

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ
(наименование дисциплины)

Направление подготовки 19.03.02 Продукты питания из растительного сырья

Профиль/программа подготовки Технология хлеба, кондитерских и макаронных изделий

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: заключается в формировании у студентов понимания роли менеджмента и маркетинга в рыночной экономике, а также представления об управлении компанией на принципах маркетинга.

Задачи дисциплины: изучение роли менеджмента и маркетинга в рыночной экономике; анализ концепций маркетинга и базовых маркетинговых стратегий; формирование представления об управлении компанией на принципах маркетинга.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина Менеджмент и маркетинг

(наименование)

Вариативная

(Указывается часть (базовая, вариативная, элективная, факультативная), к которой относится данная дисциплина)

Пререквизиты дисциплины: управление персоналом, информационные технологии

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
ПК-1 Способен разрабатывать планы размещения оборудования, технического оснащения и организации рабочих мест в рамках принятой в организации технологии производства продуктов питания из растительного сырья	ПК 1.1. Знает назначение, принцип действия, устройство оборудования требования, предъявляемые к его размещению. ПК 1.2. Знает санитарные нормы и правила в области технического оснащения и организации рабочих мест. ПК 1.3. Умеет применять прогрессивные методы подбора и эксплуатации технологического оборудования. ПК 1.4. Владеет навыками разработки планов размещения оборудования, технического оснащения и организации рабочих мест с учетом санитарных норм и правил.	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: Знать: основы экономических наук, показатели эффективности результатов деятельности в конкретных сферах. Уметь: использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах. Владеть: навыками использования основ экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности.	Тестовые вопросы
ПК – 4 Способен разрабатывать мероприятия по предупреждению и устранению причин брака	ПК 4.1. Знает причины, методы выявления и способы устранения брака в процессе производства продуктов. ПК 4.2. Умеет выявить брак и дефекты продукции на основе данных		

продукции на основе данных технологического контроля качества сырья, полуфабрикатов и готовой продукции в процессе производства продуктов питания из растительного сырья	технологического и лабораторного контроля. ПК 4.3. Владеет навыками по предупреждению и устранению причин брака продукции на основе данных технологического контроля качества сырья, полуфабрикатов и готовой продукции.		Тесты
--	--	--	-------

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	СРС		
1	Понятие менеджмента, менеджмент системе социально-экономических категорий	5	1	2	2	5	3/50	
2	Методологические основы менеджмента. Методы управления	5	3	2	2	5	4/67	
3	Организация как функция менеджмента	5	5	2	2	5	4/67	1-й рейтинг-контроль
4	Контроль как функция менеджмента	5	7	2	2	5	4/67	
5	Коммуникации в менеджменте	5	9	2	2	5	4/67	
6	Стили управления: стили руководства и условия их применения	5	11	2	2	5	4/67	2-й рейтинг-контроль
7	Содержание и сущность маркетинга. Структура маркетинговой деятельности	5	13	2	2	5	4/67	
8	Методы маркетинга	5	15	2	2	5	4/67	
9	Маркетинговые исследования	5	17	2	2	5	4/67	3-й рейтинг-контроль
Всего в 5-ом семестре:				18	18	45	35/65	Экзамен (27)
Наличие в дисциплине КП/КР нет								
Итого по дисциплине				18	18	45	35/65	Экзамен (27)

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Понятие менеджмента, менеджмент системе социально-экономических категорий.

Содержание темы.

Краткая характеристика дисциплины: структура предмета, формы занятий, литература. Предпосылки возникновения менеджмента, его роль в развитии современного производства. Менеджмент как наука и искусство. Менеджмент, как человеческий фактор, специальность и система.

Тема 2. Методологические основы менеджмента. Методы управления.

Содержание темы.

распорядительские, экономические, социально–психологические. Задачи менеджмента.
Эффективность менеджмента. Роль менеджера в организации.

Тема 3. Организация как функция менеджмента

Содержание темы.

