Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 06.10.2026 20:38:33
Уникальный программный ключ:
faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет экономики и управления

Кафедра Маркетинга, сервиса и туризма

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____Л.И. Задорожная
«_____» _____ 20___г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине	**К.М.01.05 Управление и маркетинг в отрасли**
по направлению подготовки	19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания
по профилю подготовки (специализации)	Технология продуктов общественного питания
квалификация (степень) выпускника	бакалавр
форма обучения	Очная, Заочная,
год начала подготовки	2026

Майкоп

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана МГТУ по направлению подготовки (специальности) 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания

Составитель рабочей программы:

доцент кафедры маркетинга, сервиса и туризма , доц., канд. экон. наук	Подписано простой ЭП 12.05.2026	Калашникова Светлана Валентиновна
(должность, ученое звание, степень)	(подпись)	(Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры:

Маркетинга, сервиса и туризма
(название кафедры)

Заведующий кафедрой:

23.05.2026	Подписано простой ЭП 23.05.2026	Кумпилова Анжелика Руслановна
	(подпись)	(Ф.И.О.)

Согласовано:

Руководитель ОПОП
заведующий выпускающей кафедрой
по направлению подготовки (специальности)

10.06.2026	Подписано простой ЭП 10.06.2026	Хатко Зурет Нурбиевна
	(подпись)	(Ф.И.О.)

Согласовано:

НБ МГТУ
(название подразделения)

21.05.2026	Подписано простой ЭП 21.05.2026	И. Б. Берберьян
	(подпись)	(Ф.И.О.)

1. Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины «Управление и маркетинг в отрасли» является освоение студентами теоретических знаний в области применения методов и приемов менеджмента и маркетинга в отрасли; формирование компетенций, позволяющих принимать эффективные решения в профессиональной деятельности бакалавров по отдельным профилям подготовки

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи:**

- дать представление об использовании методов, приемов менеджмента в отрасли;

- дать представление об использовании методов, приемов маркетинга в отрасли;

- обучить способам разработки программ развития отрасли;

- овладеть знаниями об основных составляющих успеха функционирования отрасли.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП по направлению подготовки (специальности)

Дисциплина входит в перечень курсов вариативной части Блока 1 и дает необходимые знания о специфике использования приемов менеджмента и маркетинга в сфере общественного питания.

В процессе изучения дисциплины «Управление и маркетинг в отрасли» студенты используют знания, полученные при изучении таких дисциплин как «Экономика», «Менеджмент», «Товароведение продовольственных товаров», «Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания», «Экономика и организация производства» и др.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей(их) компетенции(й):

ПКУВ-1.1	Управляет материальными ресурсами и персоналом департаментов (служб, отделов) предприятия питания
ПКУВ-1.2	Взаимодействует с потребителями и заинтересованными сторонами
ПКУВ-1.3	Контролирует и оценивает эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) предприятия питания
ПКУВ-2.1	Проводит экономическую оценку эффективности результатов профессиональной деятельности.
ПКУВ-2.2	Определяет экономические показатели для оценки эффективности маркетинговой деятельности

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

		Формы контроля (количество)		Виды занятий					Итого часов	з.е.
		Эк	Контр	Лек	Пр	КРАт	Контроль	СР		
Курс 4	Сем. 8	1	1	30	30	0.35	44.65	39	**144**	4

Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.

		Формы контроля (количество)		Виды занятий					Итого часов	з.е.
		Эк	Контр	Лек	Пр	КРАт	Контроль	СР		
Курс 4	Сем. 8	1	1	8	6	0.35	8.65	121	**144**	

5. Структура и содержание учебной и воспитательной деятельности при реализации дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)								Формы текущего/промежуточной контроля успеваемости текущего (по неделям семестра), промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАт	Контроль	СР	СЗ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
8	Тема 1. Основные характеристики предприятия и обоснование необходимости управления предприятием.	1	2		2				3		Блиц-опросТестирование
8	Тема 2. Основные функции управления предприятием.	2	2		2				3		Блиц-опросТестирование
8	Тема 3. Роль стратегического планирования, анализ макро- и микросреды при выборе стратегических альтернатив.	2	2		2				3		Блиц-опросТестирование
8	Тема 4. Управление персоналом, эффективность управления группами.	3	2		2				3		Блиц-опросТестирование
8	Тема 5. Требования к современному менеджеру.	4	2		2				3		Блиц-опросТестирование
8	Тема 6. Управление маркетингом, как подсистема управления.	4	2		2				3		Блиц-опросТестирование
8	Тема 7. Изучение рыночных возможностей.	5	2		2				3		Блиц-опросТестирование
8	Тема 8. Маркетинговые исследования в отрасли.	5-6	2		2				3		Блиц-опросТестирование
8	Тема 9. Сущность и этапы сегментации рынка.	7	4		4				3		Блиц-опросТестирование
8	Тема 10. Товары и цены: принятие решений.	8	4		4				3		Блиц-опросТестирование
8	Тема 11. Продвижение товара, стимулирование сбыта, роль рекламы.	9	2		2				3		Блиц-опросТестирование
8	Тема 12. Планирование маркетинговой деятельности предприятия.	9	2		2				2		Блиц-опросТестирование
8	Тема 13. Структура маркетинговой службы.	10	1		1				2		Блиц-опросТестирование
8	Тема 14. Эффективность маркетинговой деятельности предприятия.	10	1		1				2		Блиц-опросТестирование
8	Промежуточная аттестация						0,35	44,65			Экзамен
	ИТОГО:		**30**		**30**		**0.35**	**44.65**	**39**		

