

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МУРМАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор естественно-технологического
института


подпись

Петрова Л.А.
Ф.И.О.

«17» 09 2020 год

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплина Б1.Б.21 Менеджмент, маркетинг, организация и планирование
код и наименование дисциплины

Направление подготовки/специальность 19.03.03 «Продукты питания животного происхождения»
код и наименование направления подготовки /специальности

Направленность/специализация Высокопродуктивные технологии обработки водных биологических ресурсов
наименование направленности (профиля) /специализации образовательной программы

Квалификация выпускника бакалавр
указывается квалификация (степень) выпускника в соответствии с ФГОС ВО

Кафедра-разработчик экономики и управления морехозяйственной деятельностью
наименование кафедры-разработчика рабочей программы

Мурманск
2020

Лист изменений и дополнений, вносимых в РП

к рабочей программе по дисциплине (модулю) «Менеджмент, маркетинг, организация и планирование»,
входящей в состав ОПОП по направлению подготовки/специальности 19.03.03
«Продукты питания животного происхождения» направленности (профилю)/специализации
Высокопродуктивные технологии обработки водных биологических ресурсов

Таблица 1 Изменения и дополнения

№ п/п	Дополнение или изменение, вносимое в рабочую программу в части	Содержание дополнения или изменения	Основание для внесения дополнения или изменения	Дата внесения дополнения или изменения
1.	Титульного листа	Переименование типа образовательной организации	1. Приказ Министерства науки и высшего образования № 854 от 31.07.2020 г. 2. Внесение изменений в компоненты ОПОП решением Ученого совета (протокол № 5 от 30.10.2020)	16.09.2020
2.	Структуры учебной дисциплины (модуля)	Изменение количества часов контактной и самостоятельной работы, корректировка форм текущего контроля и промежуточной аттестации	Решение Ученого совета о внесении изменений в учебные планы всех направлений подготовки и специальностей, реализуемых в ФГБОУ ВО "МГТУ" протокол № 8 от 27.03.2020 г	16.09.2020

Дополнения и изменения внесены 16.09.2020 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Коды циклов дисциплин, модулей, практик	Название циклов, разделов, дисциплин, модулей, практик	Краткое содержание (Цель, задачи, содержание разделов дисциплины, реализуемые компетенции, формы промежуточного контроля, формы отчетности)
1	2	3
Б1.Б.21	Менеджмент, маркетинг, организация и планирование	<p>Цель дисциплины - формирование компетенций в соответствии с ФГОС по направлению подготовки бакалавра и учебным планом для направления подготовки 19.03.03 «Продукты питания животного происхождения», что предполагает освоение обучающимися теоретических знаний в области менеджмента, маркетинга, организации и управления производством.</p> <p>Задачи дисциплины: ознакомление с методологическими основами менеджмента, формирование системного представления об организации управленческой деятельности; формирование навыков использования теоретических знаний для принятия верных управленческих решений; формирование знаний и навыков в области маркетинга, способах и методах организации и планировании маркетинговой деятельности, развитие маркетингового мышления и интуиции; формирование знаний по экономике, организации производства.</p> <p><u>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</u></p> <p>Знать: общие положения теории менеджмента, его методы и принципы; основные пути повышения эффективности управления; основные понятия, категории маркетинга и маркетинговой среды организации, содержание маркетинговой концепции управления и методы маркетинговых исследований, основы комплекса маркетинга; сущность, особенности, общие принципы и критерии экономического механизма функционирования предприятий в современных условиях; виды, принципы, методы и способы организации производства; систему показателей, характеризующих эффективность работы предприятия.</p> <p>Уметь: организовать выполнения конкретного поручения этапа работы; организовать работу малого коллектива, рабочей группы; использовать источники экономической, социальной и управленческой информации; находить организационно-управленческие решения; осуществлять сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных маркетинговых задач, конструктивно использовать отечественный и зарубежный опыт организации маркетинговой деятельности; рассчитывать экономическую эффективность внедряемых проектно-конструкторских решений; формулировать наиболее важные проблемы, стоящие перед компанией по совершенствованию организации производства.</p> <p>Владеть: современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; методами и приемами анализа управленческих явлений и процессов с помощью стандартных теоретических моделей менеджмента; навыками применения современных инструментов маркетинга для решения практических задач, современными методами сбора, обработки, анализа, интерпретации и</p>