Организация как функция менеджмента. Организация как объект менеджмента. Органы управления. Основные принципы построения организационных структур. Типы организационных структур управления. Принципы построения организационных структур управления.

Тема 4. Контроль как функция менеджмента.

Содержание темы.

Контроль: понятие и сущность. Сущность и правила контроля. Модель процесса контроля. Его виды: предварительный, текущий, заключительный. Итоговая документация по контролю. Этапы контроля.

Тема 5. Коммуникации в менеджменте.

Содержание темы.

Коммуникации как связующие процесса управления. Виды управленческой информации. Структуры коммуникационных процессов. Формальные и неформальные коммуникации. Классификация коммуникаций. Коммуникационные сети.

Тема 6. Стили управления: стили руководства и условия их применения.

Содержание темы.

Основные понятия: руководство, влияние, лидерство. Виды власти: власть, основанная на принуждении; власть, основанная на вознаграждении; законная власть; экспертная власть; эталонная власть. Методы влияния на подчиненных. Стили руководства, трактовка стилей. Типы стилей управления.

Тема 7. Содержание и сущность маркетинга. Структура маркетинговой деятельности.

Содержание темы.

История возникновения маркетинга. Междисциплинарные связи с другими дисциплинами. Значение дисциплины в подготовке технолога. Содержание и цели маркетинговой деятельности. Основные принципы маркетинга. Составляющие элементы структуры маркетинговой деятельности: цели и задачи, функции, принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда, средства, методы, стратегия и тактика, исследование, организация и управление.

Тема 8. Методы маркетинга.

Содержание темы.

Классификация методов маркетинга. Методы изучения рынка. Прогнозирование прогнозов на рынке. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта ФОС и СТИС: виды и назначение. Личная продажа. Паблик рилейшнз: возможности, достоинства и недостатки

Тема 9. Маркетинговые исследования.

Содержание темы.

Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований. Схема маркетинговых исследований: установление проблемы и формулирование целей исследований. Сбор, анализ информации, оценка результатов для принятия решений. Методы маркетинговых исследований. Организация маркетинговых исследований. Важнейшие направления маркетинговых исследований.

Содержание практических занятий по дисциплине

Занятие 1. Маркетинг-менеджмент в современной бизнес среде

Занятие 2. Сегментация, выбор целевых сегментов и позиционирование (STP)

Занятие 3. Влияние маркетинга на результативность бизнеса

Занятие 4. Клиентоориентированность как основа устойчивого развития компании

Занятие 5. Управление продуктом, товарным ассортиментом и портфелем брендов

Занятие 6. Внутренние ресурсы, обеспечивающие прибыльность компании и рост

Занятие 7. взаимодействие в маркетинговых каналах

Занятие 8 Ценообразование

Занятие 9 Маркетинговые факторы результативности бизнеса

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Вопросы к рейтинг-контролю №1.

Менеджмент, его место, задачи и роль в организации.
Основные подходы и принципы менеджмента.
Менеджер: его место и роль в организации.
Модель современного менеджера.
Задачи менеджмента.
Мотивация в менеджменте. Потребности, вознаграждение.
Основные принципы построения организационных структур.
Типы организационных структур управления.

Вопросы к рейтинг-контролю №2.

Понятие и сущность контроля.
Виды контроля: предварительный, текущий, заключительный.
Этапы контроля.
Коммуникации как связующие процесса управления.
Структуры коммуникационных процессов.
Классификация коммуникаций. Коммуникационные сети.
Методы влияния на подчиненных.
Руководство в организации. Типы стилей управления.

Вопросы к рейтинг-контролю №3.

История возникновения маркетинга. Межпредметные связи с другими дисциплинами.
Содержание и цели маркетинговой деятельности.
Основные принципы маркетинга.
Составляющие элементы структуры маркетинговой деятельности.
Классификация методов маркетинга. Методы изучения рынка.
Прогнозирование прогнозов на рынке.
Особенности маркетинговых исследований.
Схема маркетинговых исследований
Организация маркетинговых исследований.
Важнейшие направления маркетинговых исследований.