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАт	Контроль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11
8	Тема 1. Основные характеристики предприятия и обоснование необходимости управления предприятием.	2		2				8	
8	Тема 2. Основные функции управления предприятием.	2		2				8	
8	Тема 3. Роль стратегического планирования, анализ макро- и микросреды при выборе стратегических альтернатив.	2		2				8	
8	Тема 4. Управление персоналом, эффективность управления группами.							8	
8	Тема 5. Требования к современному менеджеру.							8	
8	Тема 6. Управление маркетингом, как подсистема управления.							8	
8	Тема 7. Изучение рыночных возможностей.							8	
8	Тема 8. Маркетинговые исследования в отрасли.	2						8	
8	Тема 9. Сущность и этапы сегментации рынка.							8	
8	Тема 10. Товары и цены: принятие решений.							8	
8	Тема 11. Продвижение товара, стимулирование сбыта, роль рекламы.							11	
8	Тема 12. Планирование маркетинговой деятельности предприятия.							10	
8	Тема 13. Структура маркетинговой службы.							10	
8	Тема 14. Эффективность маркетинговой деятельности предприятия.							10	
8	Промежуточная аттестация: экзамен					0,35	8,65		
	ИТОГО:	**8**		**6**		**0.35**	**8.65**	**121**	

5.4. Содержание разделов дисциплины (модуля) «Управление и маркетинг в отрасли», образовательные технологии

Лекционный курс

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
8	Тема 1. Основные характеристики предприятия и обоснование необходимости управления предприятием.	2	2		Управление и его элементы. Менеджмент в системе управления. Понятие, сущность, цели и задачи менеджмента. Методологические основы менеджмента.	ПКУВ-1.1; ПКУВ-2.1;	Знать: цели и задачи, инструменты менеджмента и маркетинга. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками давать определения к основным понятиям курса	Лекция-беседа
8	Тема 2. Основные функции управления предприятием.	2	2		Функции управления предприятием. Сущность методов управления. Экономические методы управления. Организационно-распорядительные методы управления. Социально-психологические методы управления.	ПКУВ-1.1; ПКУВ-1.2; ПКУВ-1.3;	Знать: основные функции и методы управления предприятием. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: использовать различные методы при решении задач.	Слайд-лекция
8	Тема 3. Роль стратегического планирования, анализ макро- и микросреды при выборе стратегических альтернатив.	2	2		Планирование деятельности предприятия. Содержание стратегического планирования. Оперативный план. Последовательность разработки планов. Анализ среды функционирования предприятия. Бюджет маркетинга. Алгоритм составления маркетинговой программы. Контроль, оценка и аудит.	ПКУВ-1.1; ПКУВ-1.2; ПКУВ-2.1;	Знать: содержание стратегического планирования, факторы макро- и микросреды предприятия. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками сбора и анализа информации.	Лекция-беседа
8	Тема 4. Управление персоналом,	2			Сущность кадрового менеджмента.	ПКУВ-1.1; ПКУВ-1.3;	Знать: Сущность кадрового менеджмента.	Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	эффективность управления группами.				Управление персоналом предприятий, качеством труда и продукции. Система управления кадрами. Подбор и оценка кадров управления. Адаптация кадров. Судьба «неперспективных» сотрудников.		Уметь: проводить аналитическую работу по оценке динамики социально-экономической обстановки и конкретных форм управления. Владеть: давать рекомендации по совершенствованию деятельности предприятия используя методологические основы менеджмента и маркетинга	
8	Тема 5. Требования к современному менеджеру.	2			Функциональные требования. Основные сервисные требования. Дополнительные сервисные требования. Предвидеть, организовывать, распоряжаться, координировать, гармонизировать, контролировать.	ПКУВ-1.1; ПКУВ-1.2; ПКУВ-1.3;	Знать: какие требования предъявляются к менеджерам в современном мире. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками сбора и анализа информации.	Слайд-лекция
8	Тема 6. Управление маркетингом, как подсистема управления.	2			Понятие «Управления маркетингом». Управление деятельностью. Управление функцией. Управление спросом.	ПКУВ-1.2; ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2;	Знать: сущность и основные направления управления маркетингом. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками сбора и анализа информации	Лекция-беседа
8	Тема 7. Изучение рыночных возможностей.	2			Процесс управления маркетингом. Постановка задач. Анализ рыночных возможностей. Отбор целевых рынков. Разработка комплекса маркетинга. Претворение в жизнь маркетинговых мероприятий.	ПКУВ-1.2; ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2;	Знать: этапы процесса управления маркетингом. Уметь: проводить аналитическую работу по оценке состояния деловой среды предприятия. Владеть: давать рекомендации по совершенствованию деятельности предприятия используя методологические основы менеджмента и	Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
							маркетинга.	
8	Тема 8. Маркетинговые исследования в отрасли.	2	2		Информация в исследовании рынков. Основные направления маркетинговых исследований рынка: исследование рекламы, исследование продукта, исследование сбыта и структуры конкуренции. Объект и предмет изучения в маркетинговом исследовании. Маркетинговая информационная система предприятия: сущность, понятие, элементы, принципы организации.	ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2;	Знать: особенности и этапы проведения маркетинговых исследований. Уметь: практически использовать навыки маркетинговых исследований. Владеть: давать рекомендации по совершенствованию деятельности предприятия.	Слайд-лекция
8	Тема 9. Сущность и этапы сегментации рынка.	4			Сегментация как средство выбора наиболее перспективного целевого рынка. Принципы и методы сегментации рынка. Этапы сегментации. Основные этапы выбора целевого рынка: определение потенциала сегмента рынка; оценка доступности и существенности сегмента; анализ возможности освоения сегмента рынка. Рыночная ниша и рыночное окно. Позиционирование товара на рынке. Выбор стратегии охвата рынка.	ПКУВ-1.3; ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2;	Знать: основные этапы выбора целевого рынка, особенности выбора стратегии. Уметь: практически использовать навыки сегментации рынка. Владеть: давать рекомендации по совершенствованию деятельности предприятия используя методологические основы менеджмента и маркетинга.	Лекция-беседа
8	Тема 10. Товары и цены: принятие решений.	4			Товарная политика: сущность, значение и основное содержание. Формирование товарной политики предприятия. Структура и уровни товара. Жизненный цикл товара: понятие, этапы, моделирование. Цена в	ПКУВ-1.2; ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2;	Знать: основы разработки товарной и ценовой политики и стратегии предприятия. Уметь: практически использовать навыки маркетинговых исследований Владеть: навыками сбора и анализа информации.	Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					комплексе маркетинга предприятия. Понятие ценовой политики, ее роль и значение. Внешние факторы, определяющие процесс ценообразования.			
8	Тема 11. Продвижение товара, стимулирование сбыта, роль рекламы.	2			Стратегические решения в области коммуникаций предприятия. Цели и средства маркетинговых коммуникаций. Процесс маркетинговых коммуникаций предприятия. Комплекс маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, Паблик Рилейшнз, личные продажи. Содержание составляющих элементов. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций.	ПКУВ-1.1; ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2;	Знать: этапы процесса маркетинговых коммуникаций предприятия, элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. Уметь: практически использовать навыки маркетинговых исследований Владеть: навыками сбора и анализа информации.	Лекция-беседа
8	Тема 12. Планирование маркетинговой деятельности предприятия.	2			Сущность, содержание и этапы стратегического маркетингового планирования. Концепция и задачи предприятия. Ситуационный анализ как основа разработки стратегии. Формирование маркетинговых целей предприятия. План развития хозяйственного портфеля. Использование стратегических моделей в разработке маркетинговой стратегии. Разработка альтернативных стратегий роста в бизнесе.	ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2; ПКУВ-1.3;	Знать: сущность, содержание и этапы стратегического маркетингового планирования. Уметь: практически использовать навыки маркетинговых исследований Владеть: давать рекомендации по совершенствованию деятельности предприятия используя методологические основы менеджмента и маркетинга	Лекция-беседа
8	Тема 13. Структура маркетинговой службы.	1			Типовое положение и организационные структуры службы маркетинга. Функциональная организация службы	ПКУВ-1.1; ПКУВ-1.3;	Знать: опыт маркетинга и менеджмента в России и за рубежом. Уметь: находить и оценивать новые рыночные возможности и	Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					маркетинга. Организация по географическому принципу. Организация по товарному принципу. Организация по рыночному типу. Организация по товарно-рыночному типу или матричному типу.		формулировать бизнес-идею. Владеть: навыками сбора и анализа информации.	
8	Тема 14. Эффективность маркетинговой деятельности предприятия.	1			Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия. Показатели, характеризующие эффективность маркетинговых решений. Пути повышения эффективности маркетинга.	ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2;	Знать: особенности и пути повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятия. Уметь: проводить аналитическую работу по оценке состояния деловой среды предприятия, эффективности маркетинга. Владеть: навыками сбора и анализа информации.	Слайд-лекция
	ИТОГО:	**30**	**8**					