		<p>прогнозирования маркетинговой информации, технологиями сегментирования рынка и позиционирования товара на рынке, методами разработки и реализации маркетинговых программ; навыками применения нормативно-правовой базы, регулирующей финансово-хозяйственную деятельность фирмы; навыками разработки производственной стратегии предприятия.</p> <p><u>Содержание разделов дисциплины:</u> Менеджмент в системе понятий рыночной экономики. Эволюция менеджмента. Закономерности управления различными системами. Функции менеджмента. Руководство: власть и личное влияние. Лидерство. Группы и динамика групп в системе менеджмента. Управление трудовыми ресурсами. Эффективность и качество менеджмента Маркетинговые исследования. Маркетинговая среда предприятия. Сегментация рынка Товарная политика фирмы как составляющая комплекса маркетинга Ценовая политика фирмы как составляющая комплекса маркетинга Сбытовая политика фирмы как составляющая комплекса маркетинга Коммуникационная политика фирмы как составляющая комплекса маркетинга Организация маркетинговой деятельности на предприятии. Международный маркетинг Экономика и организация производства предприятия Организация производства</p> <p><i>Реализуемые компетенции</i> ОК-3,ОПК-2</p> <p><i>Формы промежуточной аттестации</i> Заочная форма обучения: Курс 3 – экзамен, контрольная работа.</p>
--	--	--

Пояснительная записка

1. Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 19.03.03 «Продукты питания животного происхождения», утвержденного 12.03.2015 №199, учебного плана в составе ОПОП по направлению подготовки 19.03.03 «Продукты питания животного происхождения», направленности (профилю) «Высокопродуктивные технологии обработки водных биологических ресурсов», 2020 года начала подготовки.

2. Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Целью дисциплины «Менеджмент, маркетинг, организация и планирование» является формирование компетенций в соответствии с ФГОС по направлению подготовки бакалавра и учебным планом для направления подготовки 19.03.03 «Продукты питания животного происхождения», что предполагает освоение обучаемыми теоретических знаний в области менеджмента, маркетинга, организации и управления производством.

Задачи дисциплины (модуля):

- ознакомление с методологическими основами менеджмента, формирование системного представления об организации управленческой деятельности;
- формирование навыков использования теоретических знаний для принятия верных управленческих решений; формирование знаний и навыков в области маркетинга, способах и методах организации и планировании маркетинговой деятельности, развитие маркетингового мышления и интуиции;
- формирование знаний по экономике, организации производства.

3. Планируемые результаты обучения в рамках данной дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 19.03.03 «Продукты питания животного происхождения»:

Таблица 2 –Результаты обучения

№ п/п	Код и содержание компетенции	Степень реализации компетенции	Этапы формирования компетенции
1	ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Компетенция реализуется полностью	Знать: - основные понятия, цели, задачи, принципы, сферы применения, объекты, субъекты экономической деятельности. Уметь: - определять задачи информационного обеспечения экономической деятельности. Владеть: - навыками применения экономических знаний для решения профессиональных задач.
2	ОПК-2 способность разрабатывать мероприятия по совершенствованию технологических процес-	Компетенция реализуется частично	Знать: - основные типы организационных структур, основные составляющие внешней и внутренней среды организации и их характеристики; - основные понятия, категории мар-

	сов производства продукции питания различного назначения		<p>кетинга и маркетинговой среды организации, основы комплекса маркетинга, методы маркетинговых исследований;</p> <p>- методы проведения расчетов и определения экономической эффективности работ.</p> <p>Уметь:</p> <p>- анализировать организационную структуру, внешнюю и внутреннюю среду организации;</p> <p>- анализировать внешнюю и внутреннюю маркетинговую среду организации, использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований, для осуществления эффективных управленческих решений в области качества продукции;</p> <p>- применять современные экономические методы, способствующие повышению эффективности использования привлеченных ресурсов для обеспечения производства.</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками самостоятельной работы, самоорганизации и самообразования;</p> <p>- современными методами сбора, обработки, анализа, интерпретации и прогнозирования маркетинговой информации;</p> <p>- навыками выявления сравнительной эффективности новой техники и технологии.</p>
--	--	--	--

4. Структура и содержание учебной дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов.

