МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НОВОСИБИРСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А.Н. КОСЫГИНА (ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»
(НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина)

УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора по учебно-
методической работе
_____ Печурина Г.Г.
« »_____2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Направление подготовки: 38.03.07 Товароведение
Профиль подготовки: Экспертиза и сертификация
Квалификация: бакалавр
Форма обучения: очная
факультет ТиД
кафедра «Экономика и управление»

Очная форма обучения
курс – 3, семестр – 5

Лекции	12 час./0,23 з.е.	(4 час. *)	Зачет 5 семестр
Практические занятия	36 час./1,0 з.е.	(6 час. *)	
Лабораторные занятия	– час. /– з.е.		
Самостоятельная работа	64 час./1,78 з.е.		
Контроль	– час./– з.е.		
Всего	144 час./4 з.е.		
В т.ч. контактная работа	80 час./2,22 з.е.		
*В т.ч.в интер. форме	(10 час.*)		

Новосибирск 2023

Рабочая программа составлена на основании следующих нормативных документов:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки: 38.03.07 Товароведение. – Утвержден приказом Министерства науки и высшего образования и Российской Федерации от 12.08.2020 № 985.

2. Базовый учебный план. Направление подготовки: 38.03.07 Товароведение.

3. Образовательная программа. Направление подготовки: 38.03.07 Товароведение, профиль подготовки «Экспертиза и сертификация».

4. Рабочий учебный план. Направление: 38.03.07 Товароведение (квалификация «бакалавр»). Профиль подготовки «Экспертиза и сертификация», набор 2023 г. (очная форма обучения). – Новосибирск: Новосибирский технологический институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)». Утверждено Ученым советом НТИ (филиал) РГУ им.А.Н.Косыгина.

Разработчик:
доц., канд.техн.наук _____ Б.Ф.Степанов

Рецензент:
доц., канд.экон.наук _____ О.А. Сапрыкина

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры Экономики и управления (протокол № 01 от «29» августа 2023 г.).

Зав. кафедрой ЭиУ
доц., канд.экон.наук. _____ О.А. Сапрыкина

Декан ФТиД
канд.техн.наук _____ Т.О. Бунькова

СОДЕРЖАНИЕ

1 Аннотация (паспорт дисциплины) 4
2 Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавра 6
3 Ожидаемые результаты образования и компетенции обучающегося по завершении освоения программы учебной дисциплины 6
4 Структура и содержание учебной дисциплины 9
5 Образовательные технологии 13
6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины 14
7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля) 18
8 Условия реализации программы дисциплины 21
9 Учебно-методическая карта дисциплины 22
10 Протокол согласования рабочей программы 23
с другими дисциплинами направления на 2023/2024 учебный год 23
11 Дополнения и изменения к рабочей программе на 20__/20__ уч. Год.**Ошибка! Зак**
Приложение А 25

1 АННОТАЦИЯ (ПАСПОРТ ДИСЦИПЛИНЫ)

<table>
<tr><td>Обозначение документа</td><td colspan="2">Пункт
ГОСТ Р ИСО 9001-2011</td><td>Наименование процесса</td></tr>
<tr><td>Б1.В.05</td><td colspan="2">7.3 и 7.5</td><td>Преподавание дисциплины «Менеджмент и маркетинг»</td></tr>
<tr><td colspan="2">Определение процесса:
процесс преподавания дисциплины «Менеджмент и маркетинг» для студентов очной формы обучения профиль подготовки 38.03.07 Товароведение, профиль «Экспертиза и сертификация», ориентированный на выполнение требований ФГОС ВО</td><td colspan="2">Цель процесса:
выполнение требований ФГОС ВО и вооружение обучающихся философией и концепцией маркетинга; овладение ими методическими и практическими навыками маркетинговой деятельности; формирование системного представления об организационно–управленческой деятельности; формирование экономического мышления, адекватного современным условиям рыночной экономики</td></tr>
<tr><td colspan="2">Владелец процесса:
кафедра Экономики и управления</td><td colspan="2">Ответственный руководитель процесса:
доц., канд.техн.наук Степанов Б.Ф.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Входы процесса:
знания и компетенции, полученные студентами при изучении дисциплин базового школьного курса</td><td colspan="2">Выходы процесса:
Перечень частных компетенций (в виде знаний, умений и навыков), полученных в ходе освоения разделов и тем дисциплины в рамках общих компетенций:
Знать:
– основные приемы эффективного управления собственным временем;
– основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни;
–основные методы менеджмента и маркетинга для решения задач в области проектирования продукции и услуг;
–основные методы менеджмента и маркетинга с целью решения задач по управлению качеством при производстве изделий;
–национальную и международную нормативную базу в области менеджмента и маркетинга с целью управления качеством продукции.
Уметь:
– эффективно планировать и контролировать собственное время;
– использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения;
– применять актуальную нормативную документацию в области менеджмента и маркетинга для управления качеством при проектировании продукции и оказании услуг;
– применять методы менеджмента с целью сравнения качества продукции с мировым уровнем;
–применять методы менеджмента и маркетинга с целью определения требований потребителей к продукции.
Владеть:
– методами управления собственным временем;
– технологиями приобретения, использования и обновления знаний в области самоконтроля, саморазвития и самообразования;</td></tr>
</table>

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Б1.В.05	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Менеджмент и маркетинг»