5.5. Практические занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Сем	№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Объем в часах		
			ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6
8	Тема 1. Основные характеристики предприятия и обоснование необходимости управления предприятием.	Управление и его элементы.	2	2	
8	Тема 2. Основные функции управления предприятием.	Функции управления предприятием.	2	2	
8	Тема 3. Роль стратегического планирования, анализ макро- и микросреды при выборе стратегических альтернатив.	Планирование деятельности предприятия.	2	2	
8	Тема 4. Управление персоналом, эффективность управления группами.	Управление персоналом предприятий, качеством труда и продукции.	2		
8	Тема 5. Требования к современному менеджеру.	Профессиональные и сервисные требования к современному менеджеру.	2		
8	Тема 6. Управление маркетингом, как подсистема управления.	Понятие «Управления маркетингом».	2		
8	Тема 7. Изучение рыночных возможностей.	Анализ рыночных возможностей.	2		
8	Тема 8. Маркетинговые исследования в отрасли.	Основные направления маркетинговых исследований рынка: исследование рекламы, исследование продукта, исследование сбыта и структуры конкуренции.	2		
8	Тема 9. Сущность и этапы сегментации рынка.	Сегментация как средство выбора наиболее перспективного целевого рынка.	4		
8	Тема 10. Товары и цены: принятие решений.	Товарная политика: сущность, значение и основное содержание. Цена в комплексе маркетинга.	4		
8	Тема 11. Продвижение товара, стимулирование сбыта, роль рекламы.	Стратегические решения в области коммуникаций предприятия. Процесс маркетинговых коммуникаций предприятия.	2		
8	Тема 12. Планирование маркетинговой деятельности предприятия.	Сущность, содержание и этапы стратегического маркетингового планирования. Ситуационный анализ как основа разработки стратегии.	2		
8	Тема 13. Структура маркетинговой службы.	Типовое положение и организационные структуры службы маркетинга. Функциональная организация службы маркетинга.	1		
8	Тема 14. Эффективность маркетинговой деятельности предприятия.	Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия. Пути повышения эффективности маркетинга.	1		
	ИТОГО:		**30**	**6**	

Симуляционные занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.6. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.7. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Учебным планом не предусмотрено

5.8. Самостоятельная работа студентов

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

Сем	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах		
				ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6	7
8	Тема 1. Основные характеристики предприятия и обоснование необходимости управления предприятием.	Составление плана-конспектаПодготовка докладов, ответов на вопросыРешение тестовых заданий	в течение семестра	3	8	
8	Тема 2. Основные функции управления предприятием.	Составление плана-конспектаПодготовка докладов, ответов на вопросыРешение тестовых заданий	в течение семестра	3	8	
8	Тема 3. Роль стратегического планирования, анализ макро- и микросреды при выборе стратегических альтернатив.	Составление плана-конспектаПодготовка докладов, ответов на вопросыРешение тестовых заданий	в течение семестра	3	8	
8	Тема 4. Управление персоналом, эффективность управления группами.	Составление плана-конспектаПодготовка докладов, ответов на вопросыРешение тестовых заданий	в течение семестра	3	8	
8	Тема 5. Требования к современному менеджеру.	Составление плана-конспекта Подготовка докладов, ответов на вопросы Решение тестовых заданий	в течение семестра	3	8	
8	Тема 6. Управление маркетингом, как подсистема управления.	Составление плана-конспектаПодготовка докладов, ответов на вопросыРешение тестовых заданий	в течение семестра	3	8	
8	Тема 7. Изучение рыночных возможностей.	Составление плана-конспекта Подготовка докладов, ответов на вопросы Решение тестовых заданий	в течение семестра	3	8	
8	Тема 8. Маркетинговые исследования в отрасли.	Составление плана-конспекта Подготовка докладов, ответов на вопросы Решение тестовых заданий	в течение семестра	3	8	
8	Тема 9. Сущность и этапы сегментации рынка.	Составление плана-конспекта Подготовка докладов, ответов на вопросы Решение тестовых заданий	в течение семестра	3	8	
8	Тема 10. Товары и цены: принятие решений.	Составление плана-конспекта Подготовка докладов, ответов на вопросы Решение тестовых заданий	в течение семестра	3	8	