Таблица 3 - Распределение учебного времени дисциплины

Вид учебной нагрузки	Распределение трудоемкости дисциплины по формам обучения			
	Очная		Заочная	
	Семестр	Всего часов	Семестр/ Курс	Всего часов
	4		-/3	
Аудиторные часы				
Лекции			2	2
Практические занятия			8	8
Лабораторные работы			-	-
Часы на самостоятельную и контактную работу				
Выполнение, консультирование,			-	-

защита курсовой работы (проекта)				
Прочая самостоятельная и контактная работа			125	125
Подготовка к промежуточной аттестации			9	9
Всего часов по дисциплине			144	144

Формы промежуточного и текущего контроля

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

Таблица 4 - Содержание разделов дисциплины (модуля), виды работы

Содержание разделов (модулей), тем дисциплины	Количество часов, выделяемых на виды учебной работы по формам обучения					
	Очная			Заочная		
	Л	ПР	СР	Л	ПР	СР
Модуль 1 Менеджмент				0,5	2	32
1. Менеджмент в системе понятий рыночной экономики. Эволюция менеджмента. Потребность и необходимость управления в деятельности человека. Концепции менеджмента. Основные функции, принципы. Социальная ответственность и этика менеджмента. Школы менеджмента. Особенности российского менеджмента.						
2. Закономерности управления различными системами. Организация как система: основные характеристики и процессы. Типы организаций по взаимодействию с внешней средой. Жизненный цикл организации. Внешняя и внутренняя среда организации.						
3. Функции менеджмента. Общие функции менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль, координация. Планирование как стадия процесса управления, миссия, целеполагание, стратегическое и тактическое планирование, выбор стратегии развития, планирование развития потенциала организации. Организация как функция управления. Основные виды организационные структуры и их характеристики. Координация как функция управления, коммуникации и информационное обеспечение. Мотивация как функция процесса управления, понятие мотивации, Мотивационный процесс, основные теории мотивации. Контроль как функция процесса управления, виды контроля, этапы процесса контроля, характеристики эффективного контроля						
4. Руководство: власть и личное влияние. Лидерство. Понятие власти. Власть и влияние, источники власти в организации. Природа и определение лидерства. Менеджер и лидер. Теории лидерства.						
5. Группы и динамика групп в системе менеджмента. Понятие, этапы формирования группы. Формальные и неформальные группы. Характеристики групп, влияющие на их эффективность. Преимущества и недостатки работы в группе. Управление конфликтами и стрессами.						
6. Управление трудовыми ресурсами. Этапы управления трудовыми ресурсами. Планирование трудовых ресурсов. Найм и отбор, адаптация, развитие персонала. Оценка эффективности персонала, труда и рабочего места. Методы повышения эффективности труда.						
7. Эффективность и качество менеджмента						
Модуль 2 Маркетинг				0,5	2	31

<p>Тема 1. Введение в маркетинг Понятие и сущность маркетинга, его функции и принципы. История возникновения и развития маркетинга. Эволюция концепций маркетинга. Основоположники маркетинга, их вклад в развитие теории и практики. Основные понятия маркетинга. Состояния спроса и задачи маркетинга, соответствующие этим состояниям. Виды маркетинга. Комплекс маркетинга (модель «4Р»).</p>						
<p>Тема 2. Маркетинговые исследования. Маркетинговая среда предприятия. Сегментация рынка Понятие, цель и задачи маркетинговых исследований. Субъекты и объекты маркетинговых исследований. Случаи возникновения потребности в маркетинговых исследованиях. Основные направления маркетинговых исследований. Понятие, свойства и классификация маркетинговой информации. Этапы маркетингового исследования. Методы сбора маркетинговой информации. Подходы к получению данных: генеральная совокупность, выборка. Отчет о маркетинговом исследовании: структура, требования, критерии качества написания отчета. Анализ факторов макроокружения предприятия. Анализ факторов микроокружения предприятия. Маркетинговые исследования при сегментации рынка. Понятие и виды сегментации. Критерии сегментации потребительского рынка. Критерии сегментации промышленного рынка. Принципы сегментации. Выбор целевого рынка.</p>						
<p>Тема 3. Товарная политика фирмы как составляющая комплекса маркетинга Понятие, цель, задачи, виды товарной политики. Классификация товаров. Понятие, свойства и классификация услуг. Понятие нового товара. Разработка и жизненный цикл товара. Разработка торговой марки. Упаковка и маркировка товара. Фирменный стиль. Ассортиментная политика. Понятие и классификация ассортимента. Факторы, влияющие на формирование ассортимента торгового предприятия. Нарращивание ассортимента.</p>						
<p>Тема 4. Ценовая политика фирмы как составляющая комплекса маркетинга Понятие цены. Факторы, влияющие на формирование цены продукта. Ценовые стратегии. Зависимость ценообразования от структуры рынка; роль государства в ценообразовании, государственное регулирование цен. Методы ценообразования. Эластичность спроса по цене. Оперативное управление уровнем цен. Понятие скидки, виды скидок. Понятие надбавки, виды надбавок.</p>						

