

б. 1.2.7

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 26.10.2023 14:45:13
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета машиностроения

/Сафонов Е.В./

Сафонов 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Менеджмент и маркетинг в управлении качеством»

Направление подготовки

27.03.02 «Управление качеством»

Образовательная программа «Управление качеством на производстве»

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавриат

Форма обучения

Очная

Москва 2021 г.

1. Цели освоения дисциплины

Основная цель дисциплины «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством» состоит в изучении студентами основных механизмов управления как на уровне организации, так и отдельных её элементов, формировании у обучающихся современного управленческого мышления и качеств менеджера XXI века, умеющего результативно работать и добиваться поставленных целей для получения конкурентного преимущества организации.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством» следует отнести:

- освоение основных понятий, принципов, средств и методов теории менеджмента и маркетинга в управлении качеством;
- осознание студентами необходимости развития профессионально значимых качеств, необходимых для управления ресурсами организации;
- овладение методами менеджмента и маркетинга и совершенствования умения их применения в профессиональной деятельности;
- развитие активной жизненной позиции, способности к анализу процессов социализации и адаптации в условиях социальных перемен, особенностей самосознания и саморазвития личности в современном обществе.

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством» относится к числу учебных дисциплин части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» и входит в образовательную программу подготовки бакалавра по направлению подготовки **27.03.02 «Управление качеством»** и профилю «**Управление качеством на производстве**» для очной формы обучения.

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП:

В обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)»:

- философия;
- экономика качества;
- системы менеджмента качества и их сертификация.

В части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)»:

- экономика;
- технология и организация производства продукции;
- экономика организации производства.

В вариативной части дисциплин по выбору Блока 1 «Дисциплины (модули)»:

- основы стандартизации и технического регулирования;
- основы бережливого производства.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством» студенты должны:

ЗНАТЬ:

- структуру затрат на организационно-управленческую деятельность и факторы ее определяющие;
- направления и пути экономии относительных затрат на организационно-управленческую деятельность, факторы эффективности менеджмента, эффект масштаба деятельности;
- основные этапы развития менеджмента как науки и профессии;
- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- роли, функции и задачи менеджера в современной организации;
- основные бизнес-процессы в организации;
- принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования;
- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;
- основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля;
- виды управленческих решений и методы их принятия;
- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами;
- типы организационной культуры и методы её формирования;

УМЕТЬ:

- определить сущность и содержание социально-экономической эффективности менеджмента, соотношение коммерческой эффективности и социальной эффективности менеджмента;
- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять её ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию;
- организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;
- анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;
- диагностировать организационную культуру, выявлять её сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по её совершенствованию;

ВЛАДЕТЬ:

- методами анализа экономической и социальной эффективности деятельности;
- технологией формирования эффективной системы управления;
- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивация и контроль);
- современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации.

3.В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

Код компетенции	В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	<p>УК 10.1 Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуру затрат на организационно-управленческую деятельность и факторы ее определяющие; - направления и пути экономии относительных затрат на организационно-управленческую деятельность, факторы эффективности менеджмента, эффект масштаба деятельности; <p>УК 10.2 Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определить сущность и содержание социально-экономической эффективности менеджмента, соотношение коммерческой эффективности и социальной эффективности менеджмента; <p>УК 10.3 Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами анализа экономической и социальной эффективности деятельности; - технологией формирования эффективной системы управления;

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, т.е. 144 академических часа (из них 72 часа – самостоятельная работа студентов).

Разделы дисциплины «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством» изучаются на пятом и шестом семестрах третьего курса.

Пятый семестр: аудиторных занятий 36 часов, из них: лекции – 18 часов, практические работы – 18 часов. Форма контроля – зачет.

Шестой семестр: аудиторные занятия 36 часов, из них: лекции – 18 часов, практические работы – 18 часов, форма контроля – экзамен.

Структура и содержание дисциплины «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством» по срокам и видам работы отражены в приложении А.

Содержание разделов дисциплины

Пятый семестр

1. *Основные этапы развития менеджмента и маркетинга.*

Предпосылки зарождения менеджмента как науки. Разделение права собственности и управления в мировой практике. Формирование менеджмента как науки. Развитие направлений деятельности менеджмента и маркетинга в управлении качеством.

2. *Принципы развития и закономерности функционирования организации.*

Объект, предмет и функции теории организации. Роль организаций в обществе. Теория организации: смежные области научных знаний. Общее и особенное в соотношении понятий «организация» и «система». Функциональность как основное свойство организации. Описание организации как объекта управления. Основные признаки организации. Проблема выделения аспектов организации и установление их значимости. Структурный, динамический, регуляционный и информационный аспекты организации систем. Организация как открытая система, внутренняя и внешняя среда организации, взаимодействие и адаптация к изменениям внешней среды. Понятия: орг.система, орг.структура, орг.механизм. Цель как основной системообразующий фактор организации. Функции целей организации. Общие принципы организации и их характеристика

Основные этапы становления организации: рассмотрение различных концепций с отраслевыми особенностями формирования.

3. *Роли, функции и задачи менеджера в современной организации.*

Основные роли менеджера. Функциональная нагрузка менеджера. Особенности накопления знаний: структурирование, применение в различных отраслях и сферах жизни и работы. Роль опыта в управленческой деятельности, его накопление, обновление и применение в реальных условиях ведения бизнеса, управления качеством. Взаимодействие горизонтальных и вертикальных структур властных отношений в

хозяйственных организациях, способность приспосабливаться и/или видоизменять сложившуюся ситуацию с условием собственного видения решений сложившейся ситуации.

4. Внутренняя среда организации. Методы анализа состояния организации. Маркетинговые исследования.

Рассмотрение механизма преобразования ресурсов в конечный продукт как основа существования организации. Рассмотрение ресурсов, необходимых организации для осуществления производственной и непроизводственной деятельности, управления качеством. Особенности преобразования в различных отраслях и сферах деятельности. Функциональное и линейно-разделенное внутреннее пространство организации. Методы анализа внутренней среды организации. SWOT-анализ. SNW-анализ.

5. Внешняя среда организации. Факторы косвенного воздействия. Маркетинговые исследования.

Характеристика внешней среды организации. Основные макроэкономические процессы – закономерности происхождения, основные тенденции. Рассмотрение организации как открытой системы, находящейся в постоянном взаимодействии с внешней средой. Факторы косвенного воздействия внешней среды на организацию: Политические, экономические, социо-культурные, технологические и экологические. Примеры каждой из группы факторов.

Внешняя среда организации. Факторы прямого воздействия

Функционирование организаций в условиях рыночной экономики. Маркетинговые исследования. Основные формы конкурентной борьбы на современных отечественных и зарубежных рынках. 5 сил Портера, оказывающие воздействие на организацию. Сила поставщиков и потребителей. Конкуренты производящие аналогичную продукцию и товары-заменители. Потенциальные конкуренты и методы оценки входных барьеров на рынок.

6. Организационная культура.

Стадии и этапы формирования организационной культуры предприятия. Формирование системы ценностей на современных предприятиях. Сравнение организационной культуры отечественных организаций и международных корпораций. Лояльность новых участников организации к ранее сформированным нормам. Трансформация организационной культуры под воздействием внешних и внутренних факторов. Элементы организационной культуры. Культура управления.

