

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ДЕПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**СОГЛАСОВАНО:**

Директор ИПП

Матюшев В.В.

31 марта 2022 г.

**УТВЕРЖДАЮ:**

Ректор

Пыжикова Н.И.

31 марта 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Менеджмент и маркетинг**

ФГОС ВО

по направлению подготовки: *15.03.02 Технологические машины и оборудование*

направленность (профиль): *Машины и аппараты пищевых производств*

Курс 3

Семестр 5

Форма обучения: *очная*

Квалификация выпускника: *бакалавр*

Красноярск, 2022

Составитель: Каменская Н.В., к.с-х.н, доцент «04» 03 2022 г.

Рецензент: Чепелев В.И. к.т.н., доцент

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 15.03.02 «Технологические машины и оборудование»

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 4 «04» 03 2022 г.

Зав. кафедрой: Лукиных В.Ф., д.э.н. доцент «04» 03 2022 г.

### **Лист согласования рабочей программы**

Программа принята методической комиссией института пищевых производств протокол № 7 «25» 03 2022 г.

Председатель методической комиссии: Кох Д.А. к.т.н., доцент «25» 03 2022 г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки 15.03.02 «Технологические машины и оборудование» Невзоров В.Н., д.с-х., наук, профессор «25» 03 2022 г.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

АННОТАЦИЯ.....	3
1. ТРЕБОВАНИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ.....	3
1.1. Внешние и внутренние требования.....	3
1.2. Место дисциплины в учебном процессе.....	3
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ.....	4
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
4.1. Структура дисциплины.....	5
4.2. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины.....	5
4.3. Содержание модулей дисциплины.....	5
4.4. Практические занятия.....	6
4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний.....	6
4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний.....	7
5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ.....	8
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
6.1. Основная литература.....	8
6.2. Дополнительная литература.....	8
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	11
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	11
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	12
10. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	12
Изменения.....	13

## Аннотация

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» относится к блоку 1 вариативной части дисциплины подготовки студентов по направлению подготовки 15.03.02 «Технологические машины и оборудование» направленность (профиль) «Машины и аппараты пищевых производств». Дисциплина реализуется в институте пищевых производств кафедрой Менеджмент в АПК.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-4) профессиональных компетенций (ПК-18; ПК-23) выпускника.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с управлением предприятием с учетом факторов влияния и организацией маркетинговых мероприятий.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме опроса и промежуточный контроль в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия - 16 часов, практические занятия - 34 часа и 58 часов самостоятельной работы студента.

### 1. Требования к дисциплине

#### 1.1. Внешние и внутренние требования

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» включена в ОПОП, в блок 1 дисциплин вариативной части.

Реализация в дисциплине «Менеджмент и маркетинг» требований ФГОС ВО, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению подготовки 15.03.02 «Технологические машины и оборудование» направленность (профиль) «Машины и аппараты пищевых производств», должна формировать следующие компетенции:

ОК-4 - способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности;

ПК-18 - умение составлять техническую документацию (графики работ, инструкции, сметы, планы, заявки на материалы и оборудование) и подготавливать отчетность по установленным формам, подготавливать документацию для создания системы менеджмента качества на предприятии;

ПК-23 - умение составлять заявки на оборудование и запчасти, части, подготавливать техническую документацию на ремонт оборудования.

#### 1.2. Место дисциплины в учебном процессе

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Менеджмент и маркетинг» являются Экономика, Математика, Математические методы в инженерии.

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» является основополагающим для изучения следующих дисциплин: Системы менеджмента безопасности пищевой продукции, Управление качеством пищевой продукции, а также для написания выпускной квалификационной работы.

Особенностью дисциплины является то, что при освоении «Менеджмента и маркетинга», знание менеджмента и маркетинга играет большую роль в формировании профессионального сознания будущего руководителя, навыков эффективного использования теоретических знаний управления в практической деятельности.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

## 2. Цели и задачи дисциплины. Компетенции, формируемые в результате освоения.

Цель дисциплины – приобретение студентами знаний по основным направлениям менеджмента организации, понимание студентами природы и сущности базовых функций менеджмента и формирование навыков принятия управленческих решений как определяющего фактора организационной эффективности

В результате изучения дисциплины студент должен:

### *Знать:*

- исторические этапы становления и развития менеджмента и маркетинга как научного направления;

- современное состояние теории и практики менеджмента и маркетинга;

- основные функции и задачи, решаемые менеджерами на различных уровнях управления организацией;

- комплекс маркетинга;

- методы принятия управленческих решений в области планирования, организации, мотивации и контроля деятельности организации.