<p>Тема 5. Сбытовая политика фирмы как составляющая комплекса маркетинга Методы и системы сбыта. Виды и выбор каналов распределения. Виды посредников. Понятия оптовой и розничной торговли, особенности организации торгово-технологического процесса. Факторы, влияющие на выбор торгового посредника. Понятие, цели и этапы товародвижения. Виды транспорта, принимающие участие в организации товародвижения, их преимущества и недостатки. Факторы, влияющие на выбор вида транспорта.</p>					
<p>Тема 6. Коммуникационная политика фирмы как составляющая комплекса маркетинга Маркетинговые коммуникации. Модель коммуникационного процесса. Реклама и её роль в коммуникационной политике. Понятие, виды, средства и классификация рекламы. Выставки и ярмарки как инструмент рекламы и маркетинга. Рекламная кампания. Рекламные агентства. Закон РФ «О рекламе». Персональные продажи как инструмент продвижения товара. Методы стимулирования сбыта. Связи с общественностью (PR - public relations – «паблик рилейшнз»). Мероприятия в рамках PR и создание имиджа. Роль фирменного стиля в коммуникационной политике. Технологии брендинга и ребрендинга.</p>					
<p>Тема 7. Организация маркетинговой деятельности на предприятии. Международный маркетинг Организационные структуры маркетинговых служб. Основные требования к созданию маркетинговых служб. Управление маркетинговой деятельностью. Система маркетинговых планов. Основные этапы маркетингового планирования. Стратегическое и оперативное планирование. Маркетинговые стратегии. Модели стратегического выбора. Маркетинговые программы. Бюджет маркетинга. Контроль маркетинговой деятельности предприятия. Объекты контроля в маркетинге. Виды контроля. Место плана маркетинга в системе планов предприятия. Маркетинговая часть бизнес-плана. Тенденции и среда международного маркетинга. Специфика маркетинговой деятельности российских предприятий на внешних рынках. Методы выхода на международный рынок.</p>					
Модуль 3 Экономика предприятия			0,5	2	31
Тема 1. Предприятие как основной субъект предпринимательской деятельности.					
Тема 2. Основной и оборотный капитал: понятие и эффективность использования.					
Тема 3. Трудовые ресурсы и оплата труда на предприятии.					
Тема 4. Издержки производства и себестоимость продукции.					

Тема 5. Валовой доход, прибыль и ценообразование на предприятии.						
Тема 6. Налогообложение предприятий.						
Модуль 4 Организация производства				0,5	2	31
Тема 1. Производственный процесс и его структура.						
Тема 2. Организационные типы производства.						
Тема 3. Производственная мощность предприятия и показатели ее использования.						
Тема 4. Организация основного производственного процесса и материально-технического обслуживания производства.						
Итого:				2	8	125

Таблица 5 - Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины (модуля), и видов занятий с учетом форм текущего контроля

Перечень компетенций	Виды занятий и оценочные средства								Формы текущего контроля
	Л	ЛР	ПР	КР/КП	р	к/р	э	СР	
ОК-3	+		+			+		+	Контрольная работа Тест Практические задания
ОПК-2	+		+			+		+	Контрольная работа Тест Практические задания

