

« , »
()

«
,
»
()

: 54.03.02 -

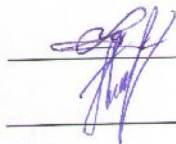
()

Автор-составитель:
Букалова Алина Юрьевна,
доцент кафедры архитектуры, к.т.н.

Рабочая программа по дисциплине "Производственный менеджмент" составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 54.03.02 Декоративно – прикладное искусство и народные промыслы, по профилю подготовки Художественный металл, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017г. № 509 (с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 и от 08.02.2021), с учетом Профессионального стандарта 10.008 Архитектор, утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2017г. № 616.

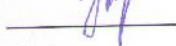
Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры архитектуры . Протокол 14 декабря 2022 № 12

Заведующий кафедрой



Щипалкин В.П.

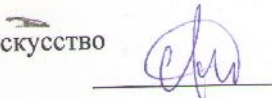
Преподаватель



Букалова А.Ю.

Согласовано:

Заведующий кафедрой
декоративно – прикладное искусство
и народные промыслы



Зобачева Е.А.

Рабочая программа утверждена на заседании Ученого совета.
Протокол от 22 декабря 2022г № 11.

Директор



Мургин А.А.

1.	5
2.		,	
	(,)
2.1		5
2.2.		5-6
2.3.		6
3.		6
4.		6
5.			
5.1.		7-8
5.2.		8-9
5.3.		9-10
6.	-		
6.1.		11
6.2.		11-12
6.3.		12-15
7.			
7.1.		15-16
7.2.		17
7.3.		17
7.4.			
		18
8.		,	
"	"	18-20
9.	-	20

1.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

2.

2.1.

2.1.1.

2.1.2.

2.1.3.

2.1.4.

2.1.5.

2.1.6.

2.1.7.

2.1.8.

2.2.

-1.

-2.

-6.

-9.

-10.

2.3.

	/		/
,	-1	-;	-1
	-1 -2	,	-2
	-2	-	-2
			-9, -10
,	-6, -9		-6, -9

3.

" () 7 , "

" , "

" , "

" , "

" , "

" , "

4.

1

, 36

:	36
- /	30
- /	0

	6
/	36

5.

5.1

/		-			
					.
		26	8	6	12
1			2		
2			2/2		4
3	()		2		2
4	, ; , (,) , ,		2		6
		46	8		24
5			2		6

6			2		4
7			1,5/1,5		4
8			2,5		4
9	(SWOT- .)				6

5.2

1

1.

2.

3.

()

4.

;

(),

-

2.

5

.

,

.

,

.

.

6.

.

.

.

.

.

7

,

,

.

8.

.

:

.

9

(SWOT- ,).

5.3

:

:

:

:

:

:

:

...

- 1)
- 2)

-4

5.4

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

- 1.

-
-

6.

6.1

			-
1			4
2		,	2
3			6
4			6
5		,	4
7		.	4
8		.	3
9		.	6
			36

6.2.

1. , .
2. ; .
3. .
4. , .
5. , ;
6. , ; - ;
7. , ; .
8. , , .
9. , .
10. , ;
11. ;
12. , ;
13. , , .
14. .
15. , ; ;

16. , .
17. ;
18. ;
19. ;
20. ;
21. (promotion),
22. .
23. , , - .
24. .
25. .
26. .
27. .
28. .
29. .
30. .
31. .
32. .
33. .
34. .
35. .
36. .
37. .
38. .
39. .
40. .
41. .
42. , .

6.3. :

Маркетинг (Marketing) — социальный процесс, направленный на удовлетворение нужд и потребностей индивидов и групп посредством создания и предложения обладающих ценностью товаров и услуг и обмена ими с другими людьми.

Маркетинг-микс (комплекс маркетинга) (Marketing Mix) — совокупность маркетинговых инструментов, которые используются компанией для решения маркетинговых задач на целевом рынке.

Маркетинг баз данных (Database Marketing) — процесс создания, ведения и использования баз данных о потребителях (а также товарах, поставщиках и посредниках) в целях установления контактов и совершения транзакций.

Маркетинг менеджмент (Marketing Management) — процесс планирования и реализации концепции, ценообразования, продвижения и распределения идей, товаров и услуг, направленный на осуществление обменов, удовлетворяющих как индивидуальным, так и организационным целям.

Маркетинговая информационная система (МИС) (Marketing Information System (MIS) — включает в себя индивидов, оборудование и процессы сбора, сортировки, анализа, оценки и распределения своевременной и достоверной информации, используемой при принятии маркетинговых решений.

Маркетинговая разведывательная система (Marketing Intelligence System) — упорядоченная совокупность источников информации и процедур ее получения, используемых менеджерами для воссоздания картины изменений рыночной среды.