7. *Управление конфликтами. Стресс и последствия*

Понятие конфликта, основные этапы причины возникновения. Виды конфликтов. Основные методы разрешения конфликтных ситуаций. Роль руководителя в разрешении конфликтных ситуаций, использование административного ресурса. Контролируемый и неконтролируемый конфликт – польза и угроза. Понятие стресса в современном мире. Методы минимизации последствий стресса. Формирование стрессоустойчивости руководителя и подчиненных.

8. *Основы принятия управленческих решений.*

Виды управленческих решений. Рациональные управленческие решения: основные этапы и стадии. Правила принятия рациональных управленческих решений. Ответственность за принятие решения. Оценка рисков.

Шестой семестр

9. *Функциональный менеджмент: производственный (управление качеством и запасами).*

Понятие производственной мощности. Оптимальная загруженность производственной мощности. Массовое, серийное и единичное производство. Управление качеством продукции. Понятие качества. Этапы контроля качества. Скелет Исикавы. Понятие запасов предприятия. Принципы формирования запасов предприятия. Модели формирования запасов.

10. *Функциональный менеджмент: формирование кадровых ресурсов.*

Место и роль работы с персоналом в осуществлении задач и функций менеджмента в управлении качеством. Обеспеченность трудовыми ресурсами. Управление трудовыми ресурсами, этапы и характерные особенности менеджмента. Кадровый потенциал рабочих. Определение потребностей в трудовых ресурсах предприятия. Принципы набора управленческих кадров и подготовки их к работе в организации. Карьерный рост и ротация управленческого персонала. Принципы подбора, расстановки и выдвижения руководящих работников.

5. Образовательные технологии

Методика преподавания дисциплины «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством» и реализация компетентностного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает использование следующих активных и интерактивных форм проведения групповых,

индивидуальных, аудиторных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся:

- лекции;
- подготовка к выполнению семинарских занятий;
- индивидуальное обсуждение выполняемых этапов практических занятий;
- обсуждение докладов по дисциплине;
- подготовка, представление и обсуждение презентаций на семинарских занятиях;
- организация и проведение текущего контроля знаний студентов в форме бланкового тестирования;
- решение задач («case-studies»),
- подготовка к проведению диспутов, круглых столов.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определен главной целью образовательной программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием дисциплины «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством» и в целом по дисциплине составляет 50% аудиторных занятий. Занятия лекционного типа составляют 50% от объема аудиторных занятий.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в виде **зачета** на пятом семестре и **экзамена** на шестом семестре с учетом результатов **текущего контроля** успеваемости в течение семестров. Темы и вопросы, выносимые на зачет и экзамен, представлены в приложении к рабочей программе «Фонд оценочных средств по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством» (приложение Б). По итогам промежуточной аттестации в пятом семестре выставляется оценка «зачтено», «не зачтено». Шкала и критерии оценивания приведены ниже. По итогам промежуточной аттестации в шестом семестре выставляется оценка – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Шкала и критерии оценивания приведены ниже.

Промежуточная аттестация проводится в сроки, установленные утвержденным расписанием зачетно-экзаменационной сессии.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Шкала оценивания	Описание
Зачтено	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
Не зачтено	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Шкала оценивания	Описание
Отлично	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
Хорошо	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует неполное, правильное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, либо если при этом были допущены 2-3 несущественные ошибки.
Удовлетворительно	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, в котором освещена основная, наиболее важная часть материала, но при этом допущена одна значительная ошибка или неточность.

Неудовлетворительно	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
---------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают контрольные вопросы и задания в форме бланкового и (или) компьютерного тестирования.

Образцы контрольных вопросов и заданий для проведения текущего контроля приведены в приложении Б.

6.1. Требования к подготовке к промежуточной аттестации

До даты проведения промежуточной аттестации студент должен выполнить все работы, предусмотренные настоящей рабочей программой дисциплины.

Перечень обязательных работ и форма отчетности по ним представлены в таблице.

Перечень обязательных работ, выполняемых в течение семестра по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством»

Вид работы	Форма отчетности и текущего контроля
Практические работы (семинары) – (перечень тем в приложении Б)	Участие в семинарах, предусмотренных рабочей программой дисциплины, с оценкой преподавателя «зачтено», если дан полный, развернутый, аргументированный ответ на предложенные вопросы.
Реферат (перечень тем в приложении Б)	Представить один реферат по выбранной теме с оценкой преподавателя «зачтено», если представлен один реферат в форме презентации и на бумажном носителе.
Деловая игра	Участие в деловых играх, предусмотренных рабочей программой дисциплины, с оценкой «Зачтено», если правильно выполнены все поставленные перед студентом задачи.

6.2 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

6.2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются следующие компетенции:

Код компетенции	В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

В процессе освоения образовательной программы данные компетенции, в том числе их отдельные компоненты, формируются поэтапно в ходе освоения обучающимися дисциплин (модулей), практик в соответствии с учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

6.2.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых по итогам освоения дисциплины (модуля), описание шкал оценивания

Показателем оценивания компетенций на различных этапах их формирования является достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю).

УК-10Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности				
Показатель	Критерии оценивания			
	2	3	4	5
УК 10.1знать: структуру затрат на организационно-управленческую деятельность и факторы ее определяющие; направления и пути экономии	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: структуру затрат на организационно-управленческую деятельность и	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: структуру затрат на организационно-управленческую деятельность и факторы ее	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: структуру затрат на организационно-управленческую деятельность и факторы ее	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: структуру затрат на организационно-управленческую деятельность и

<p>относительных затрат на организационно-управленческую деятельность, факторы эффективности менеджмента, эффект масштаба деятельности</p>	<p>факторы определяющие; направления и пути экономии относительных затрат на организационно-управленческую деятельность, факторы эффективности менеджмента, эффект масштаба деятельности</p>	<p>определяющие; направления и пути экономии относительных затрат на организационно-управленческую деятельность, факторы эффективности менеджмента, эффект масштаба деятельности. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при их переносе на новые ситуации.</p>	<p>определяющие; направления и пути экономии относительных затрат на организационно-управленческую деятельность, факторы эффективности менеджмента, эффект масштаба деятельности. Допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.</p>	<p>факторы определяющие; направления и пути экономии относительных затрат на организационно-управленческую деятельность, факторы эффективности менеджмента, эффект масштаба деятельности. Свободно оперирует приобретенными знаниями.</p>
<p>УК 10.2 уметь: определить сущность и содержание социально-экономической эффективности менеджмента, соотношение коммерческой эффективности и социальной эффективности менеджмента</p>	<p>Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет: определить сущность и содержание социально-экономической эффективности менеджмента, соотношение коммерческой эффективности и социальной эффективности менеджмента</p>	<p>Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: определить сущность и содержание социально-экономической эффективности менеджмента, соотношение коммерческой эффективности и социальной эффективности менеджмента, испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: определить сущность и содержание социально-экономической эффективности менеджмента, соотношение коммерческой эффективности и социальной эффективности менеджмента. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.</p>	<p>Обучающийся в полном объеме владением определить сущность и содержание социально-экономической эффективности менеджмента, соотношение коммерческой эффективности и социальной эффективности менеджмента. Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.</p>

<p>УК 10.3 владеть: методами анализа экономической и социальной эффективности деятельности; технологией формирования эффективной системы управления</p>	<p>Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет методами анализа экономической и социальной эффективности деятельности; технологией формирования эффективной системы управления</p>	<p>Обучающийся частично владеет методами анализа экономической и социальной эффективности деятельности; технологией формирования эффективной системы управления. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей, Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.</p>	<p>Обучающийся владеет методами анализа экономической и социальной эффективности деятельности; технологией формирования эффективной системы управления. Навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.</p>	<p>Обучающийся в полном объеме владеет методами анализа экономической и социальной эффективности деятельности; технологией формирования эффективной системы управления. Свободно применяет полученные навыки в ситуациях повышенной сложности.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Фонды оценочных средств представлены в приложении Б к рабочей программе.