Примечание: Л – лекции, ЛР – лабораторные работы, ПР – практические работы, КР/КП – курсовая работа (проект), р – реферат, к/р – контрольная работа, э – эссе, СР – самостоятельная работа

Таблица 6 – Перечень лабораторных работ

№ п/п	Темы лабораторных работ	Количество часов		
		Очная	Очно-заочная	Заочная
1	2	3	4	5
не предусмотрено				

Таблица 7- Перечень практических работ

№ п/п	Темы практических работ	Количество часов	
		Очная	Заочная
1	2	3	4
	Модуль 1 Менеджмент		2
ПР 1	Менеджмент в системе понятий рыночной экономики. Эволюция менеджмента.		
ПР 2	Закономерности управления различными системами.		
ПР 3	Функции менеджмента.		
ПР 4	Руководство: власть и личное влияние. Лидерство.		
ПР 5	Группы и динамика групп в системе менеджмента.		

ПР 6	Управление трудовыми ресурсами.		
ПР 7	Эффективность и качество менеджмента.		
	Модуль 2 Маркетинг		2
ПР 8	Введение в маркетинг		
ПР 9	Маркетинговые исследования		
ПР 10	Сегментация рынка		
ПР 11	Товарная политика фирмы как составляющая комплекса маркетинга		
ПР 12	Ценовая политика фирмы как составляющая комплекса маркетинга		
ПР 13	Сбытовая политика фирмы как составляющая комплекса маркетинга		
ПР 14	Коммуникационная политика фирмы как составляющая комплекса маркетинга		
ПР 15	Организация маркетинговой деятельности на предприятии		
	Модуль 3 Экономика предприятия		2
ПР 16	Предприятие как основной субъект предпринимательской деятельности.		
ПР 17	Основной и оборотный капитал: понятие и эффективность использования.		
ПР 18	Трудовые ресурсы и оплата труда на предприятии на предприятии общественного питания.		
ПР 19	Издержки производства и себестоимость продукции.		
ПР 20	Валовой доход, прибыль и ценообразование на предприятии на предприятии общественного питания..		
ПР 21	Налогообложение предприятий.		
	Модуль 4 Организация производства		
ПР 22	Производственный процесс и его структура.		
ПР 23	Организационные типы производства.		
ПР 24	Производственная мощность предприятия и показатели ее использования.		
ПР 25	Организация основного производственного процесса и материально-технического обслуживания производства.		
	Итого:		8

5. Перечень примерных тем курсовой работы /проекта

Не предусмотрены.

6. Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины (модуля)

1. Методические указания для выполнения контрольных работ.
2. Методические указания для самостоятельной работы.
3. Методические указания к практическим работам.

7. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств является компонентом ОП, разрабатывается в форме отдельного документа и включает в себя критерии оценивания сформированности компетенций на различных этапах их формирования и процедуры оценивания.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

№ п/п	Библиографическое описание* (название литературного источника)	Наличие		
		Электронно-библиотечная система (ЭБС)	Библиотека МГТУ (печатное издание)	Количество экземпляров печатного издания
1.	Переверзев, М. П. Менеджмент : учебник для вузов / М. П. Переверзев, Н. А. Шайденко, Л. Е. Басовский; под общ. ред. М. П. Переверзева. - 2-е изд., доп. и перераб. - Москва : Инфра-М, 2013. - 328 с.	-	+	9
2.	Виханский, О. С. Менеджмент : учебник для вузов / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 5-е изд., стер. - Москва : Магистр : Инфра-М, 2013. - 573 с.	-	+	10
3.	Конина Н.Ю., Менеджмент: Теория, практика и международный аспект [Электронный ресурс]: Учебник / Конина Н.Ю. - М. : Аспект Пресс, 2018. - 432 с. - ISBN 978-5-7567-0962-9 Режим доступа: http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756709629.html	+	-	-
4.	Маркетинг : учебник для вузов / С. Божук [и др.]. - 4-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2012. - 448 с.	-	+	10
5.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник для вузов / [Гришина В. Т. и др.] ; под ред. Ю. В. Морозова, В. Т. Гришиной. - 7-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2010. - 445 с.	-	+	25
6.	Дубровин, И. А. Маркетинговые исследования : учеб. пособие для вузов / И. А. Дубровин. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2009. - 273 с.	-	+	20
7.	Вотинова, Е. М. Экономика и организация производства : учеб. пособие для вузов. Ч. 1 / Е. М. Вотинова, Ж. В. Тихонова; Федер. агентство по рыболовству, ФГБОУ ВПО "Мурман. гос. техн. ун-т". - Мурманск : Изд-во МГТУ, 2012. - 342 с. Режим доступа: http://elib.mstu.edu.ru/2012/M_12_161.pdf	+	+	200
<i>Дополнительная литература</i>				
8.	Семенов, А. К. Основы менеджмента : практикум / А. К. Семенов, В. И. Набоков. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2013. - 468с.	-	+	6
9.	Основы менеджмента [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс по специальности 080507 «Менеджмент организации»/ —	+	-	-

	Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2012.— 103 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/29690.html .— ЭБС «IPRbooks»			
10.	Багиев, Г. Л. Международный маркетинг : учебник для вузов / Г. Л. Багиев, Н. К. Моисеева, В. И. Черенков. - 2-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2008. - 688 с.	-	+	30
11.	Аливанова С.В., Маркетинг. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.В. Аливанова, В.В. Куренная, О.А. Черденниченко, Ю.В. Рыбасова - Ставрополь : АГРУС Ставропольского гос. аграрного ун-та, 2015. - 100 с. Режим доступа: http://www.studentlibrary.ru/book/stavgau_0012.html			
12.	Чалдаева, Л. А. Экономика и организация производства предприятия : учеб. для бакалавров / Л. А. Чалдаева; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - Москва : Юрайт, 2011. - 347, [1] с. :			11
13.	Экономика предприятия : учебник для вузов / [А. Н. Романов и др.] ; под ред. В. Я. Горфинкеля. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2009. - 767 с.			30
14.	Ефимов, О. Н. Экономика предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие / О.Н. Ефимов. – Электрон. текстовые данные. – Саратов: Вузовское образование, 2014. – 732 с. – 2227-8397. – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/23085.htm			

9. Перечень ресурсов информационно - телекоммуникационной сети «Интернет»

Учебный год	Наименование ресурса	Договор/ контракт	Срок доступа	Количество доступов
2020/ 2021	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Договор № 45/19/60 от 18.10.2019 г. на оказание услуг по предоставлению доступа к базовой коллекции электронно-библиотечной системы «Университетская библиотека онлайн». Исполнитель ООО «Современные цифровые технологии».	с 16.11.2019 г. по 15.11.2020 г.	Неограничен
	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Договор № 19/99 от 20.10.2020 г. на оказание услуг по предоставлению доступа к базовой коллекции электронно-библиотечной системы «Университетская библиотека онлайн». Исполнитель ООО «Современные цифровые технологии».	с 16.11.2020г. по 15.11.2021г.	Неограничен

ЭБС «Лань»	Договор № 19/74 от 29.07.2020 г. на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным экземплярам произведений научного, учебного характера базы данных ЭБС «Лань». Исполнитель ООО «ЭБС Лань».	с 29.07.2020 г. по 01.10.2021 г.	Неограничен
ЭБС «Лань»	Договор НВ-201от 13.04.2020 г. на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным экземплярам произведений научного, учебного характера базы данных ЭБС Исполнитель ООО «ЭБС Лань».	с 13.04.2020 по 31.12.2020 г.	Неограничен
Базы данных Пакета EBSCO	Письмо № 2020-01/05 от 20.01.2020 г. о подтверждении наличия и непрерывности доступа к базам данных Пакета EBSCO. Исполнитель ООО «Центр Научной Информации НЭИКОН».	с 31.12.2019 г. до заключения нового договора со сроком действия до 31 декабря 2020 г.	Неограничен
Баз данных и входящих в его состав электронных изданий компании EBSCO	Сублицензионный договор № 19/03 от 14.02.2020 г. на оказание услуг по предоставлению доступа и использованию Баз данных и входящих в его состав электронных изданий компании EBSCO. Исполнитель ООО «Центр Научной Информации НЭИКОН».	с 14.02.2020 г. по 31.12.2020 г.	Неограничен
«ЭБС Консультант студента»	Договор № 19/48 от 17.04.2020 г. на оказание услуг по предоставлению доступа к базе данных «Электронная библиотека технического ВУЗа» («ЭБС Консультант студента»). Исполнитель ООО «Политехресурс».	с 21.04.2020 г. по 20.04.2021 г.	Неограничен
ЭБС «IPRbooks»	Лицензионный договор № 6484/20 от 24.03.2020 г. на оказание услуг по предоставлению доступа к электронно-библиотечной системе «IPRbooks». Исполнитель ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа».	с 24.03.2020 г. по 24.03.2021 г.	Неограничен
ЭБС «IPRbooks»	Лицензионный договор № 7866/21К от 28.04.2021 г. на оказание услуг по предоставлению доступа к электронно-библиотечной системе «IPRbooks». Исполнитель ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа».	с 28.04.2021 г. по 28.04.2022 г.	Неограничен
ЭБС ИТК «Троицкий мост»	Договор № 19/42 от 20.03.2020 г. на оказание услуг по предоставлению доступа к изданиям Электронно-библиотечной системы ИТК «Троицкий мост». Исполнитель ООО «Издательско-торговая компания дом «Троицкий мост».	с 20.03.2020г. по 01.04.2021 г.	Неограничен