	– методами менеджмента и маркетинга с целью проектирования продукции (услуг); – методами менеджмента с целью сравнения качества продукции с мировым уровнем; – основными методами менеджмента с целью определения требований потребителей к продукции
Требования к входам процесса: Соответствие требованиям ФГОС ВО, компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины.	Требования к выходам процесса: В результате изучения дисциплины студент должен в рамках общих компетенций: –способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6); –способен осуществлять работы по управлению качеством проектирования продукции и услуг (ПК-4); –способен осуществлять работы по управлению качеством процессов производства продукции и оказания услуг (ПК-5); –способен осуществлять работы по управлению качеством эксплуатации продукции (ПК-6)
Поставщики процесса: Кафедра, участвующая в преподавании дисциплин, предшествующих изучению данной дисциплины: 1. Кафедра Экономики и управления	Потребители процесса: Студенты 3 курса очной формы обучения и их будущие работодатели
Управляющие воздействия: - ФГОС ВО, - рабочий учебный план, - рабочая программа по дисциплине, - порядок проведения итоговой аттестации по дисциплине (зачет).	Основные ресурсы: Очная форма обучения: 3 курс, 5 семестр: 4 з.е. (144 час.) ЛК – 12 час.; ПЗ – 36 час.; КСР – 20; СРП –10; Кат – 2; СР – 64 час.; контактная работа – 80 час. Выделенный аудиторный фонд, компьютерный класс (214, 512 ауд.), интернет-ресурсы
Контролируемые параметры процесса: - зачет (5 семестр); - участие в аудиторной работе; - выполнение практических работ; - выполнение заданий на самостоятельную работу; - выполнение и защита индивидуального задания	Методы измерения параметров процесса: рейтинг, защита практических работ, устный опрос, выполнение и защита индивидуального задания, зачёт,
Показатели результативности: - выполнение запланированных мероприятий в срок; - рейтинг, обеспечивающий допуск к зачету	Периодичность оценки: непрерывно согласно графику проведения занятий и по завершении изучения дисциплины

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП БАКАЛАВРА

Таблица 2.1 – Принципы построения дисциплины

Принцип (особенность)	Содержание
1	2
Ядро дисциплины	Базовая часть дисциплины: 1. Менеджмент 2. Маркетинг
Основные понятия дисциплины (дидактические единицы)	Введение в менеджмент. Цели и функции управления. Социально- психологические основы менеджмента. Введение в маркетинг. Маркетинговая деятельность предприятия. Маркетинговые исследования. Маркетинговая программа. Международный маркетинг
Обеспечение последующих дисциплин образовательной программы (связи с последующими дисциплинами)	Перечень дисциплин, изучение которых опирается на данную: – Организация и планирование производства; – Государственная итоговая аттестация (выполнение и защита выпускной квалификационной работы)
Практическая направленность (практическая часть) дисциплины	Практическая часть дисциплины содержит практические занятия на темы: 1. Общая характеристика менеджмента 2. Управление торговым предприятием и планирование его деятельности 3. Характеристика потребностей и потребителей 4. Концепции маркетинга 5. Маркетинговая среда организации 6. Процесс планирования маркетинга
Учет индивидуальных особенностей обучающихся, реализация права выбора способа учения	Возможность работать в своем темпе; подбор индивидуальных заданий разного уровня сложности
Описание основных “точек” контроля	Устный опрос Защита практических работ; Защита индивидуального задания; Итоговый контроль (зачёт)
Дисциплина и современные информационные технологии	Текстовый редактор Word, графический редактор Paint и другие – как средство оформления документации, Excel – как средство выполнения расчетов.

3 ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБРАЗОВАНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ЗАВЕРШЕНИИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ»

Ожидаемые результаты освоения обучающимися программы учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг» представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Результаты освоения обучающимися программы учебной дисциплины (цели дисциплины)

После изучения дисциплины обучающийся будет:				
Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	*Коды компетенции*	Результаты освоения ОПОП *Содержание компетенций*	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	*2*	3	4	5
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИД-1$_{УК-6}$**Знать**: −основные приемы эффективного управления собственным временем; −основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни. ИД-2 $_{УК-6}$**Уметь**: −эффективно планировать и контролировать собственное время; −использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения. ИД-3 $_{УК-6}$**Владеть**: −методами управления собственным временем; −технологиями приобретения, использования и обновления знаний в области самоконтроля, саморазвития и самообразования	Текущий контроль: - устный опрос; -защита практических заданий; -защита индивидуального задания
Проектная деятельность	ПК-4	Способен осуществлять работы по управлению качеством проектирования продукции и услуг	***ИД-1$_{ПК-4}$*** **Знать**: −основные методы менеджмента и маркетинга для решения задач в области проектирования продукции и услуг. ***ИД-2$_{ПК-4}$*** **Уметь**: −применять актуальную нормативную документацию в области менеджмента и маркетинга для управления качеством при проектировании продукции и оказании услуг. ***ИД-3$_{ПК-4}$*** **Владеть**: – методами менеджмента и маркетинга с целью проектирования продукции (услуг)	Текущий контроль: - устный опрос; -защита практических заданий; -защита индивидуального задания
Проектная деятельность	ПК-5	Способен осуществлять работы по управлению качеством процессов производ-	***ИД-1$_{ПК-5}$*** **Знать**: – основные методы менеджмента и маркетинга с целью решения задач по управлению качеством при производстве изделий.	Текущий контроль: - устный опрос;

После изучения дисциплины обучающийся будет:				
Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	*Коды компетенции*	Результаты освоения ОПОП *Содержание компетенций*	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	*2*	3	4	5
		ства продукции и оказания услуг	***ИД-2$_{ПК-5}$*** **Уметь**: – применять методы менеджмента с целью сравнения качества продукции с мировым уровнем. ***ИД-3$_{ПК-5}$*** **Владеть**: – методами менеджмента с целью сравнения качества продукции с мировым уровнем	-защита практических заданий; -защита индивидуального задания
Владение специальными знаниями и умениями в профессиональной деятельности	ПК-6	Способен осуществлять работы по управлению качеством эксплуатации продукции	***ИД-1$_{ПК-6}$*** **Знать**: −национальную и международную нормативную базу в области менеджмента и маркетинга с целью управления качеством продукции. ***ИД-2$_{ПК-6}$*** **Уметь**: −применять методы менеджмента с целью определения требований потребителей к продукции. ***ИД-3$_{ПК-6}$*** **Владеть**: −основными методами менеджмента с целью определения требований потребителей к продукции	Текущий контроль: - устный опрос; -защита практических заданий; -защита индивидуального задания