7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством»

Основная литература:

1. Понуждаев, Э.А. Теория менеджмента: история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение / Э.А. Понуждаев, М.Э. Понуждаева. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – Кн. 1. – 661 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271807> (дата обращения: 05.11.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-3721-0. – DOI 10.23681/271807. – Текст : электронный.

2. Понуждаев, Э.А. Теория менеджмента: история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение / Э.А. Понуждаев, М.Э. Понуждаева. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – Кн. 2. – 434 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271808> (дата обращения: 05.11.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-3722-7. – DOI 10.23681/271808. – Текст : электронный.

3. Ким, С.А. Маркетинг / С.А. Ким. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 258 с. : ил. – Режим доступа: по

подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454084> (дата обращения: 05.11.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02014-8. – Текст : электронный.

Дополнительная литература

1. Цахаев, Р.К. Маркетинг / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. – 3-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 550 с. : табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450722> (дата обращения: 05.11.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02746-8. – Текст : электронный.

2. Блинов, А.О. Теория менеджмента / А.О. Блинов, Н.В. Угрюмова ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 304 с. : табл., схем., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452815> (дата обращения: 05.11.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02404-7. – Текст : электронный.

3. Маслова, Е.Л. Менеджмент / Е.Л. Маслова. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 333 с. : табл., схем., ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452863> (дата обращения: 05.11.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02414-6. – Текст : электронный.

в) программное обеспечение и интернет-ресурсы:

Используемое программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора
MicrosoftOfficeAccess 2007	1981-M87 от 03.02.2014 г.
Microsoft Office Стандартный 2007 (word, excel, powerpoint)	24/08 от 19.05.2008 г.
Консультант+	223876

Каждый студент обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронным библиотекам университета (elib.mgur; <https://lib.mospolytech.ru/lib/>) к электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам):

№ п/п	Электронный ресурс	№ договора. Срок действия доступа	Названия коллекций
1	ЭБС «Издательства Лань» - договор № 73-МП-23-	Договор № 132_94.44.ЕП/20	Инженерно-технические науки –Издательство «Машиностроение»

	ЕП/17 от 28.05.2017. (e.lanbook.com)	от 19.05.2020 с ООО «ЭБС ЛАНЬ». Срок действия – с 15.06.2020 по 15.06.2021	Инженерно-технические науки – Издательство МГТУ им. Н.Э. Баумана; Инженерно-технические науки – Издательство «Физматлит»; Экономика и менеджмент – Издательство «Флинта»; - 58 книг из других разделов ЭБС (см. сайт университета, раздел библиотека)
2	ЭБС «ZNANIUM.COM» (www.znanium.com)	Договор № 124_62.44.ЕП/19 от 04.06.2019 с ООО «ЗНАНИУМ». Срок действия – с 01.11.2019 по 31.10.2020	Доступ к 5 изданиям из разных коллекций ЭБС
3	ЭБС «Университетская библиотека онлайн (www.biblioclub.ru)	Договор № 133_95.44.ЕП/20 от 19.05.2020 с ООО «Директ- Медиа». Срок действия – с 29.05.2020 по 28.05.2021	Доступ к базовой коллекции ЭБС
4	ЭБС «ЮРАЙТ» (www.biblio-online.ru)	Договор № 122_60.44.ЕП/19 от 04.06.2019 с ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ». Срок действия – с 01.09.2019 по 31.08.2020	Доступ к 12 изданиям из разных коллекций ЭБС
5	Национальная электронная библиотека (НЭБ)	Договор № 101/НЭБ/2450 от 11.10.2017 с ФГБУ «РГБ» - срок действия договора 5 лет	НЭБ (нэб.рф) объединяет фонды публичных библиотек России федерального, регионального, муниципального уровней, библиотек научных и образовательных учреждений, а также правообладателей, правомерно переведенные в цифровую форму
6	Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» (www.cyberleninka.ru)	Свободный доступ	1134165 научных статей
7	ЭБС «Polpred» (polpred.com)	Свободный доступ	Обзор СМИ (архив публикаций за 15 лет)
8	Научная электронная библиотека e.LIBRARY.ru	Свободный доступ	Более 3000 наименований российских журналов в открытом доступе

9	Доступ к электронным ресурсам издательства SpringerNature	Письмо в ФГБОУ «Российский Фонд Фундаментальных Исследований» от 03.10.2016 № 11-01-17/1123 с приложением С 01.01.2017 - бессрочно	SpringerJournals; SpringerProtocols; SpringerMaterials; SpringerReference; zbMATH; NatureJournals
10	Справочная поисковая система «Техэксперт»	Без договора	Нормы, правила, стандарты и законодательство по техническому регулированию

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины.

Аудитория для лекционных и семинарских занятий общего фонда. Столы учебные со скамьями, аудиторная доска, переносной мультимедийный комплекс (проектор, проекционный экран, ноутбук). Рабочее место преподавателя: стол, стул.

9. Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера. При подготовке лекции преподаватель руководствуется рабочей программой дисциплины. В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. 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.

Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Преподаватель приводит список используемых и рекомендуемых источников для изучения конкретной темы. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме

лекции. При чтении лекций по дисциплине могут использоваться электронные мультимедийные презентации.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины. В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. На интерактивных занятиях студенты должны проявлять активность.

Формат проведения интерактивного практического занятия на тему «Коммуникации в современном управлении».

Деловая игра предполагает воссоздание модели ситуации конфликтного характера, возникшей между двумя партнерами по бизнесу. В данном формате можно разыгрывать любую конфликтную ситуацию, причем участниками могут быть, как партнеры по бизнесу («производитель услуг или товаров» - «клиент»), так и руководители двух компаний, руководитель и подчиненный и т.д.

Ситуация вписывается в текущую тему курса. Данная игра строится в рамках темы ***Коммуникации в современном управлении.***

Игра рассчитана на студентов 2-3 курса различных направлений и профилей, изучающих курс «Теории менеджмента». В игре принимают участие студенты одной группы. Продолжение игры – 1 семинар. Оптимальное время игры – ноябрь, после изучения соответствующей темы в рамках рабочей программы.

Цель игры: приобретение учащимися профессиональных, коммуникативных и управленческих навыков.

Стартовые условия

1. Государство – Россия. Субъект Российской Федерации. Соответствующие ей социально-экономическая ситуация, правовой фон, особенности системы управления.

2. Организации, находящиеся на территории субъекта РФ.

