

Компонент ОПОП **19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания**
наименование ОПОП
Б1.В.03
шифр дисциплины

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплины (модуля) **Менеджмент и маркетинг**

Разработчик:
Гапоненкова Н.Б.
ФИО
доцент
должность
канд. экон. наук, доцент
ученая степень, звание

Утверждено на заседании кафедры
Экономики и управления
наименование кафедры
протокол № 9 от 31.03.23 г.
подпись
Мотина Т.Н.
ФИО

Мурманск
2023

Пояснительная записка

Объем дисциплины 4 з.е.

1. **Результаты обучения по дисциплине (модулю)**, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций, установленными образовательной программой

Компетенции	Индикаторы достижения компетенций ¹	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИД1УК1 Выполняет поиск необходимой информации, ее критический анализ и обобщает результаты анализа для решения поставленной задачи ИД2УК1 Использует системный подход для решения поставленных задач, предлагает способы их решения	Знать: основные типы организационных структур; основные составляющие внешней и внутренней среды организации и их характеристики; основные понятия, категории маркетинга и маркетинговой среды организации Уметь: анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации для планирования производства; использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований, для осуществления эффективных управленческих решений в области производства и организации обслуживания на предприятиях питания
ПК-4 Планирование, организация и координации процесса производства и организации питания	ИД1ПК4 Способен решать проектно-технологические задачи, в том числе и с использованием информационных технологий	

2. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Менеджмент в системе понятий рыночной экономики. Эволюция менеджмента.

Тема 2. Закономерности управления различными системами.

Тема 3. Функции менеджмента

Тема 4. Руководство: власть и личное влияние. Лидерство.

Тема 5. Группы и динамика групп в системе менеджмента

Тема 6. Управление трудовыми ресурсами.

Тема 7. Эффективность и качество менеджмента

Тема 8. Введение в маркетинг

Тема 9. Маркетинговые исследования. Маркетинговая среда предприятия. Сегментация рынка

Тема 10. Товарная политика фирмы как составляющая комплекса маркетинга

Тема 11. Ценовая политика фирмы как составляющая комплекса маркетинга

Тема 12. Сбытовая политика фирмы как составляющая комплекса маркетинга

Тема 13. Коммуникационная политика фирмы как составляющая комплекса маркетинга

Тема 14. Организация маркетинговой деятельности на предприятии. Международный маркетинг

3. Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины (модуля)

- мультимедийные презентационные материалы по дисциплине (модулю) представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;

- методические указания к выполнению контрольных работ представлены в

¹ Указываются индикаторы достижения компетенций, закрепленные за данной дисциплиной (модулем)

электронном курсе в ЭИОС МАУ;

- методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) представлены на официальном сайте МАУ в разделе «Информация по образовательным программам, в том числе адаптированным».

4. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Является отдельным компонентом образовательной программы, разработан в форме отдельного документа, представлен на официальном сайте МАУ в разделе «Информация по образовательным программам, в том числе адаптированным». ФОС включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля);
- задания текущего контроля;
- задания промежуточной аттестации;
- задания внутренней оценки качества образования.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы (печатные издания, электронные учебные издания и (или) ресурсы электронно-библиотечных систем)

Основная литература:

1. Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18459-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535066>
2. Менеджмент : учебник для вузов / А. Л. Гапоненко [и др.] ; под общей редакцией А. Л. Гапоненко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17696-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535840>
3. Маркетинг. Практический курс : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18044-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534188>

Дополнительная литература:

4. Теория и практика менеджмента : учебник для вузов / А. Н. Петров [и др.] ; ответственный редактор А. Н. Петров. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 579 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17683-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545082>
5. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535942>

6. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- 1) Государственная система правовой информации - официальный интернет-портал правовой информации- URL: <http://pravo.gov.ru>