4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 4.1.1 – Объем дисциплины и виды учебной работы

(выписка из рабочего учебного плана)

Форма контроля, семестр		Трудоемкость								Вид уч. занят.	Распределение по курсам и семестрам	
		в часах						в ЗЕ			3 курс	
		с преподавателями				СР	К	Всего			5 сем.	6 сем.
экз.	зач.	аудиторные занятия			В т.ч. контактная работа							
		ЛК	ПЗ	ЛБ								
1	2	2	4	5	6	7	8	9		10	11	12
-	5	12	36	-	80	64	-	144	4	ЛК	12	-
										ПЗ	36	-
										ЛБ	-	-

4.2 Разделы дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины - 4 з.е., 144 час.

Таблица 4.2 – Разделы дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Вид учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, трудоемкость						Формы текущего контроля успеваемости
			в часах					в з.е	
			ЛК	ЛБ	ПЗ	Контактная работа	СР		
1	Менеджмент	5	5	-	14	34	26	1,67	Проверка выполнения самостоятельной работы; контроль посещения лекций и практических занятий; опрос; собеседование; тестирование
2	Маркетинг	5	7	-	22	46	38	2,33	
	Итого по дисциплине	–	12	-	36	80	64	4,00	Итоговый контроль – зачет

4.3 Содержание разделов учебной дисциплины по видам занятий

4.3.1 Лекционные занятия

Таблица 4.3.1 – Характеристика лекционных учебных занятий и самостоятельной работы

№ раздела	Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы)	Содержание раздела			
		№ темы	Наименование темы, дидактика	Объем, час	Ссылки на компетенции
1	2	3	4	5	6
1	Менеджмент	ЛК-1	*Введение в менеджмент.* Общая характеристика менеджмента. Менеджмент в системе понятий рыночной эко-	1	УК-6 ПК-4 ПК-5

№ раздела	Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы)	Содержание раздела			
		№ темы	Наименование темы, дидактика	Объем, час	Ссылки на компетенции
1	2	3	4	5	6
			номики. Основные понятия менеджмента. Позиция управления внутри организации. Связь менеджмента с внешней средой. Управление как процесс и система		ПК-6
		ЛК-2	*Цели и функции управления.* Миссия и цели организации. Миссия организации, цель как важнейшая характеристика менеджмента. Классификация целей, требования к ним. Процесс формирования целей. Методы управления по целям. Стратегическое и оперативное управление. Стратегия организации	2	
		ЛК-3	*Социально- психологические основы менеджмента.* Принятие управленческих решений. Понятие и классификация решений. Технология разработки и принятия управленческих решений. Инструментарий, модели и методы принятия решений. Управление кадрами. Кадры как основной ресурс организации. Управление кадрами, деятельностью коллектива. Модели взаимодействия человека и организационного окружения. Группы ожиданий человека и организации. Ролевой и личностный аспект взаимодействия человека и организации, человек и группа. Модель адаптации человека к организационному окружению. Конфликты, их основа и методы разрешения.	2	
	Самостоятельное изучение	СИ-1	Процесс осуществления управления организацией. Функции управления, принципы менеджмента, методы управления: экономические, организационно-распорядительные, социально-психологические. Управление как развивающаяся система	4	
		СИ-2	Подходы к управлению: традиционный, ситуационный, интегрированный. Менеджер, его место и основные роли в организации Развитие теории и практики управления. Классическая и научная школа в управлении Развитие теории менеджмента в XX, XXI в. Особенности российского менеджмента	4	
		СИ-3	Формы организации в системе менеджмента. Принципы построения организации. Общность процесса проектирования работы и организации.	3	

№ раздела	Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы)	Содержание раздела			
		№ темы	Наименование темы, дидактика	Объем, час	Ссылки на компетенции
1	2	3	4	5	6
		СИ-4	Организационная структура менеджмента в организации	3	
		СИ-5	Основные функции организации как объекта управления. Понятие и значение организации в менеджменте. Типы организаций по взаимодействию с внешней средой, с человеком, с внутренними подразделениями	4	
		СИ-6	Информационная база менеджмента. Содержание информационного обеспечения. Роль и значение информационного обеспечения. Управленческая внутрифирменная информационная система. Система информационного обеспечения управления.	4	
		СИ-7	Власть и влияние. Источники власти, личностная и организационная основа власти. Стиль руководства. Виды власти. Лидерство и власть	4	
Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ		
	Контактная работа	КСР	Контроль самостоятельной работы студентов	9	УК-6 ПК-4 ПК-5 ПК-6
		СРП	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	3	
		КАт	Контроль за текущей успеваемостью	1	
		Итого:		13	
Итого по разделу 1				∑5/26/13	
2	Маркетинг	ЛК-4	*Введение в маркетинг.* Основные понятия маркетинга. Теория маркетинга. Виды маркетинга. Основные концепции маркетинга. Коммуникационная политика	1	УК-6 ПК-4 ПК-5 ПК-6
		ЛК-5	*Маркетинговая деятельность предприятия.* Процесс планирования маркетинга. Содержание, принципы и цели маркетинга как системы деятельности на рынке. Основные функции маркетинга. Стратегический и оперативный маркетинг	2	
		ЛК-6	*Маркетинговые исследования.* Маркетинговая система информации, типы и виды информации. Требования к информации. Объем необходимой информации. Информационная база маркетинга	2	
		ЛК-7	*Маркетинговая программа.* Понятие, сущность, виды, содержание	1	
		ЛК-8	*Международный маркетинг*. Понятие. Особенности. Международный маркетинг в экс-	1	