3. Приоритеты и акценты игры:

- понимание игроками сложившейся ситуации, точки противоречия;
- правильная оценка личностных качеств и профессиональных способностей собеседника;
- принятие важных стратегических и тактических решений, которые являются основой для достижения желаемого результата;
- осознание ответственности за принятые решения.

4. Контингент участников игры – группа студентов.

Место участников в объявленных ролях:

- исполнитель 1 роли – Генеральный директор компании;
- исполнитель 2 роли – Директор офисного центра;
- эксперты, оценивающие поведение игроков в ходе действия;
- координатор.

Отдельно определяется место преподавателя в игровом пространстве, в данном случае он координатор.

Определение содержания игры

Задается ситуация: предыстория конфликта, которая проясняет положение, а при необходимости цели участников.

Компания арендует офис в новом офисном центре. Его владелец обещал в течение трёх месяцев завершить работу над деталями в центре: обозначить входы, достроить парковку, обеспечить рекламу офисного центра. В оговоренные сроки обещание не было выполнено. Вследствие чего компания лишилась большинства своих клиентов, т.к. они отказывались вести переговоры в этом офисе. Генеральный директор приказывает управляющему в течение одного месяца наладить ситуацию и добиться скидки на аренду.

Роли и интересы:

Генеральный директор компании - добиться снижения аренды и выполнения обещания по обустройству офисного центра

Директор офисного центра - не снижать арендную плату, завершить обещанную работу и сохранить арендаторов.

Ход игры. Начинаются переговоры в заданной ситуации. В процессе каждый из участников может уточнять условия и тем самым развивать ситуацию, партнер должен поддерживать заданные условия и продолжать действовать, исходя из них. Важно при ведении переговоров соблюдать этику делового общения, вместе с тем уметь отстаивать интересы своей организации, но при этом сохранить партнерские отношения.

Правила игры. Права и обязанности игроков и экспертов.

Из группы студентов выделяются эксперты в количестве 3-х человек. Остальные студенты делятся на две группы. Одна из них представляет интересы редакции журнала, другая – интересы заказчика. Роль определяется посредством жеребьевки. В течение 10 минут они обсуждают сюжет игры, определяют направления развития этого сюжета, уточняют возможные варианты развития сценария. Затем они сами определяют лидера, готового играть основную роль.

Время проведения переговоров – 7 минут.

Переговоры начинает тот исполнитель, кому принадлежат последние слова в предыстории конфликта. При возникновении паузы при заминке одного из игроков длина паузы не может превышать 1 минуты.

Экспертный состав: 3-5 человек в зависимости от количества студентов в группе:

Задачи экспертов:

- ответить на один из вопросов: «Кому бы он доверил свой бизнес в управление?»; «К кому бы он нанялся на работу?»; «Кого бы как руководитель он послал обговаривать условия и заключать коммерческий договор?»;

- оценить результаты деятельности конкурсантов по выработанным ими самими критериям, чтобы дать объективную оценку участников – представителей конфликтующих сторон, оценивать их качества как человека, члена коллектива, профессионала, управленца, а также оригинальность представленных идей.

Игрокам каждым из экспертов присваивается либо 1 балл, либо 0 баллов. В итоге выигрывает тот, кто получил большее количество баллов.

Корректировку действий участников осуществляет координатор: отслеживает выполнение правил игры, время, выделенное на подготовку и проведение переговоров.

После окончания переговоров эксперты оглашают присвоенные баллы, описывая поведение участников и их качества, проявленные в ходе переговоров. Акцентируя внимание на ключевые характеристики, которые больше всего им понравились, что повлияло на решение «Я хотел бы работать у ...» «Я отдал бы в доверительное управление свой бизнес...»; «Я послал бы на переговоры...». В итоге по составленному списку критериев эксперты оценивают ориентацию менеджеров на исполнение интересов всех контактных групп.

Координатор имеет право наложить штрафные санкции за нарушение игровой дисциплины в подготовительный период обсуждения и период ведения переговоров – 0,5 балла; за затянувшуюся паузу – 0,5 баллов.

Структура игры

Этап	Содержание	Деятельность преподавателя	Деятельность студентов
Подготовительный	Разъяснение условий и правил игры, знакомство с регламентом. Выбор экспертов, выделение команд	Распределение ролей	Формирование групп
Стартовый	Озвучивание ситуации	Осуществление роли координатора знакомит студентов с предысторией конфликта, отвечает на возникшие вопросы. Контролирует регламент обсуждения ситуации в группах	В группах ведется обсуждение сюжета игры, определение направления его развития, уточнение возможных вариантов развития сценария. Выбирают лидера, который будет выполнять одну из двух ключевых ролей. Студенты, исполняющие роль экспертов, определяют критерии
Итоговый	Проведение переговоров между ключевыми	Контролирует регламент переговоров	Лидеры групп ведут переговоры, разворачивая ситуацию в нужном

	участниками		направлении.
Заключительный	Подведение итогов состоявшейся деловой встречи. Выступления экспертов. Определение победителей	Ведет обсуждение, руководит как координатор ходом игры.	Эксперты оценивают поведение участников игры по выработанным критериям. Выбирают победителя. Отвечают на поставленные вопросы. Обоснуют свой выбор.
Рефлексия	Обсуждение проведенного мероприятия	Подводит итог, отмечает сильные и слабые моменты в поведении всех исполнителей ролей. По необходимости предлагает свой вариант развития сюжета. Предлагает оценить вклад участников, обозначить активность и достигнутый результат.	Выступают все желающие. Определяют индивидуальный вклад участников, степень соответствия ожиданиям от проведения игры.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельной темы учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по определяется учебным планом. При самостоятельной работе студент взаимодействует с рекомендованными материалами при участии преподавателя в виде консультаций. Для выполнения самостоятельной работы предусмотрено Методическое обеспечение. Электронно-библиотечной система (электронная библиотека) университета обеспечивает возможность индивидуального доступа каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

10. Методические рекомендации для преподавателя

(Методические рекомендации по составлению презентаций)

Презентация (от английского слова - представление) – это набор цветных картинок-слайдов на определенную тему, который хранится в файле специального формата с расширением РР. Термин «презентация» (иногда говорят «слайд-фильм») связывают, прежде всего, с информационными и рекламными функциями картинок, которые рассчитаны на определенную категорию зрителей (пользователей).

Мультимедийная компьютерная презентация – это:

- динамический синтез текста, изображения, звука;
- самые современные программные технологии интерфейса;
- интерактивный контакт докладчика с демонстрационным материалом;
- мобильность и компактность информационных носителей и оборудования;
- способность к обновлению, дополнению и адаптации информации;
- невысокая стоимость.

Правила оформления компьютерных презентаций

Общие правила дизайна

Многие дизайнеры утверждают, что законов и правил в дизайне нет. Есть советы, рекомендации, приемы. Дизайн, как всякий вид творчества, искусства, как всякий способ одних людей общаться с другими, как язык, как мысль — обойдет любые правила и законы.

Однако, можно привести определенные рекомендации, которые следует соблюдать, во всяком случае, начинающим дизайнерам, до тех пор, пока они не почувствуют в себе силу и уверенность сочинять собственные правила и рекомендации.