Вопросы к экзамену.

Менеджмент, его место, задачи и роль в организации.
Основные подходы и принципы менеджмента.
Менеджер: его место и роль в организации.
Задачи менеджмента.
Основные принципы построения организационных структур.
Понятие и сущность контроля.
Коммуникации как связующие процесса управления.
Структуры коммуникационных процессов.
Классификация коммуникаций. Коммуникационные сети.
Руководство в организации. Типы стилей управления.
История возникновения маркетинга.
Содержание и цели маркетинговой деятельности.
Основные принципы маркетинга.
Прогнозирование прогнозов на рынке.
Особенности маркетинговых исследований.
Схема маркетинговых исследований
Важнейшие направления маркетинговых исследований.

Самостоятельная работа (вне аудитории).

Самостоятельная работа студентов – важнейшая составляющая образовательного процесса, определяющая в конечном итоге степень освоения студентом теоретического материала. В процессе освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» самостоятельная работа студента заключается в следующем:

1. Подготовка к лекциям с использованием конспектов и рекомендованной литературы.
2. Подготовка к текущему контролю.
3. Изучение разделов дисциплины, которые в лекционном курсе не рассматриваются или рассматриваются недостаточно полно; при этом используется рекомендованная литература.
4. Подготовка к промежуточному контролю с использованием рекомендованной литературы, конспектов лекций, материалов практических занятий.

Вопросы для самостоятельной работы студентов

Тема 1. Движение кадров в организации.

Тема 2. Конфликты в организации. Причины и типы конфликтов.

Тема 3. Методы разрешения конфликтов (административные).

Тема 4. Методы борьбы со стрессами.

Тема 5. Стратегии поведения участников конфликтов.

Темы 6. Рыночная ниша. Позиционирование товара.

Тема 7. Закон спроса и предложения. Эластичность спроса.

Тема 8. Маркетинг и конкуренция. Конкуренция и ее влияние на деятельность фирмы.

Тема 9. Рынок маркетинговой информации.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Количество экземпляров изданий в библиотеке ВлГУ в соответствии с ФГОС ВО	Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
1	2	3	4
Основная литература*			
Бурменко, Т.Д. Сфера услуг. Экономика, менеджмент, маркетинг. Практикум. Учебное пособие / Т.Д. Бурменко. - М.: КноРус, 2009. - 511 с.	2015	2 (библиотека Владимирского хлебокомбината)	
Рябков, О.А. Сравнительный маркетинг-менеджмент / О.А. Рябков. - М.: Русайнс, 2017. - 192 с.	2017	2 (библиотека Владимирского хлебокомбината)	
Дополнительная литература			
Анурин, В. Маркетинговые исследования потребительского рынка / В. Анурин, Е. Евтушенко, И. Муромкина. - М.: СПб: Питер, 2019. - 272 с.	2019	3 (библиотека Владимирского хлебокомбината)	

*не более 5 источников

7.2. Периодические издания

Журнал «РБК»

7.3. Интернет-ресурсы

Сайт АО «Владимирский хлебокомбинат».

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

- для лекций, практических занятий и самостоятельной работы используются аудитория и учебный класс, оснащенный мультимедиа-проектором и компьютерами с доступом к ресурсам Интернет;
- Перечень используемого лицензионного программного обеспечения Word, Excel, Power Point

Рабочую программу составил О.М. Омельченко, к.э.н., доц., исполнительный директор АО
«Владимирский хлебокомбинат» _____
(ФИО, подпись)

Рецензент
(представитель работодателя) зав. каф. проф. С. В. Макаров _____
(место работы, должность, ФИО, подпись)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Биологии и Экологии
Протокол № 1 от 30.08.21 года _____ Трифонова Т.А.
Заведующий кафедрой _____
(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления 19.03.02 «Продукты питания из растительного сырья»
Протокол № 1 от 30.08.21 года _____ Трифонова Т.А.
Председатель комиссии _____
(ФИО, подпись)

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