№ раздела	Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы)	Содержание раздела			
		№ темы	Наименование темы, дидактика	Объем, час	Ссылки на компетенции
1	2	3	4	5	6
			портной деятельности. Принятие решений о выходе на международный рынок. Процесс и стратегии выхода.		
	Самостоятельное изучение	СИ-8	Маркетинговая среда организации. Понятие среды, факторы макро- и микросреды.	5	
		СИ-9	Инструментарий маркетинга: продуктовая, ценовая, распределительная политика, управление движением товара, закупками и сбытом продукции	6	
		СИ-10	Понятие рынка и его участники	5	
		СИ-11	Организация службы маркетинга на предприятии. Интегрированный и неинтегрированный маркетинг. Особенности и условия организации службы маркетинга на различных предприятиях.	6	
		СИ-12	Методы изучения спроса и маркетинговых исследований. Основные фазы маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования. Полевые маркетинговые исследования: опрос, наблюдение, эксперимент, панель. Сегментация рынка и позиционирование товара	6	
		СИ-13	Формы и методы международной торговли. Классические сделки, встречная торговля и ее формы.	5	
		СИ-14	Торговля готовым продуктом, сырьем, давальческие сделки. Лицензионная торговля, инжиниринговые сделки. Прямые и посреднические сделки.	5	
Промежуточный контроль			устный опрос, защита ПЗ		
	Контактная работа	КСР	Контроль самостоятельной работы студентов	11	УК-6 ПК-4 ПК-5 ПК-6
		СРП	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	7	
		КАт	Контроль за текущей успеваемостью	1	
		Итого:		19	
Итого по разделу 2				∑7/38/19	
Итого по учебной дисциплине				∑12/64/32	
Итоговый контроль		Зачёт			
Итого интерактивные формы обучения*				4	

4.3.2 Практические занятия

Таблица 4.3.2 – Характеристика практических занятий

Ссылки на компетенции	№ ПЗ	Наименование темы практического занятия	Кол-во часов	Содержание
1	2	3	4	5
УК-6 ПК-4 ПК-5 ПК-6	ПЗ-1	Общая характеристика менеджмента	2	Изучение основных понятий менеджмента. Развитие теории и практики управления. Обсуждение и анализ разных школ управленческой мысли на основе конкретной ситуации. Решение задач Опрос.
УК-6 ПК-4 ПК-5 ПК-6	ПЗ-2	Управление торговым предприятием и планирование его деятельности	6	Выполнение заданий и упражнений по теме, раскрывающих требования к деловым, личностным качествам менеджера, роли менеджера. Защита заданий.
УК-6 ПК-4 ПК-5 ПК-6	ПЗ-3	Характеристика потребностей и потребителей	6	Обсуждение конкретной ситуации, выполнение упражнений по программированным и непрограммированным решениям. Дискуссия. Опрос. Тестирование.
УК-6 ПК-4 ПК-5 ПК-6	ПЗ-4	Концепции маркетинга	8	Решение ситуационной задачи. Защита письменных вариантов решения.
УК-6 ПК-4 ПК-5 ПК-6	ПЗ-5	Маркетинговая среда организации	8	Составление профилей макро- и микросреды для различных предприятий. Тестирование
УК-6 ПК-4 ПК-5 ПК-6	ПЗ-6	Процесс планирования маркетинга	6	Разработка функций маркетинга в зависимости от внешней и внутренней среды отраслевых предприятий. Тестирование
Итого за семестр			36	
Итого по дисциплине			∑36	
В интерактивной форме обучения			6*	

4.3.3 Лабораторные работы
– не предусмотрены.

4.3.4 Курсовая работа
– не предусмотрена.

5 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При освоении дисциплины используются следующие сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности бакалавров для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций (таблица 5.1).

Таблица 5.1 – Интерактивные образовательные технологии

Методы и формы активизации деятельности	Виды учебной деятельности		
	ЛК	ПЗ	СР
1	2	3	4
Дискуссия		+	
Кейс-задача		+	
ИТ-методы	+	+	+
Модульное обучение	+		+
Командная работа		+	
Опережающая СРС	+		+
Индивидуальное обучение	+	+	+
Проблемное обучение	+	+	
Обучение на основе опыта		+	
Проверка контрольных заданий и консультирование посредством электронной почты			+

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины реализуются следующие средства, способы:

– теоретический материал дисциплины изучается на лекциях с использованием мультимедиа;

– самостоятельное изучение теоретического материала дисциплины с использованием Internet-ресурсов, информационных баз, методических разработок, специальной учебной и научной литературы;

– закрепление теоретического материала при выполнении лабораторных работ с использованием IT-технологий, выполнение проблемно-ориентированных, творческих заданий.

6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Компетентностные характеристики обучающегося

В соответствии с ФГОС ВО выпускник по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение, профиль «Экспертиза и сертификация» квалификации «бакалавр» после изучения данной дисциплины должен обладать следующими компетенциями, представленными в таблице 6.1. Содержание самостоятельной работы обучающихся представлено в таблице 6.2.

Таблица 6.1 – Компетентностные характеристики обучающегося по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»

Индекс	Наименование компетенции	Содержание компетенции	Технологии формирования	Форма оценочного средства
1	2	3	4	5
УК-6	Универсальные	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ЛК ПЗ СРС	устный опрос; индивидуальное задание; защита практических работ; зачет
ПК-4	Профессиональные	способен осуществлять работы по управлению качеством проектирования продукции и услуг	ЛК ПЗ СРС	
ПК-5	Профессиональные	способен осуществлять работы по управлению качеством процессов производства продукции и оказания услуг	ЛК ПЗ СРС	
ПК-6	Профессиональные	Способен осуществлять работы по управлению качеством эксплуатации продукции	ЛК ПЗ СРС	

Таблица 6.2 – Содержание самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Виды самостоятельной работы	Тема дисциплины курса (таблица 4.3)	Форма контроля
1	2	3	4
1	Изучение учебно-методической и научно-методической литературы	1-3	Устный опрос
2	Подготовка к практическим занятиям	1-3	Собеседование. Тестирование
3	Выполнение самостоятельных работ работы		Собеседование. Тестирование
4	Выполнение и защита индивидуального задания	1-3	Защита индивидуального задания, устный опрос
5	Подготовка к зачету		

На самостоятельную работу выделяется 64 часа.

