

Министерство образования и науки Украины
Севастопольский национальный технический университет



МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к контрольной работе

по дисциплине
«Основы менеджмента и маркетинга»

для студентов специальности
7.070801 - «Экология и охрана окружающей среды»
всех форм обучения

Севастополь
2008



УДК

Методические указания к контрольной работе по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» для студентов специальности **7.070801 - «Экология и охрана окружающей среды»** всех форм обучения / Сост. А.Д. Горобец. – Севастополь: Изд-во СевНТУ, 2008г. – __ с.

Целью методических указаний является проверка и закрепление теоретических знаний по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга». Методические указания предназначены для студентов специальности «Экология и охрана окружающей среды» всех форм обучения.

Методические указания утверждены на заседании кафедры менеджмента и экономико-математических методов, (протокол № __ от «__» _____ 2008г.)

Допущено учебно-методическим центром СевНТУ в качестве методических указаний

Рецензент:

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель работы.....	
2. Теоретическое содержание курса	
3. Требования к выполнению контрольной работы	
3.1. Тематика контрольных работ.....	
4. Содержание отчета.....	
5. Контрольные вопросы.....	
Библиографический список.....	

1. ЦЕЛЬ РАБОТЫ

Данные методические указания предназначены для закрепления теоретических знаний по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга».

2. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Содержание дисциплины “Основы менеджмента и маркетинга” включает следующие разделы:

- методологические и теоретические основы менеджмента и маркетинга;
- система планирования на предприятии;
- основы управления предприятием;
- организационные структуры предприятий и методы их организации;
- маркетинговые исследования;
- продукт и производственная программа;
- политика ценообразования в маркетинге;
- распределение и коммуникации;
- планирование

1. Понятие менеджмента, основные функции менеджмента, история, школы.
2. Внешняя среда менеджмента и корпоративная культура.
3. Предпринимательская среда и менеджмент на малых предприятиях.
4. Постановка целей и планирование в организации.
5. Формулирование и внедрение стратегий. Принятие управленческих решений.
6. Структура и основы организации, изменения и развитие.
7. Управление человеческими ресурсами. Лидерство, мотивация. коммуникации. Работа в командах.
8. Контроль. Контроль над качеством и производительностью.
9. Информационные системы и технологии.
10. Обучающая организация. Научный инструментарий менеджмента для планирования и принятия решений.
11. Понятие маркетинга, управление маркетингом.
12. Маркетинговые исследования. Сбор информации.
13. Формы исследования и методы сбора данных.
14. Вторичные данные. Сбор первичных данных. Сбор информации посредством наблюдения и анкетирования.
15. Разработка анкет. Измерение ожиданий, восприятий и предпочтений.
16. Анализ данных и формирование отчетов об исследованиях.
17. Анализ продукта и программа как базис принятия решений.
18. Политика ценообразования в маркетинге. Определение цены продукта.
19. Задачи и основные проблемы распределения.
20. Формы коммуникаций в маркетинге. Решения, связанные с рекламой.

21. Планирование целей, стратегий и программы маркетинга. Модели, используемые для принятия решений.

3. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Выполнение контрольной работы предусмотрено учебным планом. При выполнении работы необходимо соблюдать требования к ее структуре и оформлению в соответствии с действующими государственными стандартами:

- ДСТУ 3008-95 «Документальные отчеты в сфере науки и техники. Структура и правила оформления»;
- ГОСТ 2.105.05 «Общие требования к текстовым документам».

К контрольной работе предъявляются следующие требования:

- Работа выполняется на стандартных листах формата А4 с двух сторон в рукописном виде или печатном с размером шрифта Times 12 одиночным интервалом между строками (цель-минимизация исп. бумаги);
- Используемый фактический и цифровой материал должен иметь ссылки на источник;
- Работа должна быть представлена на проверку за месяц до экзаменационной сессии;
- Защита контрольной работы проводится в период экзаменационной сессии;
- К экзамену допускаются студенты, которые успешно защитили контрольную работу.

Номер варианта определяется первой цифрой зачетной книжки + 1.