Правила шрифтового оформления:

- Шрифты с засечками читаются легче, чем гротески (шрифты без засечек);
- Для основного текста не рекомендуется использовать прописные буквы.
- Шрифтовой контраст можно создать посредством: размера шрифта, толщины шрифта, начертания, формы, направления и цвета.
- Правила выбора цветовой гаммы.
- Цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов.
- Существуют не сочетаемые комбинации цветов.

- Черный цвет имеет негативный (мрачный) подтекст.
- Белый текст на черном фоне читается плохо (инверсия плохо читается).

Рекомендации по дизайну презентации

Чтобы презентация хорошо воспринималась слушателями и не вызывала отрицательных эмоций (подсознательных или вполне осознанных), необходимо соблюдать правила ее оформления.

Презентация предполагает сочетание информации различных типов: текста, графических изображений, музыкальных и звуковых эффектов, анимации и видеофрагментов. Поэтому необходимо учитывать специфику комбинирования фрагментов информации различных типов. Кроме того, оформление и демонстрация каждого из перечисленных типов информации также подчиняется определенным правилам. Так, например, для текстовой информации важен выбор шрифта, для графической — яркость и насыщенность цвета, для наилучшего их совместного восприятия необходимо оптимальное взаиморасположение на слайде.

Рассмотрим рекомендации по оформлению и представлению на экране материалов различного вида.

Оформление текстовой информации:

- размер шрифта: 24–54 пункта (заголовки), 18–36 пунктов (обычный текст);
- цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться), но не резать глаза;
- тип шрифта: для основного текста гладкий шрифт без засечек (Arial,Tahoma, Verdana), для заголовка можно использовать декоративный шрифт, если он хорошо читаем;
- курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы рекомендуется использовать только для смыслового выделения фрагмента текста.

Оформление графической информации:

- рисунки, фотографии, диаграммы призваны дополнить текстовую информацию или передать ее в более наглядном виде;
- желательно избегать в презентации рисунков, не несущих смысловой нагрузки, если они не являются частью стилевого оформления;

- цвет графических изображений не должен резко контрастировать с общим стилевым оформлением слайда;
- иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом;
- если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем.

Содержание и расположение информационных блоков на слайде:

- информационных блоков не должно быть слишком много (3-6);
- рекомендуемый размер одного информационного блока — не более 1/2 размера слайда;
- желательно присутствие на странице блоков с разнотипной информацией (текст, графики, диаграммы, таблицы, рисунки), дополняющей друг друга;
- ключевые слова в информационном блоке необходимо выделить;
- информационные блоки лучше располагать горизонтально, связанные по смыслу блоки — слева направо;
- наиболее важную информацию следует поместить в центр слайда;
- логика предъявления информации на слайдах и в презентации должна соответствовать логике ее изложения.

Помимо правильного расположения текстовых блоков, нужно не забывать и об их содержании — тексте. В нем ни в коем случае не должно содержаться орфографических ошибок. Также следует учитывать общие правила оформления текста.

После создания презентации и ее оформления, необходимо отрепетировать ее показ и свое выступление, проверить, как будет выглядеть презентация в целом (на экране компьютера или проекционном экране), насколько скоро и адекватно она воспринимается из разных мест аудитории, при разном освещении, шумовом сопровождении, в обстановке, максимально приближенной к реальным условиям выступления.

11. Приложения к рабочей программе:

Приложение А – Структура и содержание дисциплины;

Приложение Б – Фонд оценочных средств.

Приложение В – Перечень оценочных средств по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством»;

Приложение Г – Аннотация рабочей программы дисциплины.

**Структура и содержание дисциплины «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством»
по направлению 27.03.02 «Управление качеством» профиль «Управление качеством на производстве»
очной формы обучения**

п/ п	Раздел	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов, и трудоемкость в часах					Виды самостоятельной работы студентов					Формы аттестации	
				Л	П/С	Лаб	СРС	КСР	К.Р.	К.П.	РГР	Реферат	К/р	Э	З
	Пятый семестр														
1.1	Основные этапы развития менеджмента и маркетинга. Предпосылки зарождения менеджмента как науки. Разделение права собственности и управления в мировой практике. Формирование менеджмента как науки. Развитие направлений деятельности менеджмента и маркетинга в управлении качеством.	5	1-2	2	2		4					1			
1.2	Принципы развития и закономерности функционирования организации. Объект, предмет и функции теории организации. Роль организаций в обществе. Теория организации: смежные области научных знаний. Общее и особенное в соотношении понятий	5	3-4	2	2		4								

	<p>«организация» и «система». Функциональность как основное свойство организации. Описание организации как объекта управления. Основные признаки организации. Проблема выделения аспектов организации и установление их значимости. Структурный, динамический, регуляционный и информационный аспекты организации систем. Организация как открытая система, внутренняя и внешняя среда организации, взаимодействие и адаптация к изменениям внешней среды. Понятия: орг. система, орг. структура, орг. механизм. Цель как основной системообразующий фактор организации. Функции целей организации. Общие принципы организации и их характеристика. Основные этапы становления организации: рассмотрение различных концепций с отраслевыми особенностями формирования.</p>													
1.3	<p>Роли, функции и задачи менеджера в современной организации. Основные роли менеджера. Функциональная нагрузка менеджера. Особенности накопления знаний:</p>	5	5-6	2	2	4								

	<p>структурирование, применение в различных отраслях и сферах жизни и работы. Роль опыта в управленческой деятельности, его накопление, обновление и применение в реальных условиях ведения бизнеса, управления качеством. Взаимодействие горизонтальных и вертикальных структур властных отношений в хозяйственных организациях, способность приспосабливаться и/или видоизменять сложившуюся ситуацию с условием собственного видения решений сложившейся ситуации.</p>														
1.4	<p>Внутренняя среда организации. Методы анализа состояния организации. Маркетинговые исследования. Рассмотрение механизма преобразования ресурсов в конечный продукт как основа существования организации. Рассмотрение ресурсов, необходимых организации для осуществления производственной и непроизводственной деятельности, управления качеством. Особенности преобразования в различных отраслях и сферах деятельности. Функциональное и линейно разделенные внутренней среды</p>	5	7-9	3	3		6								

	организации. Методы анализа внутренней среды организации. SWOT-анализ. SNW-анализ.													
1.5	<p>Внешняя среда организации. Факторы косвенного воздействия. Маркетинговые исследования.</p> <p>Характеристика внешней среды организации. Основные макроэкономические процессы – закономерности происхождения, основные тенденции. Рассмотрение организации как открытой системы, находящейся в постоянном взаимодействии с внешней средой. Факторы косвенного воздействия внешней среды на организацию: Политические, экономические, социо-культурные, технологические и экологические. Примеры каждой из группы факторов.</p>	5	10-12	3	3	6								
1.6	<p>Организационная культура.</p> <p>Стадии и этапы формирования организационной культуры предприятия. Формирование системы ценностей на современных предприятиях. Сравнение организационной культуры отечественных организаций и международных корпораций. Лояльность новых участников организации к ранее</p>	5	13-14	2	2	4								