6.2 Формы контроля

Для проверки знаний обучающихся предусматриваются следующие формы контроля:

К-1 Устный опрос;

К-2 Защита практических заданий;

К-3 Защита индивидуального задания;

К-4 Зачет по дисциплине, включающий в себя весь лекционный курс и вопросы для самостоятельного изучения.

Для оценки качества учебной деятельности обучающихся применяется балльно-рейтинговая система (БРС). Оценка по дисциплине за семестр равна сумме баллов за работу в семестре (0-80) и числа баллов полученных на зачёте (0-20). Максимальный рейтинг, который обучающийся может получить за семестр 100 баллов. Максимальный балл проставляется за качественное и

своевременное выполнение работ и требований к ним по всем видам деятельности обучающихся.

Баллы за работу в семестре включают в себя:

Баллы за работу на лекции: присутствие на лекции; введение конспекта.

Баллы за практические занятия: присутствие на занятии; ритмичность работы; оформление отчета; защита отчета.

Баллы за индивидуальное задание (ДО): реферат – это учебно-исследовательская работа студента, направленная на углубленное изучение им определенной темы. Реферат, не соответствующий требованиям, не оценивается, такой реферат возвращается студенту на доработку. Защита рефератов открытая, за углубленную проработку отдельных вопросов реферата, выполнение презентации, студент может получить дополнительные баллы. При сдаче рефератов позже установленного срока баллы снижаются.

Баллы за самостоятельную и дополнительную работу: оценивается самостоятельное изучение обучающимся модулей курса. Самостоятельная работа может быть выполнена в виде сообщения, структурно-логической схемы, таблицы, конспекта. Обучающийся может получить дополнительные баллы, если выполнял творческую работу (презентации, наглядные образцы и др.).

Итоговая аттестация: изучение курса завершается зачётом. К зачёту допускаются обучающиеся, набравшие по дисциплине 60 и более баллов. Зачёт проводится в устной форме. Минимальное количество баллов за зачёт – 0, максимальное – 20. Обучающийся, набравший за семестр менее 60 баллов, к зачёту не допускается, пока не сдаст не зачтенные темы.

Образец балльно-рейтингового листа приведен в ПРИЛОЖЕНИИ А (таблица А.1, А.2, А.3).

6.3. Оценочные материалы для текущего контроля и аттестации студента представлены в методических указаниях «Фонд оценочных материалов по дисциплине «Менеджмент и маркетинг».

Вопросы к зачету

Менеджмент

1 Общая характеристика менеджмента. Менеджмент в системе понятий рыночной экономики. Общая характеристика менеджмента. Основные понятия менеджмента.

2 Общая характеристика менеджмента. Позиция управления внутри организации.

3 Общая характеристика менеджмента. Связь менеджмента с внешней средой.

4 Развитие теории и практики управления. Классическая и научная школа в управлении.

5 Развитие теории менеджмента в XX, XXI в. Особенности российского менеджмента.

6 Управление как процесс и система. Процесс осуществления управления организацией. Функции управления, принципы менеджмента, методы управления.

7 Управление как развивающаяся система.

8 Управление как процесс и система. Подходы к управлению.

9 Управление как процесс и система. Менеджер, его место и основные роли в организации.

10 Миссия организации, цель как важнейшая характеристика менеджмента. Миссия и цели организации. Классификация целей, требования к ним.

11 Миссия и цели организации. Процесс формирования целей.

12 Методы управления по целям (УПЦ).

13 Стратегическое и оперативное управление.

14 Миссия и цели организации. Стратегия фирмы.

15 Основные функции организации как объекта управления.

16 Принципы построения организации.

17 Общность процесса проектирования работы и организации. Организационная структура менеджмента в организации, на предприятии.

18 Типы организаций по взаимодействию с внешней средой, с человеком, с внутренними подразделениями.

19 Принятие управленческих решений. Понятие и классификация решений. Технология разработки и принятия управленческих решений.

20 Инструментарий, модели и методы принятия решений.

21 Управление кадрами. Кадры как основной ресурс организации.

22 Модели взаимодействия человека и организационного окружения. Группы ожиданий человека и организации.

23 Ролевой и личностный аспект взаимодействия человека и организации, человек и группа.

24 Модель адаптации человека к организационному окружению. Конфликты, их основа и методы разрешения.

25 Источники власти, личностная и организационная основа власти.

26 Содержание информационного обеспечения менеджмента. Управленческая внутрифирменная информационная система.

Маркетинг

1 Основные понятия маркетинга. Теория маркетинга.

2 Виды маркетинга.

3 Основные концепции маркетинга.

4 Понятие рынка и его участники.

5 Маркетинговая среда организации. Понятие среды, факторы макро- и микросреды.

6 Процесс планирования маркетинга. Содержание, принципы и цели маркетинга как системы деятельности на рынке.

7 Основные функции маркетинга.

8 Стратегический и оперативный маркетинг.

9 Организация службы маркетинга на предприятии.

10 Особенности и условия организации службы маркетинга на различных предприятиях.

11 Интегрированный и неинтегрированный маркетинг.

12 Информационная база маркетинга. Маркетинговая система информации, типы и виды информации.

13 Информационная база маркетинга. Требования к информации. Объем необходимой информации.