В ходе выполнения работы студенту необходимо написать реферат на определенную тему (номер темы совпадает с номером варианта):

3.1. ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ:

1. Сущность системы экологического менеджмента. Опыт Украины.
2. Экологический аудит (примеры предприятий Украины).
3. Международная система стандартов серии ISO 14000.
4. Международная система стандартов серии ISO 18000.
5. Международная система стандартов серии ISO 9000.
6. Методы контроля за отходами и загрязнением. Предотвращение, минимизация, вторичное использование, переработка, регенерация энергии, захоронение.
7. Социальные индикаторы устойчивого развития организации.

8. Экономические индикаторы устойчивого развития организации.
9. Модели устойчивого производства и потребления, роль культурного фактора и поведение индивидуума.
10. Институциональные методы устойчивого развития, принцип «загрязнитель платит».
11. Экономические методы устойчивого развития, экологические налоги, изменение структуры экономики (энергия, транспорт, производство, потребление).
12. Технологические методы устойчивого развития – солнечная, ветровая, водородная энергия, био-топливо.
13. Социальные методы устойчивого развития – образование, изменение системы ценностей, принципы предосторожности и персональной ответственности, создание институтов общественного контроля принятия решений.
14. Проблемы перехода Украины к устойчивому развитию и пути решения.

4. СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА

- 1) Цель работы;
- 2) Реферат на определенную тему;
- 3) Самооценка знаний по данной теме и дисциплине в общем.

5. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

15. Сущность менеджмента.
16. История развития менеджмента; классическая школа менеджмента.
17. История развития менеджмента; административная школа управления.
18. Подходы к менеджменту: количественный, системный, ситуационный.
19. Функции менеджмента по Файолю.
20. Разделение труда менеджера.
21. Методы менеджмента.
22. Принципы менеджмента.
23. Процесс управления в организации.
24. Понятие и классификация организаций.
25. Миссия организации. Целеполагание.
26. Цели организации и их классификации.
27. Дерево целей организации.
28. Организация как система.
29. Внешняя и внутренняя среда организации.

