организации и управления в строительстве; Политология; Инженерные сооружения

3	ПК-3 Организационно-техническая и технологическая подготовка строительного производства	Цифровое моделирование в строительстве; Теоретическая механика	Основы организации и управления в строительстве; Политология; Эксплуатация объектов ЖКХ
---	---	---	---

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);
- Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6);
- Организационно-техническая и технологическая подготовка строительного производства (ПК-3);

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины «Основы инженерной экономики и менеджмента» составляет 3 зачетных единицы.

для очной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Модули			
		8			
Аудиторные занятия (всего)	32	32			
в том числе:					
<i>Лекции (ЛК)</i>	16	16			
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	16	16			
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>	0	0			
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	76	76			
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	0	0			
<i>Курсовая работа/проект, зач.ед.</i>					
Общая трудоемкость дисциплины	час.	108	108		
	зач.ед.	3	3		

для очно-заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4			
Аудиторные занятия (всего)	34	34			
в том числе:					
<i>Лекции (ЛК)</i>	17	17			
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	17	17			
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>	0	0			
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	74	74			
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	0	0			
<i>Курсовая работа/проект, зач.ед.</i>					
Общая трудоемкость дисциплины	час.	108	108		
	зач.ед.	3	3		

для заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5			
Аудиторные занятия (всего)	12	12			
в том числе:					
<i>Лекции (ЛК)</i>	6	6			
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	6	6			
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>	0	0			
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	92	92			
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	4	4			
<i>Курсовая работа/проект, зач.ед.</i>					
Общая трудоемкость дисциплины	час.	108	108		
	зач.ед.	3	3		

5. Содержание дисциплины

Таблица 4 – Содержание дисциплины и виды занятий

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)
Раздел 1. Общие положения менеджмента и маркетинга (4)	Функции менеджмента, цели и задачи маркетинга, особенности, основные концепции развития науки об управлении, эволюция, развитие рынка В2В в России, основные понятия

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)
Раздел 2. Маркетинговые исследования на рынке B2B(4)	Комплексное исследование рынка B2B, особенности анализ маркетинговой среды на рынке B2B, потребности, спрос и предложение, сбор информации, сегментирование и позиционирование, целевые покупатели на промышленном рынке
Раздел 3. Продуктовая политика промышленного предприятия (4)	Основы товарной политики, промышленные рынки, классификация промышленных, жизненный цикл промышленного товара, формирование ассортиментной политики и продуктового портфеля на промышленном предприятии
Раздел 4. Ценовая политика промышленного предприятия (4)	Основы ценовой политики в производственном маркетинге, методика расчета цены, методы ценообразования, факторы, влияющие на цену, ценовые стратегии
Раздел 5. Коммуникации на рынке B2B (4)	Комплекс стимулирования сбыта на промышленных рынках, основные отличия, деловая переписка, выставки, интернет (е-коммерция)
Раздел 6. Распределение в менеджменте и маркетинге (4)	Политика распределения в производственном маркетинге, цель и задачи, характеристика сбыта промышленных товаров, каналы распределения на рынке B2B, виды посредников и их значение
Раздел 7. Организационные структуры и персонал (4)	Виды организационных структур, гибкость организационных структур, персонал на предприятии
Раздел 8. Стратегическое планирование в менеджменте и маркетинге (4)	Стратегическое планирование на промышленном предприятии, основные подходы к разработке стратегии предприятия
Раздел 9. Экологический менеджмент и маркетинг на промышленном предприятии (4)	Концепция экологически-ориентированного производства, стратегическое планирование с учетом экологических аспектов, эколого-экономическая эффективность промышленного предприятия.

6. Образовательные технологии

Организация занятий по дисциплине Основы инженерной экономики и менеджмента проводится по следующим видам учебной работы: лекции, практические занятия.

Реализация компетентного подхода в рамках направления подготовки 08.03.01 Строительство предусматривает сочетание в учебном процессе контактной работы с преподавателем и внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся для более полного формирования и развития его профессиональных навыков.

Лекционные занятия проводятся в поточной аудитории, в том числе с применением мультимедийного проектора в виде учебной презентации. Основные моменты лекционных занятий конспектируются студентами, отдельные темы (части тем и разделов) предлагаются для самостоятельного изучения с обязательным составлением конспекта (проверяется преподавателем в процессе текущего контроля).

Целью практических занятий является получение студентами знаний и выработка практических навыков. Для достижения этих целей используются как традиционные формы работы – решение задач и т.п., так и интерактивные методы – групповая работа, анализ конкретных ситуаций, деловая игра и т.п.