14 Методы изучения спроса и методы маркетинговых исследований. Основные фазы маркетинговых исследований.

15 Рыночные и маркетинговые исследования. Полевые маркетинговые исследования: опрос, наблюдение, эксперимент, панель.

16 Сегментация рынка и позиционирование товара.

17 Маркетинговая программа, ее виды, содержание.

18 Разработка программы маркетинга. Маркетинговый комплекс.

19 Разработка программы маркетинга. Коммуникационная политика.

20 Международный маркетинг в экспортной деятельности.

21 Особенности международного маркетинга.

22 Принятие решений о выходе на международный рынок. Процесс и стратегии выхода.

23 Формы и методы международной торговли. Классические сделки, встречная торговля и ее формы.

24 Формы и методы международной торговли. Торговля готовым продуктом, сырьем, давальческие сделки.

25 Лицензионная торговля, инжиниринговые сделки.

26 Формы и методы международной торговли. Прямые и посреднические сделки.

7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1 Информация по учебно-методическому и информационному обеспечению дисциплины «Менеджмент и маркетинг» представлена в таблице 7.1.

7.2 Программное обеспечение

Для выполнения заданий по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» обучающиеся используют:

– программное обеспечение: Windows 10 Pro, MS Office 2019; LibreOffice; Microsoft SQLServer2017 Developer Edition;

– российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования eLIBRARY;

– профессиональные базы данных, информационные справочные системы:

Некоммерческое партнерство «Гильдия маркетологов». - URL: https://www.marketologi.ru/;
Научная электронная библиотека КиберЛенинка. – URL: https://cyberleninka.ru/.

Таблица 7.1 – Обеспеченность образовательного процесса по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» для направления подготовки 38.03.07 Товароведение (очная форма обучения) учебно-методической литературой

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы	Кол-во экземпляров	Количество экземпляров литературы на одного обучающегося
1	2	3	4	5
Б1.В.05	Менеджмент и маркетинг	*Основная литература:*		
		Б-1 Дорофеев, В.Д. Менеджмент: учебное пособие / В.Д. Дорофеев, А.Н. Шмелева, Н.Ю. Шестопал. - Москва: ИНФРА-М, 2022. - 328 с. - URL: https://znanium.com/read?id=400853	100%	
		Б-2 Резник, Г.А. Маркетинг: учебное пособие / Г.А. Резник. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА-М, 2023. - 199 с. - URL: https://znanium.com/read?id=417786	100%	
		Б-3 Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие / Л.А. Дробышева. – 5-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2022. – 150 с. URL: https://znanium.com/read?id=432275	100%	
		Дополнительная литература:		
		Б-4 Басовский, Л.Е. Менеджмент: учебное пособие / Л.Е. Басовский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА-М, 2021. - 256 с. - URL: https://znanium.com/read?id=398578	100%	
		Б-5 Третьяк, В. П. Маркетинг: учебник / под ред. В. П. Третьяка. — Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2022. - 368 с. - URL: https://znanium.com/read?id=400257	100%	
		Учебно-методическая литература:		
		М-1 Степанов, Б.Ф. Методические указания к выполнению практических работ по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» / Б.Ф. Степанов. – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2023. –24 с. - URL: https://moodle.ntirgu.ru	100%	
		М-2 Степанов, Б.Ф. Методические указания для организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»/ Б.Ф. Степанов. – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2023. – 23 с. - URL: https://moodle.ntirgu.ru	100%	

Заведующая библиотекой _____ Н.И. Русских

личная подпись *дата*

8 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

- Лекции:

✓ аудитория, оснащенная презентационной техникой: проектор, экран, компьютеры/ноутбук.

- Практические занятия:

✓ аудитория, оснащенная презентационной техникой: проектор, экран, компьютеры/ноутбук.

Информация о наличии специализированных аудиторий, лабораторий, технических средств обучения и т.д. представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1 - Обеспечение образовательного процесса по программе оборудованными учебными кабинетами, объектами для проведения практических занятий

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов и объектов
1	2	3	4
Б1.В.05	Менеджмент и маркетинг	Лекции - аудитории, оснащенные электронным мультимедийным оборудованием: проектор, экран, компьютеры/ноутбук. Практические занятия, лабораторные работы: 512 ауд. - Компьютерная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, лабораторных работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации Аудиторная мебель - компьютерные столы 18 шт., стулья 18 шт., компьютер в комплекте - 18 шт. с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет; стол преподавателя, доска аудиторная для писания мелом. Комплект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор). Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине. Кондиционер – 1 шт. Ауд. 502 – Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных кон-	Новосибирск, Красный проспект, 35 НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов и объектов
1	2	3	4
	Менеджмент и маркетинг	сультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации (Учебно-научная лабораторию психологии и менеджмента.): Аудиторная мебель - компьютерные столы 9 шт., стол преподавателя 1 шт., стулья 11 шт., компьютер в комплекте - 10 шт. с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет. Комплект демонстрационного оборудования (мультимедиа проектор), доска аудиторная для писания мелом. Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине	Новосибирск, Красный проспект, 35 НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина

9 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

5 семестр

№ нед.	Номер темы учебных занятий		Используемые учебно-методические материалы	Самостоятельная работа студентов (СРС)	Форма контроля
	ЛК	ПЗ			
1	2	3	5	6	7
1	ЛК-1; ЛК-2		Б-1 – Б-5	СИ-1 – СИ-2	БРС
2		ПЗ-1, 2	Б-1 – Б-5	СИ-3 – СИ-4	БРС
3	ЛК-2; ЛК-3		Б-1 – Б-5	СИ-5 – СИ-6	БРС
4		ПЗ-2	Б-1 – Б-5	СИ-7	БРС
5	ЛК-3; ЛК-4		Б-1 – Б-5	СИ-8	БРС
6		ПЗ-3	Б-1 – Б-5	СИ-8	БРС
7	ЛК-5		Б-1 – Б-5	СИ-9 – СИ11	БРС
8		ПЗ-3, 4	Б-1 – Б-5	СИ-9 – СИ-11	БРС
9	ЛК-6		Б-1 – Б-5	СИ-12	БРС
10		ПЗ-4	Б-1 – Б-5	СИ-12	БРС
11	ЛК-7; ЛК-8		Б-1 – Б-5	СИ-13 – СИ-14	БРС
12		ПЗ-4. 5	Б-1 – Б-5	СИ-13 – СИ-14	БРС
13			Б-1 – Б-5	СИ-8 – СИ-14	БРС
14		ПЗ-5	Б-1 – Б-5	СИ-1 – СИ-14	БРС
15			Б-1 – Б-5	СИ-1 – СИ-14	БРС
16		ПЗ-5, 6	Б-1 – Б-5	СИ-1 – СИ-14	БРС
17			Б-1 – Б-5	СИ-1 – СИ-14	БРС
18		ПЗ-6	Б-1 – Б-5	СИ-1 – СИ-14	Зачет

10 ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ НАПРАВЛЕНИЯ НА 2023/2024 УЧЕБНЫЙ ГОД

Наименование дисциплин, изучение которых опирается на данную	Кафедра	Предложения об изменениях в рабочую программу и подпись зав. кафедрой	Решение, принятое кафедрой, разрабатывающей программу и подпись зав. кафедрой
1	2	3	4
Анализ хозяйственной деятельности	ЭиУ		
Организация и планирование производством	ЭиУ		
Государственная итоговая аттестация (защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты)	ХХТиТ		

Декан ФТиД _____

личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

11 ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ НА 2025/2026 УЧЕБНЫЙ ГОД

С учётом развития науки, техники и социальной сферы, в рабочую программу «Менеджмент и маркетинг» для направления подготовки 38.03.07 Товароведение (2023 год набора), вносятся следующие изменения:

Актуализирована учебно-методическая литература по дисциплине:

Основная литература:

Б-1 Дорофеев, В.Д. Менеджмент: учебное пособие / В.Д. Дорофеев, А.Н. Шмелева, Н.Ю. Шестопал. - Москва: ИНФРА-М, 2022. - 328 с. - URL: https://znanium.com/read?id=400853

Б-2 Резник, Г.А. Маркетинг: учебное пособие / Г.А. Резник. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА-М, 2023. - 199 с. - URL: https://znanium.com/read?id=417786

Б-3 Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие / Л.А. Дробы-шева. – 5-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2022. – 150 с. URL: https://znanium.com/read?id=432275

Дополнительная литература:

Б-4 Басовский, Л.Е. Менеджмент: учебное пособие / Л.Е. Басовский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА-М, 2021. - 256 с. - URL: https://znanium.com/read?id=398578

Б-5 Третьяк, В. П. Маркетинг: учебник / под ред. В. П. Третьяка. — Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2022. - 368 с. - URL: https://znanium.com/read?id=400257

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры Экономики и управления (протокол № 1 от «29» августа 2025 г.).

Заведующий кафедрой _____ О.А. Сапрыкина ___ 29.08.2025
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

Заведующая библиотекой _____ Н.И. Русских ___ 29.08.2025
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

Декан ФТиД _____ Т.О. Бунькова ____ 29.08.2025
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1-Оценка знаний студентов по балльно-рейтинговой системе по дисциплине «Менеджмент и маркетинг», направление подготовки 38.03.07 Товароведение профиль «Экспертиза и сертификация»

3 курс, 5 семестр

Вид контроля	Баллы	ДМ-1				ДМ-2					РР	ДМ-3									РР	Всего
		ТР (неделя)				ТР (неделя)					Итого	ТР (неделя)									Итого	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9		10	11	12	13	14	15	16	17	18		
7 семестр																						
Посещаемость ЛК	1,0	*		*		*		*		*			*									6,0
Конспекты лекций	1,5					*							*						*			3,0
Посещаемость ПЗ	1,0		*		*		*		*			*		*		*		*		*		9,0
Ритмичность работы	0,5		*		*		*		*			*		*		*		*		*		4,5
Оформление отчета по ПЗ	1,5		*		*		*		*			*		*		*		*		*		13,5
Защита отчета по ПЗ	2,0		*		*		*		*			*		*		*		*		*		18,0
Индивидуальное задание	5,0									*										*		10,0
Самостоятельная работа	2,5									*									*			5,0
Тестирование	5,5									*										*		11,0
Рейтинг по дисциплине (промежуточный)																						80
Зачёт																						20
Рейтинг по дисциплине (итоговый)																						100

Примечание: ДМ-дисциплинарный модуль; ТР-текущий рейтинг; РР-рубежный рейтинг; ПР-промежуточный рейтинг

Преподаватель: _____ Б.Ф.Степанов.

