

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Воронежский государственный технический университет»
Кафедра кадастра недвижимости, землеустройства и геодезии

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
Для выполнения практических работ
по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»
для студентов направления 21.03.03
«Геодезия и дистанционное зондирование»
(профиль: Геодезия)
всех форм обучения

Воронеж 2022

УДК 504.64(07)
ББК 20.1я7

Составители: Н.И. Трухина, М.А. Повалюхина

Методические указания для выполнения практических работ по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 21.03.03 «Геодезия и дистанционное зондирование». /ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»; сост. Н.И. Трухина, М.А. Повалюхина. Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2022. 21 с.

Содержат задания и методику выполнения практических работ, в соответствии с рабочей программой по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» для студентов направления 21.03.03 «Геодезия и дистанционное зондирование»

Методические указания подготовлены в электронном виде и содержатся в файле МУ_ММ_ПЗ.pdf.

Табл. 4. Библиогр.: 10 назв.

УДК 504.64(07)
ББК 20.1я7

Рецензент – С.А. Ли, к.э.н., доцент кафедры кадастра недвижимости, землеустройства и геодезии ВГТУ

*Издается по решению учебно-методического совета
Воронежского государственного технического университет*

Оглавление

Введение	4
Практическое занятие №1. Эволюция концепций менеджмента.....	5
Студенты заполняют таблицу, изложив в ней различные школы управленческой мысли и подходы к управлению в хронологической последовательности (табл. 1).	5
Практическое занятие №2. Моделирование ситуаций и разработка алгоритма решения управленческих проблем.	6
Практическое занятие №3. Разработка функций управления.	7
Практическое занятие №4. Проектирование организационной структуры управления.	9
Практическое занятие №5. Управление персоналом.....	10
Практическое занятие №6. Маркетинг и его роль в системе управления предприятием. Процесс, функции, виды и типы маркетинга.....	11
Практическое занятие №7. Оценка конкурентоспособности товара.....	12
Темы контрольных работ.....	13
Тестовые задания.....	14
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	19
Библиографический список.....	19

Введение

Методические указания предназначены для студентов, обучающихся по направлению 21.03.03 «Геодезия и дистанционное зондирование». Методические указания включают рекомендации по изучению дисциплины и выполнению практических работ, а также тесты для самопроверки.

Цель данных методических указаний – дать студентам представление о роли и месте менеджмента и маркетинга в современной экономической системе, предпринимательской деятельности; научить студентов увязывать анализ и принятие решений по управлению предприятием со всеми параметрами и факторами рынка.

Для достижения указанной цели определены следующие **задачи**:

- изучение основных понятий теории менеджмента и маркетинга, а также роли в осуществлении управления организациями и их работы на рынке, использование его законов; изучение и удовлетворение потребностей потребителей;

- рассмотрение теоретических основ менеджмента и маркетинга в их историческом развитии и включение их в различные сферы жизни общества;

- получение представления о составляющих личного профессионализма менеджера и маркетинга и анализ особенностей трудового процесса;

формирование и закрепление навыков использования теоретических знаний при рассмотрении практических задач путем разбора конкретных ситуаций и определение наиболее рационального способа решения выявленных при этом проблем.

Практическое занятие №1. Эволюция концепций менеджмента.

Цель занятия: систематизация теоретических знаний в области различных направлений менеджмента.

Студенты заполняют таблицу, изложив в ней различные школы управленческой мысли и подходы к управлению в хронологической последовательности (табл. 1).

Таблица 1

Школы управленческой мысли и подходы к управлению

Школа управленческой мысли или подход к управлению	Годы возникновения	Основные представители	Основные достижения	Основные недостатки	Степень использования в современных условиях

Контрольные вопросы:

– Проанализируйте различные определения понятия «менеджмент» и покажите их взаимосвязь.

– Что является предметом и объектом менеджмента?

– В чем состоит отличие цели от задачи?