- 2) Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
- URL: <http://window.edu.ru>
- 3) Справочно-правовая система. Консультант Плюс - URL:
<http://www.consultant.ru/>
- 4) <https://www.gov-murman.ru> – официальный портал Правительства Мурманской области.
- 5) <http://murmanskstat.gks.ru> – Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Мурманской области (Мурманскстат).
- 6) <http://www.mgounb.ru> – официальный сайт мурманской государственной областной универсальной научной библиотеки.
- 7) marketing.spb.ru/mass/ – Маркетинговая периодика, журналы о маркетинге.
- 8) <http://www.mavriz.ru/articles/rubric/?rubric=16> – Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» – Статьи журнала в рубрике «Маркетинговые исследования».
- 9) <http://www.finbook.biz> – Электронная библиотека бесплатных электронных книг по биз-несу, финансам, экономике и смежным темам.
- 10) www.cnews.ru – новостной сайт, содержащий информацию о рынках высоких технологий.

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

- 1) Операционная система Microsoft Windows Vista
- 2) Офисный пакет Microsoft Office 2007
- 3) Офисный пакет Microsoft Office 2010

8. Обеспечение освоения дисциплины лиц с инвалидностью и ОВЗ

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) представлено в приложении к ОПОП «Материально-технические условия реализации образовательной программы» и включает:

– учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;

– помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде МАУ;

10. Распределение трудоемкости по видам учебной деятельности

Таблица 1² – Распределение трудоемкости

Вид учебной деятельности ³	Распределение трудоемкости дисциплины (модуля) по формам обучения											
	Очная				Очно-заочная				Заочная			Всего часов
	Семестр			Всего часов	Семестр			Всего часов	Семестр/Курс			
	4									2/2		
Лекции	28			28					6			6
Практические занятия	20			20					6			6
Лабораторные работы												
Самостоятельная работа	60			60					123			123
Подготовка к промежуточной аттестации ⁴	36			36					9			9
Всего часов по дисциплине	144			144					144			144
/ из них в форме практической подготовки ⁵												

Формы промежуточной аттестации и текущего контроля

Экзамен	1			1					1			1
Зачет/зачет оценкой	-			-					-			-
Курсовая работа (проект)	-			-					-			-
Количество расчетно-графических работ	-			-					-			-
Количество контрольных работ	-			-					1			1
Количество рефератов	-			-					-			-
Количество эссе	-			-					-			-

² Разработчикам РП можно убирать столбцы с формами обучения, если данная форма не реализуется в МАУ,

³ При отсутствии вида учебной деятельности, формы промежуточной аттестации и текущего контроля соответствующая строка может быть удалена

⁴ Для экзамена очной и очно-заочной формы обучения - 36 часов, для экзамена заочной формы обучения - 9 часов, для зачета заочной формы обучения - 4 часа.

⁵ Организуется при реализации учебных дисциплин (модулей) путем проведения практических занятий, лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка может включать в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Перечень практических занятий по формам обучения

№ п/п	Темы практических занятий
1	2
	Очная форма
1	Менеджмент в системе понятий рыночной экономики. Эволюция менеджмента.
2	Закономерности управления различными системами.
3	Функции менеджмента
4	Руководство: власть и личное влияние. Лидерство.
5	Группы и динамика групп в системе менеджмента.
6	Управление трудовыми ресурсами.
7	Эффективность и качество менеджмента
8	Введение в маркетинг
9	Маркетинговые исследования. Маркетинговая среда предприятия. Сегментация рынка
10	Товарная политика фирмы как составляющая комплекса маркетинга
11	Ценовая политика фирмы как составляющая комплекса маркетинга
12	Сбытовая политика фирмы как составляющая комплекса маркетинга
13	Коммуникационная политика фирмы как составляющая комплекса маркетинга
14	Организация маркетинговой деятельности на предприятии. Международный маркетинг
	Заочная форма
1	Менеджмент в системе понятий рыночной экономики. Эволюция менеджмента.
2	Функции менеджмента
3	Управление трудовыми ресурсами
4	Эффективность и качество менеджмента
5	Маркетинговые исследования. Маркетинговая среда предприятия. Сегментация рынка
6	Коммуникационная политика фирмы как составляющая комплекса маркетинга