Маркетинговое исследование (Marketing Research) — систематическая подготовка, сбор, анализ и представление результатов и выводов о всех обстоятельствах специфических рыночных ситуаций, с которыми сталкивается компания.

(Marketing Opportunity) —

(Marketing Audit) —

()

()

() (Marketing Channel) —

(Marketing Process) —

(Materials) —

(Learning) —

(Public) —

(Wholesaling) —

() (Organizational Buying) —

Planning) — (Market-Oriented Strategic

(Marketing Implementation) —

(Positioning) —

(Company Sales Forecast) —

(Production Concept) —

(Direct Marketing) —

(Advertising) —

(Reference Groups) — , ()

(RetailStore), _____ (Retailer) —

_____ , _____

{Market} — _____

{Market Potential} — _____ ,

_____ {MarketDemand} — _____ ,

(_____) {Public Relations} — _____ ,

{Marketing Decision Support System

{MDSS}) — _____ , _____ , _____ , _____

_____ {Total Customer Value} — _____ ,

_____ (_____) _____ {Total Customer Cost} — _____ ,

_____ , _____ , _____

_____ {Company Demand} — _____ ,

(_____) {Lifestyle} — _____ ,

_____ {Sales Promotion} — _____ ;

_____ , _____

_____ {Negotiation Strategy} — _____ ,

{Trend} — _____

{Personality} — _____ ,

(_____) {Product Mix}, _____ {Product

Assortment} — _____ , _____

_____ {Product Concept} — _____ , _____

_____ , _____

(Specialty Goods) — _____

(Unsought Goods) — _____,

(Convenience Goods) — _____,

(Shopping Goods) — _____,

() (Brand) — _____,

(Belief) — _____

(Environmental Threats) — _____

(Satisfaction) — _____ (

(Packaging) — _____

() _____ (Total Quality Management (TQM)) — _____

() (Service) — _____

() (Attitude) — _____

(Customer Delivered Value) — _____

7.

7.1

/			
			-

1	(-2 -3 -4 -10 -11 -4		1
2		-2 -3 -4 -10 -11 -4		1
3	(SWOT-	-2 -3 -4 -10 -11 -4		1
Bcero				3

7.2

: ,
:
:
« »
100
:
:
:

1.

- 1.

2.

7.3.

,	-1	- ;	-1
	-1 -2	, ;	-2
	-2	-	-2
			-9, -10
,	-6, -9		-6, -9

7.4.

,	,
,	.
,	

-	
84-100 -	
61-83 -	
45-60 -	
0-44 -	

8.

8.1

1. : ./ . . . - : , 2001. - 10 .
2. : ./ . . . - : , 2005. -
3. . : . - : , 2001. - 10 .
4. : , 2003. - // . (.) .

8.2

- « »
<http://www.bci-marketing.ru/am.htm>
- « - »
<http://www.artmanager.ru/journal.html>
- « , »
- -
<http://bmpravo.ru/>
" - " " , 2001 .
- <http://www.grebennikov.ru/brand-management.phtml>
- « - »
<http://www.bci-marketing.ru/dj.htm>
- « »
<http://www.osp.ru/cio/#/home>
- « . »
<http://www.zhuk.net/>
- « »
<http://www.panor.ru/journals/innov/>
- « »
<http://www.intellectualcapital.ru/>
« - » - " ,
- 2001 .
http://www.grebennikov.ru/in_mark.phtml
" "
- <http://www.loginfo.ru/>
« » ()
- <http://www.marketing-mba.ru/>
- « »
<http://www.mavriz.ru/>
- « »
<http://www.mevriz.ru/news/archive/2011/>
1998 2002 . .
- <http://www.cfin.ru/press/management/index.shtml>
- « »
<http://www.bci-marketing.ru/polm.htm>
« »

<http://www.prosmi.ru/magazin/practic/about/>

<http://www.uptp.info/>

http://www.grebennikov.ru/recl_life.phtml

<http://www.advi.ru/>

<http://www.risk-online.ru/>

<http://www.rjm.ru/>

<http://www.kommersant.ru/sf/>

<http://www.teleskop-journal.spb.ru/?cat=20>

<http://www.top-personal.ru/issue.html?1741>

www.salesmanagement.ru

<http://ov1.ru/company/news/detail.php?ID=178>

«Rayter incorporated»

<http://www.rayter.com/>

8.3.

-www-

Microsoft Office)

-Информационные технологии расчётов в электронных таблицах (пример - Microsoft Excel)

Microsoft PowerPoint, ()

-
- AVP

9. -

:
,
, 3-
:
,