– Сформулируйте функции управления и объясните, как меняется их содержание в условиях перехода к рыночной экономике.

– Какие требования предъявляются к выбору конкретного метода?

Приведите пример методов, применяемых при выполнении какой-либо функции управления.

– Какое значение приобретает успешное управление в современных условиях?

Студенты должны знать, что такое менеджмент, его цели и задачи, какие функции он выполняет, суметь охарактеризовать школы управленческой мысли и подходы к управлению, а также значение менеджмента для организации пищевого производства.

Практическое занятие №2. Моделирование ситуаций и разработка алгоритма решения управленческих проблем.

Цель занятия: приобретение навыков для принятия эффективного управленческого решения в различных ситуациях.

Студентам на рассмотрение дается несколько практических ситуаций, для решения которых они предлагают принять различные управленческие решения. Аргументом предлагаемого решения служит расчет экономической эффективности с дальнейшими предложениями по повышению эффективности. Ситуация, анализируемая на занятии, может быть аналогична следующей.

В городе работают четыре магазина различной подчиненности, которые осуществляют продажу какого-либо товара (товар может быть предложен студентами на занятии). В данных условиях предполагается, что распределение розничного товарооборота между магазинами будет пропорционально выделенным средствам на торговую рекламу. Удельная эффективность рекламы предполагается одинаковой. Емкость рынка по данному товару составляет 120 тыс. у.е. в месяц. Уровень рентабельности продажи товара в каждом из четырех магазинов равен 10 %. Исследуемый период – полгода.

Для решения данной ситуации студенты разбиваются на четыре группы (т.е. четыре магазина), каждая из которых имеет свои затраты на рекламу в текущем месяце. После проведенных расчетов каждая группа (магазин) представляет отчет доходов (убытков) от рекламной деятельности за полгода, на основании которого выбирается лучшая группа (магазин), а затем совместно дают предложения по повышению рассчитанной экономической эффективности.

Контрольные вопросы:

- Дайте характеристику основных элементов процесса принятия решения.
- Каким образом можно описать проблемную ситуацию?
- Какие факторы необходимо учитывать, анализируя проблемную ситуацию, и на какие группы они подразделяются?
- Охарактеризуйте виды управленческих решений.
- Что такое альтернативы и критерии управленческого решения?
- Проанализируйте достоинства и недостатки индивидуального и группового принятия решения.

Практическое занятие №3. Разработка функций управления.

Цель занятия: формирование умений и навыков в выделении и реализации общих функций менеджмента (планирование, организация, координация, мотивация, контроль) для предприятий, в том числеснабженческо-сбытовых и банков, а также определение экономической эффективности исходя из определения валового дохода на одного работника. Занятие проводится в форме деловой игры.

Студенты должны уметь раскрывать содержание общих функций менеджмента в коммерческих организациях, поэтому для их усвоения в ходе занятия проводится деловая игра. Студенты распределяются между собой на производственный, коммерческий и финансовый сек-тора, т. е. 4 предприятия, выпускающие продукцию, 2 снабженческо-сбытовые организации и 2 банка. В роли заказчика на выпускаемую продукцию может выступать преподаватель, помимо этого им финансируются банки по их заявкам. Таким образом, обеспечивается денежный и материальный оборот в системе. Согласно условиям игры, необходимо задать определенное минимальное и максимальное количество единиц готовой продукции, которое может быть выпущено производственным сектором, цену и себестоимость единицы продукции. Примерный отчет о работе предприятия представлен в табл. 2.

Таблица 2

Отчет о работе предприятия

Наименование показателя	Показатель		Примечание
	план	факт	
Численность работников, чел.			
Производственная программа, шт.			
Выручка от реализации продукции, руб.			
Себестоимость продукции, руб.			
Процентная ставка за кредит, %			
Прибыль до налогообложения, руб.			
Налог на прибыль, руб.			
Чистая прибыль, руб.			
Чистая прибыль, приходящаяся на одного работника, руб.			