	сформированным нормам. Трансформация организационной культуры под воздействием внешних и внутренних факторов. Элементы организационной культуры. Культура управления.													
1.7	Управление конфликтами. Стресс и последствия Понятие конфликта, основные этапы причины возникновения. Виды конфликтов. Основные методы разрешения конфликтных ситуаций. Роль руководителя в разрешении конфликтных ситуаций, использование административного ресурса. Контролируемый и неконтролируемый конфликт – польза и угроза. Понятие стресса в современном мире. Методы минимизации последствий стресса. Формирование стрессоустойчивости руководителя и подчиненных.	5	15-16	2	2		4						1	
1.8	Основы принятия управленческих решений. Виды управленческих решений. Рациональные управленческие решения: основные этапы и стадии. Правила принятия рациональных управленческих решений. Ответственность за принятие решения. Оценка рисков.	5	17-18	2	2		4							

	Форма аттестации														3	
	Всего часов по дисциплине в пятом семестре			18	18		36								+	
	Шестой семестр															
2.1	Функциональный менеджмент: производственный (управление качеством и запасами). Понятие производственной мощности. Оптимальная загруженность производственной мощности. Массовое, серийное и единичное производство. Управление качеством продукции. Понятие качества. Этапы контроля качества. Скелет Исикавы. Понятие запасов предприятия. Принципы формирования запасов предприятия. Модели формирования запасов.	6	1-10	10	10		18									
2.2	Функциональный менеджмент: формирование кадровых ресурсов. Место и роль работы с персоналом в осуществлении задач и функций менеджмента в управлении качеством. Обеспеченность трудовыми ресурсами. Управление трудовыми ресурсами, этапы и характерные особенности менеджмента. Кадровый потенциал рабочих. Определение потребностей в	6	11-18	8	8		18									

трудовых ресурсах предприятия. Принципы набора управленческих кадров и подготовки их к работе в организации. Карьерный рост и ротация управленческого персонала. Принципы подбора, расстановки и выдвижения руководящих работников														
Форма аттестации														Э
Всего часов по дисциплине в шестом семестре			18	18		36								
Всего часов по дисциплине в пятом и шестом семестрах			36	36		72								

Приложение Б

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Направление 27.03.02 «Управление качеством»

ОП: «Управление качеством на производстве»

Форма обучения: очная

Вид профессиональной деятельности: в соответствии с ОП

Кафедра «Менеджмент»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В УПРАВЛЕНИИ КАЧЕСТВОМ»

Состав: 1. Паспорт фонда оценочных средств

2. Описание оценочных средств:

контрольные вопросы к зачету

контрольные вопросы к экзамену

темы рефератов

темы практических работ

Составители: Старший преподаватель Бородачева Л.В.

Москва, 2021год

ПОКАЗАТЕЛЬ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В УПРАВЛЕНИИ КАЧЕСТВОМ					
ФГОС ВО 27.03.02 «Управление качеством»					
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие общекультурные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технология формирования компетенций	Форма оценочного средства**	Степени уровней освоения компетенций
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	<p>УК 10.1 Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуру затрат на организационно-управленческую деятельность и факторы ее определяющие; - направления и пути экономии относительных затрат на организационно-управленческую деятельность, факторы эффективности менеджмента, эффект масштаба деятельности; <p>УК 10.2 Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определить сущность и содержание социально-экономической эффективности менеджмента, соотношение коммерческой эффективности и социальной эффективности менеджмента; <p>УК 10.3 Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами анализа экономической и социальной эффективности деятельности; - технологией формирования эффективной системы управления; 	лекция, самостоятельная работа, лабораторные занятия, семинарские занятия	УО, ДИ, З, Э Р	<p>Базовый уровень</p> <ul style="list-style-type: none"> - способен анализировать социально- значимые проблемы и принципы менеджмента в стандартных учебных ситуациях <p>Повышенный уровень</p> <ul style="list-style-type: none"> - способен анализировать социально- значимые проблемы и принципы менеджмента на основе полученных знаний и в сложных ситуациях.

** - Сокращения форм оценочных средств см. в Приложении В к рабочей программе.

**Контрольные вопросы к зачету
по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством»
(пятый семестр)**

Знать:

Вопросы	Код компетенции
1. Виды планирования, суть стратегического планирования	УК-10.1
2. Понятие миссии. Сущность и назначение	УК-10.1
3. Цели и задачи организации. «Дерево целей»	УК-10.1
4. Маркетинговые исследования	УК-10.1
5. Внешняя среда организации: характеристика, влияние.	УК-10.1

Уметь:

1. Анализ внешней среды организации: факторы косвенного воздействия (PEST-анализ)	УК-10.2
2. Анализ внешней среды организации: факторы прямого воздействия (конкурентный анализ)	УК-10.2
3. Анализ внутренней среды организации.	УК-10.2
4. Выявление сильных и слабых сторон организации, угроз и возможностей (SWOT-анализ, SNW-анализ)	УК-10.2

Владеть:

1. Виды конкурентных стратегий (издержки, дифференциация, фокусированные)	УК-10.3
2. Наступательные функциональные стратегии.	УК-10.3
3. Оборонительные функциональные стратегии.	УК-10.3
4. Конкурентное преимущество. Классификация участников на рынке.	УК-10.3

**Контрольные вопросы к экзамену
по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством».
(шестой семестр)**

Знать:

Вопросы	Код компетенции
1. Основные организационно правовые формы предприятия	УК-10.1
2. Организационные структуры.	УК-10.1
3. Характеристика бюрократических и адаптивных организационных структур.	УК-10.1

4. Характеристика линейно-функциональной и штабной организационной структуры	УК-10.1
5. Дивизиональная структура, построенная по продуктовому признаку.	УК-10.1
6. Дивизиональная структура, ориентированная на потребителей.	УК-10.1
7. Дивизиональная структура, построенная по географическому признаку.	УК-10.1
8. Матричная организационная структура	УК-10.1
9. Проектная и бригадная организационная структура	УК-10.1
10. Мотивация: виды, процесс и элементы. Свойства психики человека	УК-10.1
11. Двухфакторная теория мотивации Герцберга.	УК-10.1
12. Теория человеческих потребностей Маслоу.	УК-10.1
13. Теория ожиданий и теория справедливости.	УК-10.1
14. Понятие контроля и его виды.	УК-10.1
15. Система контроллинга	УК-10.1
16. Коммуникации в менеджменте. Виды и элементы.	УК-10.1

Уметь:

1. Функция координации в менеджменте. Делегирование полномочий.	УК-10.2
2. Понятие рабочего времени, расписание работы.	УК-10.2
3. Фотография рабочего времени. Хронометраж	УК-10.2
4. Проблемы оптимального использования рабочего времени. Принципы Парето и Эйзенхауэра.	УК-10.2
5. Лидерство и власть. Теории и виды.	УК-10.2
6. Руководство, стили руководства.	УК-10.2
7. Управление качеством.	УК-10.2
8. Авторитет руководителя фирмы, его виды, характеристики.	УК-10.2
9. Конфликты. Виды, элементы и этапы	УК-10.2
10. Управление конфликтами.	УК-10.2
11. Содержание работы руководителя по нейтрализации конфликтов.	УК-10.2
12. Управленческие решения. Классификация, принципы и методы принятия.	УК-10.2
13. Этапы разработки и принятия управленческих решений	УК-10.2
14. Кадровое планирование и его значение.	УК-10.2
15. Планирование привлечения персонала и высвобождение персонала.	УК-10.2
16. Критерии отбора персонала. Основные методы сбора	УК-10.2