Сем	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах		
				ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6	7
8	Тема 11. Продвижение товара, стимулирование сбыта, роль рекламы.	Составление плана-конспекта Подготовка докладов, ответов на вопросы Решение тестовых заданий	в течение семестра	3	11	
8	Тема 12. Планирование маркетинговой деятельности предприятия.	Составление плана-конспекта Подготовка докладов, ответов на вопросы Решение тестовых заданий	в течение семестра	2	10	
8	Тема 13. Структура маркетинговой службы.	Составление плана-конспекта Подготовка докладов, ответов на вопросы Решение тестовых заданий	в течение семестра	2	10	
8	Тема 14. Эффективность маркетинговой деятельности предприятия.	Составление плана-конспекта Подготовка докладов, ответов на вопросы Решение тестовых заданий	в течение семестра	2	10	
	ИТОГО:			**39**	**121**	

5.9. Календарный график воспитательной работы по дисциплине

Учебным планом не предусмотрено

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

6.1. Методические указания (собственные разработки)

Название	Ссылка
Методические указания по изучению дисциплины "Управление и маркетинг в отрасли" [Электронный ресурс]: для студентов всех форм обучения, направления подготовки бакалавров 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания, профиля подготовки Технология продуктов общественного питания [составитель Калашникова С.В.]. – Майкоп, 2017. - 44 с.	http://lib.mkgtu.ru:8002/utils/libdata.php?id=2100051502&DOK=0942B3&BASE= 0007AA

6.2. Литература для самостоятельной работ

Название	Ссылка
Басовский, Л. Е. Маркетинг : учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 233 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/18431. - ISBN 978-5-16-019248-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1913238. – Режим доступа: по подписке.	https://znanium.com/catalog/document?id=434658
Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 337 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019076-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2084408. – Режим доступа: по подписке.	https://znanium.com/catalog/document?id=432228
Романов, А. А. Маркетинг : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - 4-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 438 с. - ISBN 978-5-394-04863-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2083016	https://znanium.ru/catalog/document?id=431632
Жабина, С. Б. Маркетинг продукции и услуг в общественном питании : учебник для вузов / С. Б. Жабина. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 258 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18828-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/563740	https://urait.ru/bcode/563740

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ПКУВ-1.1 Управляет материальными ресурсами и персоналом департаментов (служб, отделов) предприятия питания			
56	67		Технология продукции общественного питания
7	8		Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания
8	8		Управление и маркетинг в отрасли
8	9		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
6	7		Технологическая практика
8	9		Преддипломная практика, в том числе научно-исследовательская работа
ПКУВ-1.2 Взаимодействует с потребителями и заинтересованными сторонами			
56	67		Технология продукции общественного питания
7	8		Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания
4	5		Современные формы обслуживания
8	8		Управление и маркетинг в отрасли
8	9		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
6	7		Технологическая практика
8	9		Преддипломная практика, в том числе научно-исследовательская работа
ПКУВ-1.3 Контролирует и оценивает эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) предприятия питания			
56	67		Технология продукции общественного питания
7	8		Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания
8	8		Управление и маркетинг в отрасли
8	9		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
6	7		Технологическая практика
8	9		Преддипломная практика, в том числе научно-исследовательская работа
ПКУВ-2.1 Проводит экономическую оценку эффективности результатов профессиональной деятельности.			
8	8		Менеджмент
5	5		Экономика и организация производства
8	8		Управление и маркетинг в отрасли

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
8	9		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
6	6		Технологическое предпринимательство
6	7		Технологическая практика
8	9		Преддипломная практика, в том числе научно-исследовательская работа
ПКУВ-2.2 Определяет экономические показатели для оценки эффективности маркетинговой деятельности			
8	8		Менеджмент
5	5		Экономика и организация производства
8	8		Управление и маркетинг в отрасли
8	9		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
6	6		Технологическое предпринимательство
6	7		Технологическая практика
8	9		Преддипломная практика, в том числе научно-исследовательская работа