Контрольные вопросы:

– Раскройте содержание функций менеджмента и объясните их взаимосвязь.

– Чем вызвана потребность современных организаций в стратегическом планировании и управлении?

– Назовите основные этапы процесса стратегического планирования и дайте их краткую характеристику.

– Какое значение выполняет система планов организации?

– Что представляет собой анализ внешней среды? Охарактеризуйте факторы прямого и косвенного воздействия внешней среды.

– Назовите внутренние переменные и объясните связь между ними.

После ознакомления с содержательной и процессуальной теориями мотивации студенты выбирают, взгляды каких представителей данных теорий являются для них наиболее актуальными, и аргументируют почему.

Практическое занятие №4. Проектирование организационной структуры управления.

Цель занятия: приобретение навыков по построению организационных структур управления (ОСУ) и их оценке.

На занятии студентам предлагается оценить различные организационные структуры, а также составить и проанализировать организационную структуру конкретной или виртуальной организации. Рассмотреть организационные структуры следующим образом:

- 1) определить вид организационной структуры управления;
- 2) охарактеризовать преимущества и недостатки организационной структуры;
- 3) показать, между какими звеньями системы управления возникают линейные, функциональные и межфункциональные отношения;
- 4) определить количество уровней управления и диапазон контроля в организации;
- 5) указать взаимосвязь между подразделениями по организации контроля за поступлением товаров (если такая функция выполняется).

Контрольные вопросы:

- Что представляют собой элементы структуры управления и какие виды связей существуют между ними?
- Какая связь структуры управления с целями?
- Дайте характеристику типов структур управления.
- Какие принципы принимаются за основу при построении структур иерархического и органического типов?
- Каким образом можно оценить эффективность структуры управления?

Практическое занятие №5. Управление персоналом.

Цель занятия: ознакомление с основными этапами приема на работу и на основе анализа данных, полученных вследствие произведенных расчетов, принятие соответствующего решения.

В ходе занятия студентам для рассмотрения представлены 4 кандидата для отбора на должность руководителя экономического отдела, т. е. 4 альтернативы. Критериями являются личностные, профессиональные, организаторские, психофизиологические качества кандидатов. Показать значимость критериев (значениями от 1 до 4). Студенты должны разработать в критерии параметры, по которым будет проанализирован кандидат на должность руководителя, и оценить каждый параметр в критерии по разработанной шкале. В итоге строится «матрица решений», которая оформляется в виде таблицы; в ней должны быть указаны альтернативы, учтены соответствующие критерии, показана значимость каждого критерия в отдельности, произведена оценка альтернативы по данному критерию и принято решение, какой из указанных альтернатив, по которой выбирается кандидат на должность руководителя экономического отдела, отдать предпочтение. Помимо этого в начале занятия интуитивно выбираются кандидаты на предлагаемую работу, а в конце определяется студент, наиболее способный интуитивно оценить профессиональную пригодность работников по соответствующей формуле.

Контрольные вопросы:

- Что представляет собой концепция по управлению персоналом? Каковы ее цели и составные части?
 - Какие принципы необходимо учитывать при формировании системы управления персоналом?
 - Какие методы применяются при обследовании и анализе системы управления персоналом?
 - Охарактеризуйте типы власти и их использование в практике управления.
 - Что представляет собой система менеджеров, какие общие требования выдвигаются к их профессиональной подготовке?
 - Понятие конфликта и его природа. Причины возникновения конфликтных ситуаций.
 - Какие виды конфликтов существуют?
 - Каковы формы производственных конфликтов?
 - Как происходит управление конфликтами?
- Что значит эффективное управление конфликтной ситуацией?

Практическое занятие №6. Маркетинг и его роль в системе управления предприятием. Процесс, функции, виды и типы маркетинга.

Цель занятия: ознакомление с различными типами и видами маркетинга и выработка умения охарактеризовать каждый из них.