### *Владеть:*

- базовой терминологией современного менеджмента и маркетинга;

- методами анализа внутренней и внешней среды с целью выбора эффективных управленческих решений;

- навыками разработки планов развития организации и отдельных подразделений;

- методами руководства коллективом и его мотивации в типовых ситуациях;

- навыками разработки эффективных систем контроля за достижение целей организации.

Реализация в дисциплине «Менеджмент и маркетинг» требований ФГОС ВО, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению подготовки 15.03.02 Технологические машины и оборудование» направленность (профиль) «Машины и аппараты пищевых производств», должна формировать следующие компетенции:

ОК-4 - способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности;

ПК-18 - умение составлять техническую документацию (графики работ, инструкции, сметы, планы, заявки на материалы и оборудование) и подготавливать отчетность по установленным формам, подготавливать документацию для создания системы менеджмента качества на предприятии;

ПК-23 - умение составлять заявки на оборудование и запасные части, подготавливать техническую документацию на ремонт оборудования.

## 3. Организационно-методические данные дисциплины

Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам Таблица 1

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	по семестрам №5
<b>Общая трудоемкость</b> дисциплины по учебному плану	3	108	108
<b>Контактная работа</b>	1,4	50	50
Лекции (Л)		16	16
Практические занятия (ПЗ)		34	34
<b>Самостоятельная работа (СРС)</b> в том числе:	1,6	58	58
самостоятельное изучение тем и разделов		33	33
самоподготовка к текущему контролю знаний		16	16
Подготовка к зачету с оценкой		9	9
<b>Вид контроля:</b>			Зачет с оценкой

#### 4. Структура и содержание дисциплины

##### 4.1. Структура дисциплины

Тематический план

Таблица 2

№	Раздел дисциплины	Всего часов	В том числе			Формы контроля
			лекции	ПЗ	СРС	
1	Модуль 1 Основы менеджмента	50	8	20	22	Зачет с оценкой
2	Модуль 2. Основы маркетинга	49	8	14	27	
	Подготовка к зачету с оценкой	9	-	-	9	
	<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>16</b>	<b>34</b>	<b>58</b>	

##### 4.2. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)
		Л	ПЗ	
<b>Модуль 1 Основы менеджмента</b>	<b>50</b>	<b>8</b>	<b>20</b>	<b>22</b>
Модульная единица 1 Организации и менеджмент	26	4	12	10
Модульная единица 2 Внутренняя и внешняя среда организации	24	4	8	12
<b>Модуль 2 Основы маркетинга</b>	<b>49</b>	<b>8</b>	<b>14</b>	<b>27</b>
Модульная единица 1 Комплекс маркетинга	22	4	4	14
Модульная единица 2 Маркетинговые исследования и мероприятия	27	4	10	13
Подготовка к зачету с оценкой	9			9
<b>ИТОГО</b>	<b>108</b>	<b>16</b>	<b>34</b>	<b>58</b>

##### 4.3. Содержание модулей дисциплины

###### Модуль 1 Основы организации менеджмента

Модуль включает характеристику таких основных понятий курса, как организации и менеджмент. Рассматриваются этапы становления современного менеджмента, анализируются внутренние переменные и внешняя среда организации, ее основные хозяйственно-правовые формы.

Модуль 2 Основы маркетинга. Во втором модуле изучается комплекс маркетинга, особенности проведения маркетинговых исследований.