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-1: Управление текущей деятельностью департаментов (служб, отделов) предприятия питания					
ПКУВ-1.1 Управляет материальными ресурсами и персоналом департаментов (служб, отделов) предприятия питания					
Знать: законодательство Российской Федерации, регулирующее деятельность предприятий питания, трудовое законодательство Российской Федерации, теории мотивации и обеспечения лояльности персонала, основы организации деятельности предприятий питания, основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных, специализированные компьютерные программы, используемые на предприятиях	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тест, конспект, доклад, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
питания, основы финансового, бухгалтерского и статистического учета на предприятиях питания.					
Уметь: оценивать материальные ресурсы департаментов (служб, отделов), действия, функциональных возможностей персонала департаментов (служб, отделов), планировать текущую деятельность департаментов (служб, отделов) предприятия питания, координировать и контролировать деятельности департаментов (служб, отделов), осуществлять планирование и организацию деятельности департаментов (служб, отделов) предприятия питания, осуществлять координацию и контроль, проводить оценку эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) предприятия питания.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: стратегическими и тактическими методами анализа потребности умения департаментов (служб, отделов) предприятия питания в материальных и трудовых ресурсах, навыками деловых и межличностных коммуникаций, проведения совещаний в трудовом коллективе, английским	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
языком или другим иностранным языком с учетом характеристик постоянных клиентов предприятия питания.					
ПКУВ-1: Управление текущей деятельностью департаментов (служб, отделов) предприятия питания					
ПКУВ-1.2 Взаимодействует с потребителями и заинтересованными сторонами					
Знать: законодательство Российской Федерации, регулирующее деятельность предприятий питания, трудовое законодательство Российской Федерации, теории мотивации и обеспечения лояльности персонала, основы организации деятельности предприятий питания, основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных, специализированные компьютерные программы, используемые на предприятиях питания, основы финансового, бухгалтерского и статистического учета на предприятиях питания.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тест, конспект, доклад, экзамен
Уметь: оценивать материальные ресурсы департаментов (служб, отделов), действия, функциональных возможностей персонала департаментов (служб, отделов), планировать текущую деятельность департаментов (служб, отделов) предприятия питания, координировать и контролировать деятельности	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
департаментов (служб, отделов), осуществлять планирование и организацию деятельности департаментов (служб, отделов) предприятия питания, осуществлять координацию и контроль, проводить оценку эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) предприятия питания.					
Владеть: стратегическими и тактическими методами анализа потребности умения департаментов (служб, отделов) предприятия питания в материальных и трудовых ресурсах, навыками деловых и межличностных коммуникаций, проведения совещаний в трудовом коллективе, английским языком или другим иностранным языком с учетом характеристик постоянных клиентов предприятия питания.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-1: Управление текущей деятельностью департаментов (служб, отделов) предприятия питания					
ПКУВ-1.3 Контролирует и оценивает эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) предприятия питания					
Знать: законодательство Российской Федерации, регулирующее деятельность предприятий питания, трудовое законодательство Российской Федерации, теории мотивации и обеспечения лояльности персонала,	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тест, конспект, доклад, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
основы организации деятельности предприятий питания, основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных, специализированные компьютерные программы, используемые на предприятиях питания, основы финансового, бухгалтерского и статистического учета на предприятиях питания.					
Уметь: оценивать материальные ресурсы департаментов (служб, отделов), действия, функциональных возможностей персонала департаментов (служб, отделов), планировать текущую деятельность департаментов (служб, отделов) предприятия питания, координировать и контролировать деятельности департаментов (служб, отделов), осуществлять планирование и организацию деятельности департаментов (служб, отделов) предприятия питания, осуществлять координацию и контроль, проводить оценку эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) предприятия питания.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: стратегическими и тактическими методами анализа потребности умения департаментов	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
(служб, отделов) предприятия питания в материальных и трудовых ресурсах, навыками деловых и межличностных коммуникаций, проведения совещаний в трудовом коллективе, английским языком или другим иностранным языком с учетом характеристик постоянных клиентов предприятия питания.					
ПКУВ-2: Способен использовать основы экономических знаний в сфере общественного питания					
ПКУВ-2.1 Проводит экономическую оценку эффективности результатов профессиональной деятельности.					
Знать: основы экономических теорий и экономических систем; основные законы микро- и макроэкономики, бизнес-планирования, оценки хозяйственной и финансовой деятельности предприятий общественного питания;- базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики;- состав, структуру и способы расчета основных показателей результатов производства;- сущность маркетинга как экономического процесса;- состав внутренних и внешних специфических факторов, влияющих на процесс принятия маркетинговых решений;- значимость маркетинговых решений с учетом интересов	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тест, конспект, доклад, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
организации, потребителей, заинтересованных социальных групп и общества в целом;- основные категории бухгалтерского учета в сфере общественного питания.					
Уметь: использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;- использовать понятийный аппарат экономической науки для описания экономических и финансовых процессов, - проводить экономическую оценку эффективности результатов профессиональной деятельности;- использовать основы экономических знаний в различных сферах маркетинговой деятельности;- определять экономические показатели для оценки эффективности маркетинговой деятельности;- определять границы целевых рынков фирмы и оценивать количественные и качественные параметры спроса на них;- применять основные категории бухгалтерского учета в сфере общественного питания.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: способностью использовать основы экономических знаний в	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
различных сферах жизнедеятельности- навыками развития экономического образа мышления;- методами экономической теории, умениями расчета экономических показателей;- способностью использовать экономические методы для оценки эффективности результатов профессиональной деятельности;- навыками постановки маркетинговых и управленческих целей и их эффективного достижения;- основными методами оценки экономической эффективности маркетинговых мероприятий и программ;- техникой выявления внешних угроз и методами количественной оценки рисков;- методами бухгалтерского учета в сфере общественного питания.					
ПКУВ-2: Способен использовать основы экономических знаний в сфере общественного питания					
ПКУВ-2.2 Определяет экономические показатели для оценки эффективности маркетинговой деятельности					
Знать: основы экономических теорий и экономических систем; основные законы микро- и макроэкономики, бизнес-планирования, оценки хозяйственной и финансовой деятельности предприятий общественного питания;- базовые экономические понятия, объективные основы функционирования	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тест, конспект, доклад, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
экономики;- состав, структуру и способы расчета основных показателей результатов производства;- сущность маркетинга как экономического процесса;- состав внутренних и внешних специфических факторов, влияющих на процесс принятия маркетинговых решений;- значимость маркетинговых решений с учетом интересов организации, потребителей, заинтересованных социальных групп и общества в целом;- основные категории бухгалтерского учета в сфере общественного питания.					
Уметь: использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;- использовать понятийный аппарат экономической науки для описания экономических и финансовых процессов, - проводить экономическую оценку эффективности результатов профессиональной деятельности;- использовать основы экономических знаний в различных сферах маркетинговой деятельности;- определять экономические показатели для оценки эффективности	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
маркетинговой деятельности;- определять границы целевых рынков фирмы и оценивать количественные и качественные параметры спроса на них;- применять основные категории бухгалтерского учета в сфере общественного питания.					
Владеть: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности- навыками развития экономического образа мышления;- методами экономической теории, умениями расчета экономических показателей;- способностью использовать экономические методы для оценки эффективности результатов профессиональной деятельности;- навыками постановки маркетинговых и управленческих целей и их эффективного достижения;- основными методами оценки экономической эффективности маркетинговых мероприятий и программ;- техникой выявления внешних угроз и методами количественной оценки рисков;- методами бухгалтерского учета в сфере общественного питания.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы докладов:

1. Управление и его элементы.