Современный маркетинг возник на рубеже XIX, XX и XXI веков. История современного маркетинга делится на ряд этапов. Задача студентов – ознакомиться с этапами маркетинга, показать их особенности и выявить специфику концепции на каждом из этапов. Работа может быть выполнена в форме табл. 3.

Таблица 3

№ п/п	Временной интервал	Название этапа и его характеристики	Особенности концепции маркетинга

Кроме того, на занятии студенты характеризуют типы и виды маркетинга и дают соответствующие рекомендации по их использованию.

Контрольные вопросы:

- С каких позиций можно рассматривать сущность маркетинга?
- Перечислите основные принципы, задачи и функции маркетинга.
- Назовите и охарактеризуйте основные типы и виды маркетинга.
- Какую роль выполняет маркетинг в российской экономике?

Практическое занятие №7. Оценка конкурентоспособности товара.

Цель занятия: приобретение навыков по проведению оценки конкурентоспособности товара.

По данным экспертных оценок (студенты собирают материал самостоятельно) нужно рассчитать коэффициенты конкурентоспособных товаров по отношению к идеальной модели и к друг другу. Помимо этого студентами проводится сравнительный анализ конкурентоспособности товаров и даются рекомендации по улучшению потребительских качеств исследуемой продукции.

Контрольные вопросы:

- Что является инструментами товарной политики? Как производители товаров воздействуют с их помощью на потребителей продукции?
- Какие коммерческие характеристики имеет товар? Как они влияют на решения, принимаемые в рамках товарной политики?
- Каким образом можно управлять жизненным циклом товара?
- Что представляет собой стратегия товарной политики?
- Как соотносятся друг с другом «ценовая политика», «ценовая стратегия» и «ценовая тактика»?
- Что является инструментарием ценовой политики?
- Каким образом предприятие может воздействовать на потребителя посредством ценовой политики?
- Какие факторы внешней и внутренней среды влияют на принятие ценовых решений?

Темы контрольных работ

1. Понятие менеджмента и его задачи.
2. Роль менеджмента в экономическом развитии государства.
3. Характеристика принципов и функций менеджмента.
4. Школы управленческой мысли и подходы к управлению.
5. Виды менеджмента и их взаимосвязь.
6. Основные характеристики предприятия с учетом отраслевой принадлежности.
7. Внутренняя среда организации. Взаимосвязь внутренних переменных организаций.
8. Внешняя среда организации.
9. Коммуникации в управлении. Роль коммуникаций в организации.
10. Процесс и методы принятия управленческих решений в бизнесе.
11. Миссия, общие цели и функции организации.
12. Характеристика стратегий предприятия.
13. Виды планирования.
14. Управленческие изменения в организации.
15. Эффективность распределения полномочий.
16. Организационная структура управления.
17. Конфликты в организации.
18. Оценка эффективности управления.
19. Понятие результативности и эффективности управления.
20. Маркетинг в системе управления компании.
21. Задачи, принципы и методы маркетинга. Функции и концепции маркетинга.
21. Управление маркетинговой деятельностью.
22. Состояние и перспективы развития маркетинговой деятельности в России.
23. Маркетинговые инструменты воздействия на процесс принятия решений.
24. Управление маркетинговыми исследованиями.
25. Модели потребительского поведения.
26. Планирование маркетинговой деятельности.
27. Жизненный цикл товара и формирование товарной политики.
28. Конкурентоспособность и качество товара.
29. Понятие, задачи и инструменты ценовой и сбытовой (распределительной) политики.

Тестовые задания

1. Что такое миссия организации?

- 1) Процесс формирования планов организации.
- 2) Генеральная цель организации.
- 3) Текущие направления деятельности организации.
- 4) Совокупность необходимых стимулов.

2. Исследование норм труда проводилось:

- 1) Гилбретами;
- 2) А.Файолем;
- 3) М. Вебером;
- 4) Г. Эмерсоном.