Содержание лекционного курса

Таблица 4

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1 Основы организации менеджмента		Зачет с оценкой	8
	Модульная единица 1 Организации и менеджмент	Лекция № 1-2 Сущность и характерные черты менеджмента.	опрос	4
	Модульная единица 2 Внутренняя и внешняя среда организации	Лекция №3-4 Структура организации. Внешняя и внутренняя среда организации.	опрос	4
2.	Модуль 2 Основы маркетинга		Зачет с оценкой	8
	Модульная единица 1. Комплекс маркетинга	Лекция № 5 Комплекс маркетинга	опрос	2
		Лекция № 6 Маркетинговые исследования и делегирование полномочий.	опрос	2

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	Модульная единица 2 Маркетинговые исследования и мероприятия	Лекция 7 Маркетинговые исследования	опрос	2
		Лекция №8 Маркетинговые мероприятия	опрос	2
<b>Итого</b>				16

#### 4.4. Практические занятия

Таблица 5

#### Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	<b>Модуль 1 Основы организации менеджмента</b>		<b>Зачет с оценкой</b>	<b>20</b>
	Модульная единица 1 Организации и менеджмент	Занятие № 1. Сущность и содержание дисциплины	опрос	4
		Занятие № 2 – 3. Организации и менеджмент. Организационно-правовые формы организаций	опрос	8
	Модульная единица 2 Внутренняя и внешняя среда организации	Занятие № 4. Внутренние переменные организации	опрос	4
		Занятие № 5. Внешняя среда организации	опрос	4
2	<b>Модуль 2 Основы маркетинга</b>		<b>Зачет с оценкой</b>	<b>14</b>
	Модульная единица 1. Комплексе маркетинга	Занятие № 6. Р маркетинга развитие концепции	опрос	4
	Модульная единица 2. Маркетинговые исследования и мероприятия	Занятие № 7. Маркетинговые исследования	опрос	4
		Занятие № 8. Маркетинговые мероприятия	опрос	6

#### 4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний

Самостоятельная работа студентов (СРС) организуется с целью развития навыков работы с учебной и научной литературой, выработки способности вести научно-исследовательскую работу, а также для систематического изучения дисциплины. Рекомендуются следующие формы организации самостоятельной работы студентов:

- работа над теоретическим материалом, прочитанным на лекциях;
- самостоятельное изучение отдельных разделов дисциплины;
- подготовка к практическим занятиям;
- выполнение контрольных заданий при самостоятельном изучении дисциплины;
- подготовка к зачету.

4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Таблица 6

№ п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и виды самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
<b>Модуль 1. Основы организации менеджмента</b>			<b>22</b>
1	Модульная единица 1 Организации менеджмент	Понятие и сущность менеджмента, подходы к толкованию, история возникновения науки, распространение менеджмента в мире Национальные особенности менеджмента Проблемы современного российского менеджмента Менеджер: понятие, эволюция, необходимые качества, «решетка» менеджмента	2
2		Определение индивидуальных качеств менеджера Характеристика методов управления Самоменеджмент: организация рабочего места менеджера, условий труда и отдыха Эргономические требования по организации рабочего менеджера	2
3		самоподготовка к текущему контролю знаний	6
4	Модульная единица 2. Внутренняя и внешняя среда организации	Организация как субъект менеджмента.	2
5		Среды организации, характеристика внешней среды организации. Внутренняя среда организации.	2
6		Основные принципы построения организационных структур	2
7		Разработка, построение и анализ организационной структуры организации	2
8		самоподготовка к текущему контролю знаний	4
<b>Модуль 2. Основы маркетинга</b>			<b>27</b>
9	Модульная единица 1. Комплекс маркетинга	Структура функций менеджмента, характеристика, взаимосвязь и взаимозависимость функций управления	2
10		Методы стимулирования продаж.	2
11		Комплекс маркетинга	2
12		Сущность международного маркетинга	2
13		Сущность и характеристика подходов к маркетингу	2
14		Содержание маркетинговой деятельности	2
15		самоподготовка к текущему контролю знаний	2
16		Модульная единица 2.	Сущность, виды и формы маркетинговых исследований
17	Маркетинговые исследования и мероприятия	Процесс маркетинговых исследований	2
18		Планирование маркетинга	1
19		Понятие, сущность маркетинговых мероприятий.	2
20		Проведения мероприятий по продвижению товара	2
21		самоподготовка к текущему контролю знаний	4
<b>Подготовка к зачету с оценкой</b>			<b>9</b>
<b>ВСЕГО</b>			<b>58</b>