2. Менеджмент в системе управления.

3. Понятие, сущность, цели и задачи менеджмента.

4. Методологические основы менеджмента.

5. Сущность методов управления.

6. Экономические методы управления.

7. Организационно-распорядительные методы управления.

8. Социально-психологические методы управления.

9. Понятие и сущность структуры управления.

10. Принципы построения структуры управления.

11. Типы структур управления.

12. Социально-экономическая сущность маркетинга.

13. Основные понятия маркетинга.

14. Эволюция концепций маркетинга.

15. Цели и функции маркетинга.

16. Типы маркетинга.

17. Технология реализации концепции маркетинга.

18. Основные условия применения и принципы маркетинга.

19. Анализ внутренней среды предприятия.

20. Исследование внешней среды функционирования предприятия.

21. Методы сбора первичных данных.

22. Принципы и методы изучения покупательского поведения.

23. Моделирование поведения потребителей.

24. Управление ценами.

25. Каналы распределения товаров.

26. Товародвижение в системе маркетинга.

27. Маркетинговые системы распределения товаров.

28. Типы торговых посредников.

29. Оптовая и розничная торговля в системе маркетинга.

Тестовые задания

Тест 1

1. Необходимыми условиями достижения самоокупаемости и самофинансирования предприятия в условиях рынка являются:

а) ориентация предприятия на потребителей и конкурентов;

б) гибкое приспособление к изменяющейся рыночной конъюнктуре;

в) высокие цены на продукцию предприятия.

2. Маркетинг выступает в качестве инструмента регулирования производства и сбыта, ориентируя производственную деятельность предприятия, его структурную политику на…

а) предложение;

б) спрос;

в) конкурентов.

3. Основная цель маркетингового анализа - …

а) изучение спроса на продукцию и формирование портфеля заказов;

б) оценка рыночного предложения;

в) изучение конъюнктуры рынка.

4. К объектам анализа маркетинговой деятельности относят:

а) организацию управления маркетинговой деятельностью;

б) формирование рынков сбыта;

в) показатели эффективности маркетинговой деятельности.

5. Предметом маркетингового анализа является:

а) деятельность отдельных субъектов, ситуации, процессы и явления на рынке и в обществе, рассматриваемые в динамике;

б) деятельность отдельных субъектов, ситуации, процессы и явления на рынке и в обществе, рассматриваемые в настоящее время;

в) планирование деятельности отдельных субъектов, ситуаций, процессов и явлений на рынке и в обществе на ближайшую перспективу.

6. Система маркетинга обладает чувствительностью к …

а) спросу потребителей;

б) ценам конкурентов;

в) профессионализму маркетологов.

7. Важной составной частью анализа конкуренции, включающей анализ основных факторов, определяющих интенсивность конкуренции на конкретном рынке, оценку общего характера конкурентной среды и интенсивности конкуренции, прогнозирование тенденций изменения конкурентной среды и отдельных ее факторов является…

а) анализ конкурентной среды;

б) анализ потребителей;

в) анализ ценовой политики конкурентов.

8. Для оценки факторов конкуренции можно использовать…

а) эксперимент;

б) наблюдение;

в) экспертный опрос.

9. Основой комплекса маркетинга предприятия является…

а) товар;

б) цена;

в) сбыт;

г) коммуникации.

10. Количество видов товара, имеющихся в предприятия – это…

а) глубина ассортимента;

б) полнота ассортимента;

в) новизна ассортимента.

Тест 2

1. Товар как категория маркетинга представляет собой:

а) продукт или услугу, предлагаемую для приобретения и потребления;

б) все, что используется для удовлетворения нужд и потребностей;

в) продукт или услугу, предлагаемую для привлечения внимания, приобретения, использования или потребления.

2. Обособленная целостность, характеризуемая показателями величины, цены, внешнего вида и прочими атрибутами - это…

а) материальная продукция;

б) товарная единица;

в) товар по замыслу;

г) товар с подкреплением;

д) товар в реальном исполнении.

3. Товары повседневного спроса характеризуются:

а) распространением через сеть специализированных магазинов;

б) приобретением на большую сумму денег;

в) отсутствием необходимости в дополнительных консультациях с продавцом.

4. Группа товаров повседневного спроса включает:

а) основные товары постоянного спроса;

б) товары импульсивной покупки;

в) товары предварительного выбора;

г) товары экстренной покупки;

д) товары пассивного спроса.

5. Товары особого спроса…

а) приобретают без всякого предварительного планирования и поисков;

б) покупают при возникновении острой нужды в них;

в) приобретают регулярно, не сравнивая их между собой;

г) это товары с уникальными характеристиками, отдельные марочные товары или особо модные товары.

6. Товары пассивного спроса - это:

а) товары, о которых потребитель не знает, или знает, но не задумывается об их покупке;

б) товары, требующие для своего сбыта дополнительных маркетинговых усилий в виде рекламы и методов личной продажи;

в) мелкие штучные товары, которые выкладывают рядом с расчетным узлом.

7. Канал распределения – это…

а) способ распространения рекламы;

б) совокупность организаций или лиц, способствующих перемещению товара к потребителю;

в) способ транспортировки товара.

8. Метод ценообразования с ориентацией на уровень конкуренции базируется на:

а) учете рыночных цен;

б) калькуляции издержек производства, обслуживания, накладных расходов, желаемой прибыли;

в) желании и возможности потребителя уплатить определенную сумму за данный товар.

9. Маркетинговые коммуникации – это…

а) система мероприятий, направленных на становление и поддержание определенных взаимоотношений предприятия с адресатами коммуникаций;

б) система ФОССТИС;

в) построение хороших отношений предприятия с общественностью, получение благоприятной известности, развитие положительного имиджа.

10. Реклама – это:

а) неличная коммуникация;

б) немассовая коммуникация;

в) двухсторонняя коммуникация.

Вопросы к экзамену

1.Менеджмент в системе управления.

2.Понятие, сущность, цели и задачи менеджмента.

3.Функции управления предприятием.

4. Экономические методы управления.

5.Организационно-распорядительные методы управления.