30. Схема анализа внешней среды организации.
31. Планирование как функция менеджмента.
32. Принципы планирования работ в организации.
33. Оперативное планирование, диспетчирование.
34. Организация как функция менеджмента. Структура управления организацией и ее элементы.
35. Типы организационных структур и их характеристика.
36. Мотивация как функция менеджмента. Модель мотивации.
37. Содержание теории Мотивации. Иерархия потребностей по Маслоу.
38. Направления развития психологии, используемые в теории мотивации.
39. Психологический портрет личности.
40. Понятия: характер, темперамент, способности, направленность.
41. Понятия: интеллектуальность, эмоциональность, общительность, самооценка.
42. Сущность, цели и задачи функции контроля в управлении организации.
43. Система контроля в организации.
44. Координация как функция менеджмента.
45. Деловые качества менеджера.
46. Процесс принятия управленческих решений.
47. Сущность понятия решения, классификация решений, принимаемых в организации.
48. Информационное обеспечение принятия решений.
49. Функции контроля в экономическом механизме менеджмента.
50. Коммуникации в современной организации: сущность, элементы, этапы.
51. Основные виды коммуникаций.
52. Понятие маркетинга. Управление маркетингом. Цели системы маркетинга.
53. Роль маркетинговых исследований. Сбор маркетинговой информации. Процесс маркетинговых исследований.
54. Формы исследования и методы сбора данных.
55. Разведочные, описательные и каузальные исследования.
56. Вторичные данные. Сбор первичных данных.
57. Сбор информации посредством наблюдения и анкетирования.
58. Формы для сбора информации. Разработка анкет. Основы измерения. Измерение ожиданий, восприятий и предпочтений.
59. Анализ данных: оценка различий и методы исследования.
60. Анализ продукта и программа как базис принятия решений. Возможности работы с продуктом. Формирование программы.
61. Понятие ценовой политики и ее значение. Восприятие цены партнерами по рынку. Определение цены продукта.
62. Задачи распределения. Центральные проблемы распределения.
63. Значение коммуникаций. Формы коммуникаций в маркетинге. Решения, связанные с рекламой.
64. Планирование целей и стратегий. Планирование программы маркетинга. Модели, используемые для принятия решений.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Акимова Т.А., Хаскин В.В. Основы экоразвития. М.: Изд-во Рос. экон. акад., 1994.
2. Андрушков Б.М., Кузьмин О.Е. Основы менеджмента. – Львів.: Світ, 1995 (укр) – 296с.
3. Бобылев С.Н. Экологизация экономического развития. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1993.
4. Большаков А.С. Менеджмент / Учебное пособие. - СПб.: "Издательство "Питер"", 2000. - 160 с.: ил. - (Серия "Краткий курс")
5. Brown L.R. Eco-Economy: Building an Economy for the Earth. New York: W.W. Norton & Company, 2001. — 333 p. (www.earth-policy.org)
6. Возняк В.Я., Фейтельман Н.Г., Арбатов А.А. и др. Экологическое оздоровление экономики. М.: Наука, 1994.
7. Гаевский Б.А. – основы научного управления К.1997.
8. Герасимчук В.Г. Маркетинг. – К.:ВШ, 1994. – 226с.
9. Гусев А.А., Гусева И.Г. Об экономическом механизме экологически устойчивого развития / Экономика и мат. методы. Т. 32. Вып. 2. 1996.
10. Дихтль Е., Хершин Х. практический маркетинг. – М.: ИНФРА- М, 1996 – 255с.
11. Дункан У Джек. Основопологающие идеи в менеджменте . – М.: Дело, 1996.
12. Ивин Л.Н., Долінская Р.Г., Зверева К.Ю. Маркетинг от “А” до “Я”. Учебное пособие – К.: ИСНО, 1993. –328с.
13. Ильичева М.В. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО УЩЕРБА ОТ НЕГАТИВНОГО ВЛИЯНИЯ ЗАГРЯЗНЕННОЙ СРЕДЫ. Известия Челябинского научного центра, вып. 3 (29), 2005
14. Инженерная экология и экологический менеджмент: Учеб./ Ред. Н.И. Иванов, И.М. Фадин. - М.: Логос, 2003. - 528 с.: ил.
15. Ионова С.М., Шумал С.С. Шпаргалка по менеджменту: Ответы на экзаменационные билеты. – М.: Аллель-2005. - 64 с.
16. Мищенко В.А., Погорелов Н.И. Организация, планирование и управление на приборостроительных предприятиях. – К.: НМКВО, 1992с.
17. Моткин Г.А. Экологическое страхование. М.: Наука, 1996.
18. Перелет Р.А. Международные аспекты в формировании экологического предпринимательства и переход к устойчивому развитию // Экология. Экономика. Бизнес. (Эколого-экономические аспекты устойчивого развития). М.: Ирис-Пресс, 1995.
19. Румянцева Э.Г. Саламатин Н.А. и др. Менеджмент организации. М. 1996.
20. Санталайнен Т. и др. Управление по результатам. – М.: Прогресс, 1998.
21. УКРСТАТ. Государственный комитет Украины по статистике/ Киев: УКРСТАТ. – 2008. <http://www.ukrstat.gov.ua/>
22. Управление – это наука и искусство. А.Файоль, Г. Эмерсон , Ф. Тейлор, Г. Форд. – М.: Республика, 1992.

23. Уткин Э.А. История менеджмента. - М.: Экмос, 1997.
24. Хруцкий В.Е, и др. Современный маркетинг. М: ФиС, 1991
25. Экология и безопасность жизнедеятельности: [Учеб. пособие для студ. вузов]/ Под ред. Л.А.Муравья. - М.: ЮНИТИ, 2000. - 447,[1] с.: ил.
26. UNEP. The GEO Data Portal. United Nations Environment Programme/ UNEP. – 2008. (<http://geodata.grid.unep.ch>)
27. UNSTAT. Handbook of National Accounting: Integrated Environmental and Economic Accounting - An Operational Manual. F, No.78. New York: UNSTAT. (<http://unstats.un.org>)

Заказ № _____ от « _____ » _____ 2008. Тираж _____ экз.

Изд-во СевНТУ