	Национальная электронная библиотека (НЭБ)	Договор № 101/НЭБ/2370 от 09.08.2017 г. на оказание услуг по предоставлению доступа к Национальной электронной библиотеке (НЭБ). Исполнитель ФГБУ «Российская государственная библиотека»	с 09.08.2017 г. по 08.08.2022 г.	Неограничен
--	---	---	----------------------------------	-------------

1. Бизнес-портал «Корпоративный менеджмент» - <http://www.cfin.ru>
2. Веб-сайт InfoManagement - <http://infomanagement.ru>
3. Административно-управленческий портал - <http://www.aup.ru>
4. HR-портал – Сообщество HR-менеджеров - <http://hr-portal.ru>
5. INEAM – технологии корпоративного правления <http://iteam.ru>
6. <https://www.gov-murman.ru> – официальный портал Правительства Мурманской области.
7. <http://murmanskstat.gks.ru> – Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Мурманской области (Мурманскстат).
8. <http://www.mgounb.ru> – официальный сайт мурманской государственной областной универсальной научной библиотеки.
9. marketing.spb.ru/mass/ – Маркетинговая периодика, журналы о маркетинге.
10. <http://www.mavriz.ru/articles/rubric/?rubric=16> – Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» – Статьи журнала в рубрике «Маркетинговые исследования».
11. <http://www.finbook.biz> – Электронная библиотека бесплатных электронных книг по бизнесу, финансам, экономике и смежным темам.
12. www.cnews.ru – новостной сайт, содержащий информацию о рынках высоких технологий.
13. Федеральная служба государственной статистики (<http://www.gks.ru/>)
14. Территориальный орган Федеральной службы статистики по Мурманской области (<http://murmanskstat.gks.ru>)

10. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем, реквизиты подтверждающего документа

1. Операционная система Microsoft Windows 7 Professional (подписка Microsoft Azure Dev Tools for Teaching, Институт «Морская академия» – 700514554)
2. Офисный пакет Microsoft Office 2010 Russian Academic OPEN, лицензия № 47233444 от 30.07.2010 г. (договор №32/285 от 27.07.2010)
3. Операционная система Microsoft Windows XP Professional (подписка Microsoft Azure Dev Tools for Teaching, Институт «Морская академия» – 700514554)
4. Офисный пакет Microsoft Office 2007 Russian Academic OPEN, лицензия № 45676388 от 08.07.2009 (договор №32/224 от 14.07.2009)

Таблица 8 – Материально-техническое обеспечение

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1.	303 С Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов (семинаров, практических занятий, практикумов), выполнения курсовых работ (проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной и итоговой аттестаций	Укомплектовано специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: - столы – 16 шт.; - аудиторная доска – 1 шт.; - проектор BENQ MX514 – 1 шт.; - настенный экран ScreenMedia -1 шт.; - переносной ноутбук TOSHIBA Satellite C850-BLK – 1 шт.