3. Основоположник административной школы:

- 1) Ф. Тейлор;
- 2) Г. Эмерсон;
- 3) М. Вебер;
- 4) А. Файоль.

4. Потребность во власти выделил:

- 1) К. Альдерфер;
- 2) Ф. Герцберг;
- 3) МакКлелланд;
- 4) А. Маслоу.

5. Какие существуют подходы к менеджменту?

- 1) Регрессионный.
- 2) Ситуационный.
- 3) Динамический.
- 4) Производственный.

6. К недостаткам концепции стратегического управления НЕ относятся:

- 1) усиление негативных последствий ошибок предвидения;
 - 2) большие затраты времени и ресурсов на осуществление процесса управления;
 - 3) невозможность дать точную и детальную картину будущего;
- неспособность реагировать на изменения внешней среды.

7. Система управления «звезда» применяется:

- 1) для малых предприятий с динамично меняющейся технологией производства и номенклатурой продукции;
- 2) для малых предприятий с устойчивой номенклатурой продукции;
- 3) только для малых предприятий, независимо от номенклатуры;
- 4) при филиальной структуре социальной организации.

8. Качество продукции или услуг определяется:

- 1) стандартами, принятыми в отрасли;
- 2) ценой продукции;
- 3) реакцией потребителей;
- 4) типом организационной структуры.

9. Количество времени, затрачиваемое на выпуск продукции:

- 1) производительность;
- 2) трудоемкость;
- 3) норма обслуживания;
- 4) эффективность.

10. Социальная организация в рыночной экономике – это:

- 1) открытая система;
- 2) закрытая система;
- 3) жесткая система;
- 4) мягкая система.

11. Что из перечисленного ниже способствует росту прибыли от продажи продукции?

- 1) Увеличение объема производства при неизменной цене.
- 2) Снижение цены на продукцию при неизменном объеме производства.
- 3) Повышение уровня заработной платы.
- 4) Увеличение коммерческих расходов.

12. Определите рентабельность продаж по чистой прибыли, если выручка от реализации составляет 200 млн руб., себестоимость продукции – 160 млн руб., коммерческие расходы – 5 млн рублей. Проценты к уплате – 3 млн руб.

13. Объем продукции, выпущенной на предприятии, составляет 250 000 тыс. руб., среднесписочная численность рабочих – 250 человек, годовой фонд времени работы одного рабочего – 1800 ч, номинальный фонд времени

работы одного рабочего – 8 ч. Определите среднегодовую, среднедневную и среднечасовую выработку.

14. После ряда согласований экспертных оценок у предприятия осталось два варианта проектов со следующими исходными данными, приведенными в табл. 4.

Таблица 4

№ п/п	Показатель	Проект 1	Проект 2
1	Выручка от реализации продукции, млн руб.	150	225
2	Себестоимость продукции, млн руб.	75	150
3	Чистая прибыль на одного занятого, млн руб.	0,6	0,3

Основная проблема, с которой столкнулось предприятие - нехватка квалифицированных рабочих. Какой из проектов необходимо выбрать и почему?

15. На социальную эффективность менеджмента влияет:

- 1) прибыль от продажи продукции;
- 2) развитие трудового коллектива;
- 3) издержки обращения;
- 4) норма выработки.

16. Что относится к внутренним переменным?

- 1) Ценности.
- 2) Поставщики.
- 3) Политические факторы.
- 4) Потребители.

17. Что из нижеперечисленного относится к внешней среде прямого воздействия?

- 1) Поставщики.
- 2) Технологии.
- 3) Людской ресурс.
- 4) Политические факторы.

18. SWOT-анализ используется для оценки:

- 1) сильных и слабых сторон организации.
- 2) возможностей и угроз для организации.

- 3) сильных и слабых сторон, возможностей и угроз.
- 4) сильных сторон и возможностей организации.

19. Какие из функций менеджмента поставлены в логически взаимосвязанной последовательности?