## 5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 8

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ПЗ	СРС	Вид контроля
ОК-4; ПК-18; ПК-23	1-8	1-8	1-21	Опрос, зачет с оценкой

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1. Основная литература

1. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2013.
2. Теория менеджмента: Учебник для вузов. Стандарт 3-го поколения / Под ред. А.М. Лялина. СПб.: Питер, 2014.
3. Котлер Ф. Маркетинг: Учебник. 4-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ, 2013.

### 6.2. Дополнительная литература

1. Адизес И. Идеальный руководитель. Почему им нельзя стать и что из этого следует / Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.
2. Адизес И. Развитие лидеров: как понять свой стиль управления и эффективно общаться с носителями иных стилей / Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.
3. Адизес И. Стили менеджмента: эффективные и неэффективные / Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2009.
4. Акофф Р. Акофф о менеджменте / Пер. с англ. Под ред. Л.А. Волковой. СПб.: Питер, 2002.
5. Арменакис А.А., Бедиан А.Г. Организационные изменения: обзор теоретических и эмпирических исследований в 90-х годах XX века // Управление изменениями: Хрестоматия. 2-е изд. / Пер. с англ.; Под ред. Г.В. Широковой. СПб.: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2010.
6. Беляков В.Г. Закрытое акционерное общество и общество с ограниченной ответственностью - две формы ведения бизнеса: опыт сравнительного анализа / Вестник Санкт-Петербургского ун-та. 2008. Сер. 8. Вып. 2.
7. Богданов А.А. Тектология. Всеобщая организационная наука: В 2 кн. / Ред. кол. Л.И. Абалкин [и др.], М.: Экономика, 1989 (Экономическое наследие).
8. Веснин В.Р. Управление персоналом. Теория и практика: Учебник. М.: Проспект, 2010.
9. Гольдштейн Г.Я. Менеджмент и маркетинг : Учеб. пособие. 2-е изд., доп. и перераб. Таганрог: ТРТУ, 2003.
10. Гончарук В.А. Алгоритмы преобразований в бизнесе. М.: Дело, 2001 (Маркетинговое консультирование).
11. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 г. N 51-ФЗ (в ред. от 6 декабря 2011 г. N 405-ФЗ).
12. Данкан Р. Какой должна быть организационная структура // Теория организации: Хрестоматия / Пер. с англ.; Под ред. Т.Н. Клеминой. СПб.: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2009.
13. Дафт Р. Теория организации / Пер. с англ. М.: ЮНИТИ, 2006.
14. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке / Пер. с англ. и ред. Н.М. Микарковой. М.: Вильямс, 2000.
15. Друкер П. О профессии менеджера / Пер. с англ. М.: Вильямс, 2009.