6.Социально-психологические методы управления

7. Планирование деятельности предприятия.

8. Содержание стратегического планирования.

9. Последовательность разработки планов.

10. Анализ среды функционирования предприятия.

11. Алгоритм составления маркетинговой программы.

12. Сущность кадрового менеджмента.

13. Управление персоналом предприятий, качеством труда и продукции.

14. Система управления кадрами.

15. Подбор и оценка кадров управления.

16. Адаптация кадров.Судьба «неперспективных» сотрудников.

17. Функциональные требования к современному менеджеру.

18. Основные сервисные требования к современному менеджеру.

19. Дополнительные сервисные требования к современному менеджеру.

20. Понятие «Управления маркетингом». Управление деятельностью. Управление функцией. Управление спросом.

21. Процесс управления маркетингом.

22. Основные направления маркетинговых исследований рынка: исследование рекламы, исследование продукта, исследование сбыта и структуры конкуренции.

23. Объект и предмет изучения в маркетинговом исследовании.

24. Маркетинговая информационная система предприятия: сущность, понятие, элементы, принципы организации.

25. Сегментация как средство выбора наиболее перспективного целевого рынка.

26. Принципы и методы сегментации рынка.

27. Этапы сегментации. Основные этапы выбора целевого рынка

28. Позиционирование товара на рынке.

29. Выбор стратегии охвата рынка.

30. Разработка плана маркетинга для выбранного сегмента рынка.

31. Товарная политика: сущность, значение и основное содержание.

32. Формирование товарной политики предприятия.

33. Структура и уровни товара.

34. Жизненный цикл товара: понятие, этапы, моделирование.

35. Цена в комплексе маркетинга предприятия.

36. Понятие ценовой политики, ее роль и значение.

37. Внешние факторы, определяющие процесс ценообразования.

38. Постановка целей ценообразования. Выбор метода формирования цены.

39. Стратегические решения в области коммуникаций предприятия.

40. Цели и средства маркетинговых коммуникаций.

41. Процесс маркетинговых коммуникаций предприятия.

42. Комплекс маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, Паблик Рилейшнз, личные продажи.

43. Содержание составляющих элементов.

44. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций.

45. Сущность, содержание и этапы стратегического маркетингового планирования.

46. Ситуационный анализ как основа разработки стратегии.

47. Формирование маркетинговых целей предприятия. План развития хозяйственного портфеля.

48. Использование стратегических моделей в разработке маркетинговой стратегии.

49. Разработка альтернативных стратегий роста в бизнесе.

50. Методы выбора стратегий маркетинга. Риски, связанные с базовыми стратегиями роста.

51. Типовое положение и организационные структуры службы маркетинга.

52. Функциональная организация службы маркетинга.

53. Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия.

54. Показатели, характеризующие эффективность маркетинговых решений.

55. Пути повышения эффективности маркетинга.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию доклада

Доклад - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки доклада: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст доклада должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад

должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания доклада:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетвори-тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетво-рительно»	Тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

− связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

− объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

− справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

− систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

− закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

− открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

− установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

− установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на экзамене

Экзамен - форма проверки успешного выполнения студентами практических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических занятий и самостоятельной работы. Вопросы, выносимые на экзамен, доводятся до сведения студентов за месяц до сдачи экзамена. Требования и задания соответствуют требуемому уровню усвоения дисциплины и отражают ее основное содержание.

Критерии выставления оценок при проведении экзамена:

«отлично»	Обучающий глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.
«хорошо»	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические знания и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.
«удовлетвори-тельно»	Обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.
«неудовлетво-рительно»	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1. Основная литература

Название	Ссылка
Романов, А. А. Маркетинг : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - 4-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 438 с. - ISBN 978-5-394-04863-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2083016	https://znanium.ru/catalog/document?id=431632
Жабина, С. Б. Маркетинг продукции и услуг в общественном питании : учебник для вузов / С. Б. Жабина. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 258 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18828-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/563740	https://urait.ru/bcode/563740
Басовский, Л. Е. Маркетинг : учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 233 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/18431. - ISBN 978-5-16-019248-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1913238. – Режим доступа: по подписке.	https://znanium.com/catalog/document?id=434658

8.2. Дополнительная литература

Название	Ссылка
Методические указания по изучению дисциплины "Управление и маркетинг в отрасли" [Электронный ресурс]: для студентов всех форм обучения, направления подготовки бакалавров 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания, профиля подготовки Технология продуктов общественного питания [составитель Калашникова С.В.]. – Майкоп, 2017. - 44 с.	http://lib.mkgtu.ru:8002/utils/libdata.php?id=2100051502&DOK=0942B3&BASE= 0007AA
Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 433 с. - ISBN 978-5-394-05009-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2083008	https://znanium.ru/catalog/document?id=431624
Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 337 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019076-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2084408. – Режим доступа: по подписке.	https://znanium.com/catalog/document?id=432228
Жабина, С. Б. Маркетинг продукции и услуг в общественном питании : учебник для вузов / С. Б. Жабина. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 258 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18828-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/563740	https://urait.ru/bcode/563740
Синицына, О. Н., Маркетинг : учебное пособие / О. Н. Синицына. — Москва : КноРус, 2024. — 210 с. — ISBN 978-5-406-12466-6. — URL: https://book.ru/book/951722	https://book.ru/book/951722

8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]: Режим доступа:

http://www.aup.ru Большая он-лайн библиотека [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www2.e-reading.bz/ Бесплатная библиотека России. Конференции, книги, пособия, научные издания [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://libed.ru/knigi-nauka/ Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://www.marketing.spb.ru/mr/travel/ HoReCa - Главный портал индустрии гостеприимства и питания : [сайт] / АО «Креатика». – [Москва], 2007 . – URL: http://www.horeca.ru/. – Текст: электронный.HoReCa — сегмент индустрии гостеприимства и питания, который приобретает все большее значение и актуальность. Динамичное развитие отрасли вызвало у операторов и участников рынка необходимость в единой коммуникационной площадке, содержащей актуальную достоверную информацию для профессионалов: рестораторов, отельеров, шеф-поваров, линейных специалистов, компаний-поставщиков товаров и услуг и других участников гостиничного и ресторанного бизнеса. http://www.horeca.ru/