	г. Мурманск, ул. Советская, д. 14 (Корпус «С»)	Посадочных мест – 32
2.	305 С Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов (семинаров, практических занятий, практикумов), выполнения курсовых работ (проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной и итоговой аттестаций г. Мурманск, ул. Советская, д. 14 (Корпус «С»)	Укомплектовано специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: - столы – 13 шт.; - аудиторная доска – 1 шт.; - проектор TOSHIBA TLP-X2500– 1 шт.; - настенный экран ScreenMedia – 1 шт.; - переносной ноутбук ASUS K50I – 1 шт.; Посадочных мест – 26
3.	307С Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов (семинаров, практических занятий, практикумов), выполнения курсовых работ (проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной и итоговой аттестаций г. Мурманск, ул. Советская, д. 14 (Корпус «С»)	Укомплектовано специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: - столы – 16 шт.; - аудиторная доска – 1 шт.; - проектор TOSHIBA TLP-X2500 – 1 шт.; - настенный экран DINON Manual – 1 шт.; - переносной ноутбук Dell Inspiron 1525 – 1 шт. Посадочных мест – 32
4.	309С Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов (семинаров, практических занятий, практикумов), выполнения курсовых работ (проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной и итоговой аттестаций г. Мурманск, ул. Советская, д. 14 (Корпус «С»)	Укомплектовано специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: - столы – 15 шт.; - аудиторная доска – 1 шт.; - проектор TOSHIBA TDP-SP1 - настенный экран PROCOLOR - переносной нетбук Acer Aspire One D255E-N558Qws - телевизор LG JOY MAX Посадочных мест – 30
5.	205С Специальное помещение для самостоятельной работы г. Мурманск, ул. Советская, д. 14 (корпус «С»)	Укомплектовано специализированной мебелью и техническими средствами обучения: – доска аудиторная – 1 шт. – персональные компьютеры (Intel(R) Pentium(R) 4CPU 3,01 ГГц, 1,5 Гб ОЗУ) – 7 шт. с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета. Посадочных мест – 15
6.	213С Специальное помещение для самостоятельной работы г. Мурманск, ул. Советская, д. 14 (корпус «С»)	Укомплектовано специализированной мебелью и техническими средствами обучения: - доска аудиторная – 1 шт. - персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета: Intel(R) Core(TM) 2 DUO CPU E7200 2,53 ГГц, 1 Гб ОЗУ – 2 шт.; Intel(R) Pentium(R) CPU G840 2,8 ГГц, 2 Гб ОЗУ – 3 шт.; Intel(R) Celeron(R) CPU 2,8 ГГц, 1 Гб ОЗУ –

		1 шт.; Intel(R) Pentium(R) 4CPU 2,8 ГГц, 1,5 Гб ОЗУ – 1 шт.; Посадочных мест – 11
7.	311 С Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования г. Мурманск, ул. Советская, д. 14 (Корпус «С»)	Помещение укомплектовано специализированной мебелью для хранения

Таблица 9 – Технологическая карта текущего контроля и промежуточной аттестации (промежуточная аттестация – экзамен)

Текущий контроль				
№	Контрольные точки	Зачетное количество баллов min-max		График прохождения (неделя сдачи)
1.	Посещение занятий	15-20		1-16 неделя
2.	Работа на практических занятиях (подготовка и демонстрация презентаций, доклады; выполнение практических заданий)	15-20		1-16 неделя
3.	Контрольная работа	15-20		10 неделя
4.	Тест	15-20		в течение семестра
	ИТОГО за работу в семестре	60-80		17-я неделя
60 баллов означает допуск к экзамену				
Промежуточная аттестация - экзамен				
	Промежуточный контроль - экзамен	1	20	Экзаменационная сессия
	Итого за дисциплину	61	100	
	Шкала перевода суммы баллов в оценку: 60 и менее баллов – неудовлетворительно 61-80 баллов – удовлетворительно 81-90 баллов – хорошо 91- 100 баллов – отлично.			
	Если обучающийся не набрал минимальное зачетное количество баллов, то он не допускается к промежуточной аттестации (экзамену). В этом случае, ему предоставляется возможность повысить рейтинг до минимального зачетного путем ликвидации задолженностей по отдельным точкам текущего контроля.			