16. Друкер П. Практика менеджмента: Учеб. пособие / Пер. с англ. М.: Вильямс, 2009.
17. Дэвис Дж., Маркис К. Будущее организационной теории в начале XXI века: институциональные поля и механизмы / Теория организации: Хрестоматия / Пер. с англ. Под ред. Т.Н. Клеминой. СПб.: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2009.
18. Дэй Д., Лесли К, Лоусон Э. Секрет успешной реорганизации / Вестник McKinsey. 2004. N 2.
19. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры / Пер. с англ. А. Токарева; Под науч. ред. И.В. Андреевой. СПб.: Питер, 2001.
20. Катценбах Дж. Истинные лидеры преобразований / Вестник McKinsey. 2002. N 1.
21. Кетеле де Врис М. Мистика лидерства. Развитие эмоционального интеллекта / Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
22. Классики менеджмента / Под ред. М. Уорнера; Пер. с англ. Ю.Н. Каптуревского. СПб.: Питер, 2001.
23. Клемина Т.Н. Заботы и тревоги теории организации // Российский журнал менеджмента. 2007. Т. 5. N 4.
24. Компания - создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах / И. Нонака, Х. Такеучи. М.: Олимп-бизнес, 2003.
25. Константинов Г., Лишниц И., Филонович С. Как выбраться из ловушки молодости // Эксперт. 2002. N 8.
26. Корицкий Э.Б. Организационные идеи А.А. Богданова и их резонанс. К 130-летию А.А. Богданова // Российский журнал менеджмента. 2003. N 2.
27. Корпорации в России: Правовой статус и основы деятельности: Учеб. пособие / С.Д. Могилевский, И.А. Самойлов. М.: Дело, 2006.
28. Крейнер С. Бизнес-путь: Джек Уэлч. 10 секретов величайшего в мире владельца менеджмента. СПб.: Крылов, 2004.
29. Кристофферсон С., Макнил Р., Снас Д. "Проклятие победителя": ошибки следствий // The McKinsey Quarterly. 2004. N 2.
30. Кушелевич Е.И., Филонович С.Р. Модели жизненных циклов организаций. В кн.: Менеджмент: век XX - век XXI / Под ред. О.С. Виханского, А.И. Наумова. М.: Экономика, 2004.
31. Малыженков П.В. Изменения внешней среды предприятия и способы управления, основанные на знаниях // Вестник Нижегородского гос. ун-та им. Н.И. Лобачевского. 2004. N 2.
32. Маршев В.И. История управленческой мысли. М.: Инфра-М, 2010 (Учебники ЭФ МГУ им. Ломоносова).
33. Минцберг Г. Менеджмент: природа и структура организаций глазами гуру / Пер. с англ. М.: Эксмо, 2009.
34. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации / Пер. с англ. СПб.: Питер, 2011.
35. Михненко П.А. Как стать успешным. М.: ИТ Пресс, 2006.
36. Михненко П.А. Как я учился деловому общению. М.: ИТ Пресс, 2005.
37. Михненко П.А. Модель адаптивной организационной системы // Менеджмент в России и за рубежом. 2008. N 3. С. 3 - 10.
38. Михненко П.А. Прикладные задачи менеджмента и маркетинга с решениями в MS Excel. М.: Изумруд, 2005.
39. Михненко П.А. Принцип распределенной ответственности в системе организационных изменений // Экономический анализ. Теория и практика. 2010. N 23 (188).
40. Михненко П.А. Секреты эффективных бизнес-решений. М.: ИТ Пресс, 2007.
41. Михненко П.А. Синектика. Немного творчества // Новости менеджмента. 2010. N 4. С. 62 - 68.
42. Михненко П.А. Теория менеджмента: Учебник. М.: МФПУ "Синергия", 2012.
43. Михненко П.А. Экспертные оценки // Новости менеджмента. 2010. N 5. С. 5 - 14.

44. Пельсон Б. Библия менеджмента / Пер. с англ. М.: Вильямс, 2006.
45. Объяснение развития и изменений в организациях // Управление изменениями: Хрестоматия. 2-е изд. / Э.Э. Ван-де-Вен, М.С. Пул; Пер. с англ.; Под ред. Г.В. Широковой. СПб.: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2010.
46. Менеджмент и маркетинг / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. М.: Вильямс, 2008.
47. Менеджмент и маркетинг / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; Пер. с англ. 3-е изд. М.: Вильямс, 2008.
48. Пенроуз Э. Биологические аналогии в теории фирмы // Управление изменениями: Хрестоматия. 2-е изд. / Пер. с англ.; Под ред. Г.В. Широковой. СПб.: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2010.
49. Персональный менеджмент: Учебник / С.Д. Резник [и др.]. 2-е изд. М.: Инфра-М, 2004.
50. Практикум по менеджменту: деловые игры: Учеб. пособие / Д.Д. Вачугов, В.Р. Веснин, Н.А. Кислякова; Под ред. Д.Д. Вачугова. 2-е изд. М.: Высшая школа, 2011.
51. Рубин Ю.Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. 2-е изд. М.: Маркет ДС, 2006.
52. Рубин Ю.Б. Курсы профессионального предпринимательства: Учебник. 12-е изд., перераб. и доп. М.: МФПУ "Синергия", 2012.
53. Рубин Ю.Б. Основы бизнеса: Учебник. 10-е изд. М.: Маркет ДС, 2008.
54. Рубин Ю.Б. Предпринимательство: Учебник. 13-е изд., перераб. и доп. М.: МФПУ "Синергия", 2014. (Университетская серия).
55. Руус Й. Интеллектуальный капитал: практика управления. 2-е изд. СПб.: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2008.
56. Семенов И. Стадии развития организации // Управление персоналом, 2001, № 4.
57. Сенге П. Пятая дисциплина. Искусство и практика самообучающихся организаций / Пер. с англ. М.: Олимп-Бизнес, 2003.
58. Таранов П.С. Приемы влияния на людей. М.: ФАИР, 2007.
59. Теория организации: Учеб. пособие / В.Н. Парахина, Т.М. Федоренко. М., 2007.
60. Управление изменениями: Хрестоматия. 2-е изд. / Пер. с англ.; Под ред. Г.В. Широковой. СПб.: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2010.
61. Управление – это наука и искусство: А. Файоль, Г. Эмерсон, Ф. Тэйлор, Г. Форд / Сост. Г.Л. Подвойский. М.: Республика, 1992.
62. Управленческие решения: Учебник по специальности "Менеджмент организации" / Л.И. Лукичева, Д.П. Егорычев; Под ред. Ю.П. Анискина. М.: Омега-Л, 2006.