информации.	
17.Эффективность управления, факторы ее формирования.	УК-10.2
18.Типы производств. Производственная мощность. Календарное планирование.	УК-10.2
19.Управление качеством. Зарубежный опыт (контрольные карты Шухарта, схемы Исикавы)	УК-10.2
20.Управление запасами. Виды спроса на запасы, классификация запасов (АВС).	УК-10.2

Владеть:

1. Модели управления запасами	УК-10.3
2. Карьерный рост и ротация персонала. Карьерограмма.	УК-10.3
3. Информационное управление в менеджменте.	УК-10.3
4. Инновационный менеджмент.	УК-10.3
5. Деловая этика и этикет руководителя.	УК-10.3
6. Социальная ответственность организации	УК-10.3
7. Менеджеры нового поколения. Командный менеджмент.	УК-10.3
8. Жизненный цикл организации.	УК-10.3
9. Основные виды и типы организаций	УК-10.3
10.Причины организационных изменений	УК-10.3
11.Методы проведения организационных изменений	УК-10.3
12.Соппротивление организационным изменениям. Причины и виды.	УК-10.3
13.Организационная культура	УК-10.3
14.Групповая динамика	УК-10.3

В процессе обучения по курсу дисциплины «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством» студент должен выбрать и подготовить два реферата каждый объемом 1-1,5 у.п.л. по следующим темам:

**Темы рефератов
по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством ».
формирование компетенции**

УК 10.1 Знать:

1. Предприимчивость и предпринимательство: качества человека и вид деятельности.
2. Менеджер как субъект и объект управления.
3. Интересы и ценности менеджера: влияние на управление.

4. Организационные формы управления.
5. Эффективность управления.
6. Формальное и неформальное управление.
7. Процессы дифференциации и интеграции в системе менеджмента.

УК 10.2 Уметь:

8. Диверсификация производства и развитие менеджмента.
9. Стратегия и тактика менеджмента: социальное, экономическое и организационное развитие.
10. Сущность стратегического управления
11. Сущность тактического управления.
12. Сущность оперативного управления
13. Деловые конфликты и их роль в процессах управления.
14. Власть и партнерство в современной работе.

УК 10.3 Владеть:

15. Стимулирование спроса и продвижение товара на рынке.
16. Банковский менеджмент: сущность и его специфика.
17. Финансовый менеджмент: его сущность и особенности.
18. Особенности и тенденции развития российского менеджмента
19. Методы руководства и их применение в деятельности различных типов лидеров.
20. Влияние современных информационных технологий на организацию и методы менеджмента.

Темы рефератов

по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством». формирование компетенции

УК 10.1 Знать:

1. Барьеры коммуникаций в организациях и методы их преодоления.
2. Современные модели дистанционного менеджмента и практика их применения.
3. Взаимосвязь коммуникаций и структуры организации.
4. Человеческие качества и эффективность деятельности коллектива.
5. Принципы и этапы формирования высокоэффективного коллектива.
6. Бюрократия и номенклатура.
7. Свойства психики человека и мотивация сотрудников.
8. Двухфакторная теория мотивации Герцберга.
9. Теория человеческих потребностей Маслоу.
10. Теория ожиданий и теория справедливости.

11. Контроль и контроллинг.
12. Роль коммуникации в менеджменте.
13. Функция координации в менеджменте
14. Рабочее время менеджера и подчиненных.
15. Проблемы оптимального использования рабочего времени.
16. Современные стили руководства.
17. Особенности развития современных менеджеров
18. Управление временем современных менеджеров (Тайм-менеджмент)
19. Авторитет руководителя, его виды и характеристики.
20. Управление конфликтами.
21. Этапы разработки и принятия управленческих решений
22. Кадровое планирование и его значение.
23. Эффективность управления, факторы ее формирования.
24. Управление качеством. Современное понятие качества в менеджменте.
25. Карьерный рост и ротация персонала. Карьерограмма.
26. Особенности менеджмента в информационной среде.
27. Инновационный менеджмент
28. Особенности антикризисного управления.

УК 10.2. Уметь:

29. Деловая этика и этикет руководителя.
30. Социальная ответственность организации.
31. Менеджеры нового поколения. Командный менеджмент.
32. Маркетинговая модель менеджмента
33. Прогнозирование конфликтов. Методы их разрешения.
34. Управление нравственным развитием коллектива.
35. Факторы, определяющие национальные особенности культуры менеджера.
36. Характеристики нравственно-этического потенциала менеджера.
37. Цикличность и иерархичность менеджмента.
38. Методы и модели оценки риска в принятии решений.
39. Методы "мозгового штурма" в принятии решений.
40. Методы анализа структуры затрат рабочего времени менеджера.
41. Методы и границы применения нормирования управленческого труда.
42. Задачи функции муниципалитета (администрации города, района) в управлении экономикой региона, города.
43. Формы и органы самоуправления за рубежом.
44. Место, роль и взаимосвязь инновационного и инвестиционного менеджмента.

УК 10.3 Владеть:

45. Современный опыт организации и управления инновациями.

46. Инвестиционная политика государства: цели, направления, методы.
47. Маркетинговый менеджмент.
48. Основные особенности производственного менеджмента в машиностроительном комплексе.
49. Производственный менеджмент государственных и муниципальных органов управления экономикой.
50. Система управления производством в организации: критерии, параметры, органы, методы.
51. Развитие социальной инфраструктуры и общества.
52. Социальная эффективность менеджмента.
53. Современные методы и организация ресурсного обеспечения организации.
54. Основные характеристики структуры управленческого персонала.
55. Опыт зарубежных фирм в организации информационного взаимодействия с внешней средой.
56. Групповое внедрение организационных изменений
57. Сопротивление организационным изменениям.
58. Особенности взаимодействия формальных и неформальных групп.
59. Маркетинговое исследование.
60. Эффективное управление организационными изменениями.

Шкала оценивания реферата

Шкала оценивания	Описание
Отлично	Выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
Хорошо	Основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
Удовлетворительно	Имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во

	время защиты отсутствует вывод.
Неудовлетворительно	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Перечень практических работ (семинаров)

№ п/п	Наименование темы работы	Количество часов
	Пятый семестр	
1.	<p>Основные этапы развития менеджмента и маркетинга. Предпосылки зарождения менеджмента как науки. Разделение права собственности и управления в мировой практике. Формирование менеджмента как науки. Развитие направлений деятельности менеджмента и маркетинга в управлении качеством.</p>	2
2	<p>Принципы развития и закономерности функционирования организации. Объект, предмет и функции теории организации. Роль организаций в обществе. Теория организации: смежные области научных знаний. Общее и особенное в соотношении понятий «организация» и «система». Функциональность как основное свойство организации. Описание организации как объекта управления. Основные признаки организации. Проблема выделения аспектов организации и установление их значимости. Структурный, динамический, регуляционный и информационный аспекты организации систем. Организация как открытая система, внутренняя и внешняя среда организации, взаимодействие и адаптация к изменениям внешней среды. Понятия: орг. система, орг. структура, орг. механизм. Цель как основной системообразующий фактор организации. Функции целей организации. Общие принципы организации и их характеристика Основные этапы становления организации: рассмотрение различных концепций с отраслевыми особенностями формирования.</p>	2
3	<p>Роли, функции и задачи менеджера в современной организации. Основные роли менеджера. Функциональная нагрузка менеджера. Особенности накопления знаний: структурирование, применение в различных отраслях и сферах жизни и работы. Роль опыта в управленческой деятельности, его накопление,</p>	2