Зав. кафедрой: _____ О.А. Сапрыкина

Таблица А.2 - Рейтинговый лист по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»

студента гр. _____

(курс 3, семестр 5)

Нед.	№ ЛК, ПЗ	Час	Тема лекции, практической работы	Рейтинговая оценка									
				посещаемость		ритмичность		отчёт/ конспект		защита ПЗ		СР/ защита ИЗ	
				план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	ЛК-1 ЛК-2	2	Введение в менеджмент Цели и функции управления	1,0		-		-		-		-	
3	ЛК-2 ЛК-3	2	Цели и функции управления Социально- психологические основы менеджмента	1,0		-		-		-		-	
5	ЛК-3 ЛК-4	2	Социально- психологические основы менеджмента Введение в маркетинг	1,0		-		1,5		-		-	
7	ЛК-5	2	Маркетинговая деятельность предприятия	1,0		-		-		-		-	
9	ЛК-6	2	Маркетинговые исследования	1,0		-		-		5,0		5,5 / 2,5	
11	ЛК-7 ЛК-8	2	Маркетинговая программа Международный маркетинг	1,0		-		1,5		-		-	
2	ПЗ-1 ПЗ-2	2 2	Общая характеристика менеджмента Управление торговым предприятием и планирование его деятельности	1,0		0,5		1,5		2,0		2,0	
4	ПЗ-2	4	Управление торговым предприятием и планирование его деятельности	1,0		0,5		1,5		2,0		2,0	
6	ПЗ-3	4	Характеристика потребностей и потребителей	1,0		0,5		1,5		2,0		2,0	
8	ПЗ-3 ПЗ-4	2 2	Характеристика потребностей и потребителей Концепции маркетинга	1,0		0,5		1,5		2,0		2,0	

Нед.	№ ЛК, ПЗ	Час	Тема лекции, практической работы	Рейтинговая оценка									
				посещаемость		ритмичность		отчёт/ кон-спект		защита ПЗ		СР/ защита ИЗ	
				план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
10	ПЗ-4	4	Концепции маркетинга	1,0		0,5		1,5		2,0		2,0	
12	ПЗ-4 ПЗ-5	2 2	Концепции маркетинга Маркетинговая среда организации			0,5		1,5		2,0			
14	ПЗ-5	4	Маркетинговая среда организации			0,5		1,5		2,0			
16	ПЗ-5 ПЗ-6	2 2	Маркетинговая среда организации Процесс планирования маркетинга			0,5		1,5		2,0			
18	ПЗ-6	4	Процесс планирования маркетинга	1,0		0,5		1,5		2,0 / 5,0		5,5 / 2,5	
Итого:		48	Всего:	15,0		4,5		16,5		28,0		16,0	
			Дополнительный рейтинг:	10									
			Максимальный балл к зачёту:	15,0+4,5+15,0+28,0+16,0=80									
			Минимальный балл к зачёту:	60									

Примечание: Посещаемость лекций –1,0 балл;
Посещаемость практических занятий – 1,0 балл;
Проверка наличия конспектов лекций – 1,5 балла;
Ритмичность работы ПЗ – 0,5 балла, отсутствие – 0 баллов, отработка – 0,3балла;
Оформление отчета по ПЗ – 1,5 балла;
Защита отчёта о выполнении практического занятия – 2,0 балла;
Контроль выполнения самостоятельной работы –2,5 балла;
Тестирование – 5,5 баллов;
Защита индивидуального задания – 5,0 балла;
Дополнительные виды работ – 10 баллов;
Минимальный балл для допуска к зачёту – 60 баллов.

Преподаватель: _____ /Б.Ф.Степанов/

Итого:	Балл:	Оценка:

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу дисциплины
Менеджмент и маркетинг
основной профессиональной образовательной программы
НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина
по направлению подготовки 38.03.07 «Товароведение»
профиль «Экспертиза и сертификация»

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.07 «Товароведение», профиль «Экспертиза и сертификация» дисциплина изучается в рамках вариативной части подготовки прикладного бакалавриата.
Разработчик рабочей программы дисциплины (РПД) –доцент кафедры ЭиУ НТИ (филиала) РГУ им.А.Н. Косыгина Степанов Б.Ф.

№ п/п	Критерии оценки РПД	Отметка о соответствии
1	2	3
1	Цели изучения дисциплины	Да
2	Цели соотнесены с общими целями основной профессиональной образовательной программы (ОПОП), в том числе: - имеют междисциплинарный характер, - связаны с задачами воспитания.	Да
3	Прописана связь дисциплины с другими дисциплинами рабочего учебного плана по ОПОП	Да
4	Прописан вклад дисциплины при формировании компетенций (УК-6; ПК-4; ПК-5; ПК-6): - по ФГОС ВО по направлению(ям), - по ОПОП	Да
5	При формировании требований к результатам обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть) учтены результаты обучения, приведённые во ФГОС ВО по направлению(ям)	Да
6	Содержание дисциплины структурировано по видам учебных занятий с указанием их объёмов	Да
7	Расчёт времени в программе соответствует объёму часов, отведённому на изучение дисциплины по учебному плану	Да
8	Представлен тематический план лекций и практических (лабораторных, семинарских) занятий	Да
9	Отражены современные достижения науки применительно к конкретной дисциплине	Да
10	Указано учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе: - перечень основной и дополнительной литературы, электронных ресурсов; - методические рекомендации (материалы) преподавателю; - методические рекомендации студентам.	Да
11	Указаны формы текущего, промежуточного и итогового контроля	Да
12	В приложении к программе приведены фонды оценочных материалов (ФОМ): вопросы для самоконтроля и проверки качества знаний студентов; методические рекомендации по проведению практических занятий; методические рекомендации по выполнению контрольной работы	Да
13	ФОМ содержат материалы, разработанные на основе реальных практических ситуаций, в том числе, связанных со спецификой малого и среднего бизнеса	Да
14	Выявленные недостатки/замечания/рекомендации рецензента: *(необходимость сокращения, дополнения или переработки отдельных частей текста рукописи)*	Нет
15	К процессу разработки и актуализации РПД и учебно-методических материалов дисциплины привлекаются работодатели, ориентированные на выпускников программы: *участие в разработке содержания программы, предоставление исходных материалов для анализа, расчётных программ, фильтров и прочее*	Нет

РПД «Менеджмент и маркетинг» может быть использована для методического обеспечения учебного процесса в рамках основной профессиональной образовательной программы НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина по направлению 38.03.07 «Товароведение», профиль «Экспертиза и сертификация» в представленном виде.

Рецензент:
доцент, канд.экон.наук, доц. кафедры ЭиУ О.А.Сапрыкина