### 6.3 Программное обеспечение

- Windows Russian Upgrade Академическая лицензия №44937729 от 15.12.2008 15;
- Office 2007 Russian OpenLicensePack Академическая лицензия №44937729 от 15.12.2008;
- Офисный пакет LibreOffice 6.2.1 - Бесплатно распространяемое ПО;
- Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный Russian Edition на 1000 пользователей на 2 года (Educational License) Лицензия 1800-191210-144044- 563-2513 с 10.12.2019 до 17.12.2021;
- Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах - Лицензионный договор №158 от 03.04.2019 «Антиплагиат ВУЗ»;
- Moodle 3.5.6a (система дистанционного образования) - Бесплатно распространяемое ПО;
- Библиотечная система «Ирбис 64» (web версия) - Договор сотрудничества.

### 6.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)

- «Национальная электронная библиотека» Договор № 101/НЭБ/2276 о предоставлении доступа от 06.06.2017 с ФГБ «РГБ» (доступ до 06.06.2022).
- Электронно-библиотечная система «Агрилиб» Лицензионный договор № ППД 31/17 от 12.05.2017 ФГБОУ ВО «РГАЗУ» (с автоматической пролангацией)
- Научные журналы Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU
- Библиотека Красноярского ГАУ <http://www.kgau.ru/new/biblioteka>
- Справочная правовая система «Консультант+»
- Электронный каталог научной библиотека КрасГАУ Web ИРБИС. Договор сотрудничества.

## КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Т.О.Б. и П.П. Направление подготовки (специальность) 15.03.02Дисциплина Маркетинг и менеджмент

Вид занятий	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания		Место хранения		Необходимое количество экз.	Количество во экз. в вузе
					Печ.	Электр.	Библ.	Каф.		
Лекции, практические занятия	2	3	4	6	7	8	9	10	1	2
	Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры	И. В. Липсиц [и др.]; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер	Москва, Юрайт	2019		+	+			http://biblionline.ru/bcode/432976
	Менеджмент: учебник и практикум для прикладного бакалавриата	И. А. Иванова, А. М. Сергеев.	М.: Юрайт	2019		+	+			http://biblionline.ru/bcode/445032
	Маркетинг: учебник и практикум для академического бакалавриата	Л. А. Данченко [и др.]; под редакцией Л. А. Данченко.	М.: Юрайт	2019		+	+			http://biblionline.ru/bcode/432049
	Основы менеджмента: учебное пособие для вузов — 2-е изд., испр. и доп.	А. А. Одинцов	М.: Юрайт	2019		+	+			http://biblionline.ru/bcode/437847

Директор Научной библиотеки 

## 9. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения дисциплины

Рабочая программа предусматривает возможность обучения в рамках традиционной поточно-групповой системы обучения. При поточно-групповой системе обучения последовательность изучения учебно-образовательных модулей определяется его номером.