	обновление и применение в реальных условиях ведения бизнеса, управления качеством. Взаимодействие горизонтальных и вертикальных структур властных отношений в хозяйственных организациях, способность приспосабливаться и/или видоизменять сложившуюся ситуацию с условием собственного видения решений сложившейся ситуации.	
4	Внутренняя среда организации. Методы анализа состояния организации. Маркетинговые исследования. Рассмотрение механизма преобразования ресурсов в конечный продукт как основа существования организации. Рассмотрение ресурсов, необходимых организации для осуществления производственной и непроизводственной деятельности, управления качеством. Особенности преобразования в различных отраслях и сферах деятельности. Функциональное и линейно-разделение внутренней среды организации. Методы анализа внутренней среды организации. SWOT-анализ. SNW-анализ.	3
5	Внешняя среда организации. Факторы косвенного воздействия. Маркетинговые исследования. Характеристика внешней среды организации. Основные макроэкономические процессы – закономерности происхождения, основные тенденции. Рассмотрение организации как открытой системы, находящейся в постоянном взаимодействии с внешней средой. Факторы косвенного воздействия внешней среды на организацию: Политические, экономические, социо-культурные, технологические и экологические. Примеры каждой из группы факторов.	3
6	Организационная культура. Стадии и этапы формирования организационной культуры предприятия. Формирование системы ценностей на современных предприятиях. Сравнение организационной культуры отечественных организаций и международных корпораций. Лояльность новых участников организации к ранее сформированным нормам. Трансформация организационной культуры под воздействием внешних и внутренних факторов. Элементы организационной культуры. Культура управления.	2
7	Управление конфликтами. Стресс и последствия	2

	<p>Понятие конфликта, основные этапы причины возникновения. Виды конфликтов. Основные методы разрешения конфликтных ситуаций. Роль руководителя в разрешении конфликтных ситуаций, использование административного ресурса. Контролируемый и неконтролируемый конфликт – польза и угроза. Понятие стресса в современном мире. Методы минимизации последствий стресса. Формирование стрессоустойчивости руководителя и подчиненных.</p>	
8	<p>Основы принятия управленческих решений. Виды управленческих решений. Рациональные управленческие решения: основные этапы и стадии. Правила принятия рациональных управленческих решений. Ответственность за принятие решения. Оценка рисков.</p>	2
	<p>Всего часов по дисциплине в пятом семестре</p>	18
	<p>Шестой семестр</p>	
7	<p>Функциональный менеджмент: производственный (управление качеством и запасами). Понятие производственной мощности. Оптимальная загрузка производственной мощности. Массовое, серийное и единичное производство. Управление качеством продукции. Понятие качества. Этапы контроля качества. Скелет Исикавы. Понятие запасов предприятия. Принципы формирования запасов предприятия. Модели формирования запасов.</p>	10
8	<p>Функциональный менеджмент: формирование кадровых ресурсов. Место и роль работы с персоналом в осуществлении задач и функций менеджмента в управлении качеством. Обеспеченность трудовыми ресурсами. Управление трудовыми ресурсами, этапы и характерные особенности менеджмента. Кадровый потенциал рабочих. Определение потребностей в трудовых ресурсах предприятия. Принципы набора управленческих кадров и подготовки их к работе в организации. Карьерный рост и ротация управленческого персонала. Принципы подбора, расстановки и выдвижения руководящих работников</p>	8
	<p>Всего часов по дисциплине в шестом семестре</p>	18
	<p>Всего часов по дисциплине в пятом и шестом семестрах</p>	36

Приложение В

Перечень оценочных средств по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством»

№ ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Деловая и/или ролевая игра (ДИ)	Совместная деятельность группы обучающихся и педагогического работника под управлением педагогического работника с целью решения учебных и профессионально - ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре
2	Кейс-задача (К-З)	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
3	Реферат (Р)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно- исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
4	Зачет (З)	Форма проверки знаний и навыков студентов вузов и учащихся средних специальных учебных заведений, полученных на семинарских и практических занятиях, производственной практике, а также их обязательных самостоятельных работ.	Контрольные вопросы к зачету

5	Экзамен (Э)	<p>Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.</p>	<p>Контрольные вопросы к экзамену</p>
---	-------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Менеджмент и маркетинг в управлении качеством»

Прием 2021

1. Цели и задачи дисциплины

Основная цель дисциплины «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством» состоит в изучении студентами основных механизмов управления как на уровне организации, так и отдельных её элементов, формировании у обучающихся современного управленческого мышления и качеств менеджера XXI века, умеющего результативно работать и добиваться поставленных целей для получения конкурентного преимущества организации.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством» следует отнести:

- освоение основных понятий, принципов, средств и методов теории менеджмента и маркетинга в управлении качеством;
- осознание студентами необходимости развития профессионально значимых качеств, необходимых для управления ресурсами организации;
- овладение методами менеджмента и маркетинга и совершенствования умения их применения в профессиональной деятельности;
- развитие активной жизненной позиции, способности к анализу процессов социализации и адаптации в условиях социальных перемен, особенностей самосознания и саморазвития личности в современном обществе.

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством» относится к числу учебных дисциплин части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» и входит в образовательную программу подготовки бакалавра по направлению подготовки **27.03.02 «Управление качеством»** и профилю «**Управление качеством на производстве**» для очной формы обучения.

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП:

В обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)»:

- философия;
- экономика качества;
- системы менеджмента качества и их сертификация.

В части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)»:

- экономика;
- технология и организация производства продукции;
- экономика организации производства.

В вариативной части дисциплин по выбору Блока 1 «Дисциплины (модули)»:

- основы стандартизации и технического регулирования;
- основы бережливого производства.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины «Менеджмент и маркетинг в управлении качеством» студенты должны:

ЗНАТЬ:

- структуру затрат на организационно-управленческую деятельность и факторы ее определяющие;
- направления и пути экономии относительных затрат на организационно-управленческую деятельность, факторы эффективности менеджмента, эффект масштаба деятельности;
- основные этапы развития менеджмента как науки и профессии;
- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- роли, функции и задачи менеджера в современной организации;
- основные бизнес-процессы в организации;
- принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования;
- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;
- основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля;
- виды управленческих решений и методы их принятия;
- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами;
- типы организационной культуры и методы её формирования;

УМЕТЬ:

- определить сущность и содержание социально-экономической эффективности менеджмента, соотношение коммерческой эффективности и социальной эффективности менеджмента;
- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять её ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию;
- организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;
- анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;
- диагностировать организационную культуру, выявлять её сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по её совершенствованию;

ВЛАДЕТЬ:

- методами анализа экономической и социальной эффективности деятельности;
- технологией формирования эффективной системы управления;
- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивация и контроль);
- современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр	
		5	6
Общая трудоемкость по учебному плану	144 (42 з.е.)	72	72
Аудиторные занятия (всего)	72	36	36
В том числе:			
Лекции	36	18	18
Практические занятия	36	18	18
Лабораторные занятия			
Самостоятельная работа	72	36	36
Курсовая работа			
Курсовой проект			
Вид промежуточной аттестации		зачет	экзамен