Групповая работа при анализе конкретной ситуации, развивает способности проведения анализа и диагностики проблем. С помощью метода анализа конкретной ситуации у обучающихся развиваются такие квалификационные качества, как умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение коммуницировать, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, поступающую в вербальной форме. Практические занятия проводятся в специальных аудиториях, оборудованных необходимыми наглядными материалами.

Самостоятельная работа охватывает проработку обучающимися отдельных вопросов теоретического курса.

Самостоятельная работа осуществляется в индивидуальном формате на основе учебно-методических материалов дисциплины. Уровень освоения материала по самостоятельно изучаемым вопросам курса проверяется при проведении текущего контроля и аттестационных испытаний (экзамен) по дисциплине.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература:

1. Алексеенко В.Б., Сопилко Н.Ю. Промышленный маркетинг: Учеб. пособие. – М.: РУДН, 2008.
2. 1. А. С. Большаков Менеджмент. Учебное пособие. Изд-во Питер, 2000, 160 с.
2. О. С. Виханский, А. И. Наумов Менеджмент. Изд-во Экономист. 2004, 528 с.
3. В. С. Алексеевский. Введение в российский менеджмент. Изд-во Манускрипт, 2001, 192с.

4. Тупиченков А.А., Красовский Г.В., Вайс С.Д. и др. Промышленный маркетинг в машиностроении. – М.: Дрофа, 2005.
5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд./ Пер. с англ. Под ред. С.Г. Божук.- СПб.: Питер, 2006.
6. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия. Учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М.1999.
7. Уэбстер Ф. Основы промышленного маркетинга. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003.
8. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: Учебник. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000.

Дополнительная литература:

1. С. Э. Пивоваров, Л. С. Тарасевич, А. И. Майзель Международный менеджмент. Изд-во Питер. 2006, 656 с.
2. В. Л. Полукаров Основы менеджмента, Изд-во Кнорус, 2009, 240 с.
3. Никишкин В.В., Цветкова А.Б. Промышленный маркетинг. М.: Изд-во Рос.экон.акад., 2001.
4. Кретов И.И. Маркетинг на предприятии. Практич. пособие. – М.: «АО Финстаттинформ», 1994.
5. Ковалев А.И. Промышленный маркетинг (часть 1). – М.: ООО «Благовест-В», 2002.
6. Дихтль Е., Херигген Х. Практический маркетинг. – М.: Высшая школа: Инфра – М, 1996.
7. Акимова И.М. Промышленный маркетинг. – 2-е изд., стер. – К.: О-во «Знания», КОО, 2001.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН
<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

2. Сайты министерств, ведомств, служб, производственных предприятий и компаний, деятельность которых является профильной для данной дисциплины:

- <https://www.mos.ru/mka/>

- <http://www.minstroyrf.ru/>

3. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Программное обеспечение:

Использование специализированного программного обеспечения при изучении дисциплины не предусмотрено

Методические материалы для самостоятельной работы обучающихся и изучения дисциплины (также размещены в ТУИС РУДН в соответствующем разделе дисциплины):

1. Курс лекций по дисциплине Основы инженерной экономики и менеджмента.
2. Методические указания для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине Основы инженерной экономики и менеджмента.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Таблица 5 – Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория с перечнем материально-технического обеспечения	Местонахождение
Лекционная аудитория № 340. Комплект специализированной мебели; технические средства: проекционный экран; мультимедийный проектор Epson EH-TW 3200, столы и скамейки, стулья.	г. Москва, ул. Орджоникидзе, д. 3
Компьютерный класс № 357 Лаборатория инженерного оборудования зданий и сооружений. Комплект специализированной мебели; доска меловая, маркерная, экран компьютеры ASUS- 5 шт. мониторы ASER-5 шт., Microlab System Subwoofer-1 шт., проектор EPSON EB X11	г. Москва, ул. Орджоникидзе, д. 3

9. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, сформированный для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине Основы инженерной экономики и менеджмента представлен в *приложении 1* к рабочей программе дисциплины и включает в себя:

- перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих уровень сформированности компетенций;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих уровень сформированности компетенций.

Разработчики:

_____	_____	_____
должность	подпись	инициалы, фамилия
_____	_____	_____
должность	подпись	инициалы, фамилия
_____	_____	_____
должность	подпись	инициалы, фамилия

Руководитель программы



подпись

В.В. Галишникова

инициалы, фамилия