- 1) Координация–планирование–мотивация–контроль–организация.
- 2) Планирование–мотивация–координация–организация–контроль.
- 3) Мотивация–организация–планирование–координация–контроль.
- 4) Координация–планирование–организация–мотивация–контроль.

20. Какая из функций менеджмента основывается на потребностях и интересах работников?

- 1) Мотивация.
- 2) Планирование.
- 3) Координация.
- 4) Контроль.

21. Теории мотивации Врума, Портера и Лоулера являются:

- 1) содержательными;
- 2) процессуальными;
- 3) системными;
- 4) ситуационными.

22. Какая из функций менеджмента позволяет выявить отклонения в работе организации?

- 1) Координация.
- 2) Планирование.
- 3) Организация.
- 4) Контроль.

23. К традиционным формам контроля **НЕ** относятся:

- 1) подготовительный;
- 2) текущий;
- 3) скрытый;
- 4) заключительный.

24. Какие функции менеджмента отражают процесс разделения управленческого труда?

- 1) Общие.
- 2) Связующие.
- 3) Специфические.

4) Социальные.

25. Для чего предназначена организационная структура управления?

- 1) Установления целей и задач организации.
- 2) Обеспечения единства действий всех элементов организации.
- 3) Стимулирования действий работников организации.
- 4) Осуществления контрольных функций.

26. Что такое норма управления?

- 1) Технический норматив.
- 2) Приказ.
- 3) Технологический норматив.
- 4) Количество человек или звеньев, находящихся в подчинении у одного руководителя.

27. Какие связи существуют в дивизиональной структуре управления?

- 1) Линейные и функциональные.
- 2) Линейные.
- 3) Функциональные.
- 4) Производственные.

28. Развитие специализации в организации может происходить по направлению:

- 1) горизонтальному;
- 2) матричному;
- 3) диагональному;
- 4) вертикальному.

29. Какие типы организационных структур относятся к адаптивным структурам?

- 1) Линейно-функциональные.
- 2) Матричные.
- 3) Линейно-штабные.
- 4) Дивизиональные.

30. Линейные менеджеры – это:

- 1) менеджеры, руководящие подчиненными и отвечающие за основные виды ресурсов;
- 2) функциональные менеджеры;
- 3) обслуживающие менеджеры;

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Методические указания состоят из теоретических сведений и семи работ, в каждой из которых описана последовательность действий для выполнения соответствующей темы.

Библиографический список

1. Веснин В.Р. Менеджмент. 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Проспект, 2012.
2. Коротков Э.М. Менеджмент: Учеб. для вузов. – СПб.: Юрайт, 2012.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Вильямс, 2012.
4. Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н. Маркетинг: Учеб. для вузов. – СПб.: Питер, 2012.
5. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Вильямс, 2012.
6. Менеджмент. Практикум / Под ред. Е.Л. Масловой. – М.: Изд-во «Дашков и К», 2014.
7. Данько Т., Голубев М. Менеджмент и маркетинг, ориентированный на стоимость: Учеб. – М.: Инфра-М, 2013.
8. Казначевская Г., Чуев И., Матросова О. Менеджмент: Учеб. пособие. – Ростов н/Д.: Феникс, 2013.
9. Калужский М. Практический маркетинг: Учеб. пособие. – СПб.: Питер, 2012.
10. Журналы: «Корпоративный менеджмент», «Менеджер», «Менеджмент в России и за рубежом», «Менеджмент сегодня», «Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом», «Маркетинг и маркетинговые исследования», «Общепит: бизнес и искусство» 2009–2013 гг.

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

Для выполнения практических работ по дисциплине
«Менеджмент и маркетинг»
для студентов направления
21.03.03 «Геодезия и дистанционное зондирование»
(профиль: Геодезия)
всех форм обучения

Составители:
Трухина Наталья Игоревна
Повалюхина Марина Александровна

В авторской редакции

Подписано к изданию _____.
Уч.-изд. л. _____.

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический
университет»
394026 Воронеж, Московский просп., 14