На кафедре внедрена рейтинг-модульная система обучения. При введении кредитно-модульной системы обучения сформирован учебный план таким образом, чтобы он обеспечивал студентам возможность:

- изучения отдельных модулей в различные расширенные временные интервалы и различной последовательности

- выбора студентом преподавателя для освоения того или иного модуля;

- формирования студентом индивидуальных учебных планов.

Студенты перед началом изучения дисциплины должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценки.

При переходе студента в другой вуз полученные им кредиты и баллы по отдельным модулям зачитываются. Для этого студенту выдается справка о набранных кредитах и баллах, а при официальном запросе – программа освоенного модуля и копии оценочных листов по нему. Оценочные листы балльно-рейтингового контроля подписываются студентом и преподавателем (ями) с указанием даты его проведения.

## 10. Образовательные технологии

Таблица 9

Название раздела дисциплины или отдельных тем	Вид занятия	Используемые образовательные технологии	Часы
Модуль 1-2	Л	Тестирование «Исследование профессионально важных качеств для профессии системы "человек-человек"»	16 / 4
	ИЗ	Деловая игра "Мобильность организационной структуры"	34 / 8
<b>Итого / их них в интерактивной форме</b>			<b>50 / 12</b>

## ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии
27.03.2018	Раздел 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	На 2018-2019 уч. год обновлены литература, программное обеспечение и информационные ресурсы по дисциплине	Изменения рассмотрены на методической комиссии института пищевых производств № 7 от 27.03.2018г.

Председатель методической комиссии ИПП:

Кох Д.А., к.т.н., доцент

(ФИО, ученая степень, ученое звание)



(подпись)

## ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии
27.03.2019	Раздел 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	На 2019-2020 уч. год обновлены литература, программное обеспечение и информационные ресурсы по дисциплине.	Изменения рассмотрены на методической комиссии института пищевых производств № 7 от 27.03.2019г.

Председатель методической комиссии ИПП:

Кох Д.А., к.т.н., доцент

(ФИО, ученая степень, ученое звание)



(подпись)

## ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии
27.03.2020	Раздел 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	На 2020-2021 уч. год обновлены литература, программное обеспечение и информационные ресурсы по дисциплине.	Изменения рассмотрены на методической комиссии института пищевых производств № 7 от 27.03.2020г.

Председатель методической комиссии ИПП:

Кох Д.А., к.т.н., доцент

(ФИО, ученая степень, ученое звание)



(подпись)

## РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины «Менеджмент и маркетинг»  
15.03.02 «Технологические машины и оборудование» профиль  
подготовки «Машины и аппараты пищевых производств»

Рабочая программа по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» 15.03.02 «Технологические машины и оборудование» профиль подготовки «Машины и аппараты пищевых производств» составлена в соответствии с требованиями Государственного стандарта ВО.

В данной программе определены цели и задачи данной учебной дисциплины, перечень тем и разделов, которые должны изучить студенты, а также основные требования к уровню подготовки и объему знаний, которым они должны обладать по каждой из перечисленных тем.

Согласно программе основной целью дисциплины является приобретение студентами знаний по основным направлениям менеджмента и маркетинга, понимание студентами природы и сущности базовых функций менеджмента и специализированных функций маркетинга, формирование навыков принятия управленческих решений как определяющего фактора организационной эффективности.

Программа отвечает современным требованиям в обучении в практическому овладению прикладными методами организации товародвижения и продвижения инноваций.

Программа содержит все необходимые темы, обеспечивающие требования качественной подготовки учащихся.

В программе четко определены модули и темы, содержание учебного материала, а также знания, умения и навыки, которыми должен овладеть магистр, показано распределение учебных часов по модулям учебной дисциплины.

Содержание программы соответствует государственным требованиям к минимуму содержания и уровню подготовки бакалавров по направлению подготовки 15.03.02 «Технологические машины и оборудование» и может быть рекомендована для высших учебных заведений.

Рецензент: к.т.н., доцент  
Управляющий директор  
ИИТ Королева Т.Н.



/ В.И. Чепелев