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируемые компетенции/ трудовые функции
Тема 1. Основные характеристики предприятия и обоснование необходимости управления предприятием. Управление и его элементы.Менеджмент в системе управления.Понятие, сущность, цели и задачи менеджмента.Методологические основы менеджмента.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний) ДОТ, ЭИОС	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-1.1 ПКУВ-2.1
Тема 2. Основные функции управления предприятием. Функции управления предприятием. Сущность методов управления.Экономические методы управления.Организационно-распорядительные методы управления.Социально-психологические методы управления.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний) ДОТ, ЭИОС	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-1.1 ПКУВ-1.2 ПКУВ-1.3
Тема 3. Роль стратегического планирования, анализ макро- и микросреды при выборе стратегических альтернатив. Планирование деятельности предприятия. Содержание стратегического	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-1.1 ПКУВ-1.2 ПКУВ-2.1

планирования. Оперативный план. Последовательность разработки планов. Анализ среды функционирования предприятия. Бюджет маркетинга. Алгоритм составления маркетинговой программы. Контроль, оценка и аудит.		ДОТ, ЭИОС		
Тема 4. Управление персоналом, эффективность управления группами. Сущность кадрового менеджмента. Управление персоналом предприятий, качеством труда и продукции. Система управления кадрами.Подбор и оценка кадров управления.Адаптация кадров.Судьба «неперспективных» сотрудников.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний) ДОТ, ЭИОС	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-1.1 ПКУВ-1.3
Тема 5. Требования к современному менеджеру. Функциональные требования. Основные сервисные требования. Дополнительные сервисные требования. Предвидеть, организовывать, распоряжаться, координировать, гармонизировать, контролировать	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний) ДОТ, ЭИОС	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-1.1 ПКУВ-1.2 ПКУВ-1.3
Тема 6. Управление маркетингом, как подсистема управления. Понятие «Управления маркетингом». Управление деятельностью. Управление функцией. Управление спросом.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-1.2 ПКУВ-2.1 ПКУВ-2.2

		ДОТ, ЭИОС		
Тема 7. Изучение рыночных возможностей. Процесс управления маркетингом. Постановка задач. Анализ рыночных возможностей. Отбор целевых рынков. Разработка комплекса маркетинга. Претворение в жизнь маркетинговых мероприятий.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний) ДОТ, ЭИОС	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-1.2 ПКУВ-2.1 ПКУВ-2.2
Тема 8. Маркетинговые исследования в отрасли. Информация в исследовании рынков. Основные направления маркетинговых исследований рынка: исследование рекламы, исследование продукта, исследование сбыта и структуры конкуренции. Объект и предмет изучения в маркетинговом исследовании. Маркетинговая информационная система предприятия: сущность, понятие, элементы, принципы организации.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний) ДОТ, ЭИОС	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-2.1 ПКУВ-2.2
Тема 9. Сущность и этапы сегментации рынка. Сегментация как средство выбора наиболее перспективного целевого рынка. Принципы и методы сегментации рынка. Этапы сегментации. Основные этапы выбора целевого рынка: определение потенциала сегмента рынка; оценка доступности и существенности сегмента; анализ возможности освоения сегмента рынка. Рыночная ниша и рыночное окно. Позиционирование товара на	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний) ДОТ, ЭИОС	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-1.3 ПКУВ-2.1 ПКУВ-2.2

рынке. Выбор стратегии охвата рынка.				
Тема 10. Товары и цены: принятие решений. Товарная политика: сущность, значение и основное содержание. Формирование товарной политики предприятия. Структура и уровни товара. Жизненный цикл товара: понятие, этапы, моделирование. Цена в комплексе маркетинга предприятия. Понятие ценовой политики, ее роль и значение. Внешние факторы, определяющие процесс ценообразования.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний) ДОТ, ЭИОС	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-1.2 ПКУВ-2.1 ПКУВ-2.2
Тема 11. Продвижение товара, стимулирование сбыта, роль рекламы. Стратегические решения в области коммуникаций предприятия. Цели и средства маркетинговых коммуникаций. Процесс маркетинговых коммуникаций предприятия. Комплекс маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, Паблик Рилейшнз, личные продажи. Содержание составляющих элементов. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний) ДОТ, ЭИОС	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-1.1 ПКУВ-2.1 ПКУВ-2.2
Тема 12. Планирование маркетинговой деятельности предприятия. Сущность, содержание и этапы стратегического маркетингового планирования. Концепция и задачи предприятия.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-1.3 ПКУВ-2.1 ПКУВ-2.2

Ситуационный анализ как основа разработки стратегии. Формирование маркетинговых целей предприятия. План развития хозяйственного портфеля. Использование стратегических моделей в разработке маркетинговой стратегии. Разработка альтернативных стратегий роста в бизнесе.		ДОТ, ЭИОС		
Тема 13. Структура маркетинговой службы. Типовое положение и организационные структуры службы маркетинга. Функциональная организация службы маркетинга. Организация по географическому принципу. Организация по товарному принципу. Организация по рыночному типу. Организация по товарно-рыночному типу или матричному типу.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний) ДОТ, ЭИОС	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-1.1 ПКУВ-1.3
Тема 14. Эффективность маркетинговой деятельности предприятия. Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия. Показатели, характеризующие эффективность маркетинговых решений. Пути повышения эффективности маркетинга.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний) ДОТ, ЭИОС	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-2.1 ПКУВ-2.2

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Название
ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, 2020 – . – URL: https://urait.ru/ – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст электронный. Образовательная платформа Юрайт — образовательный ресурс, электронная библиотека и интернет-магазин, где читают и покупают электронные и печатные учебники авторов — преподавателей ведущих университетов для всех уровней профессионального образования, а также пользуются видео- и аудиоматериалами, тестированием и сервисами для преподавателей, доступными 24 часа 7 дней в неделю.

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем:

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

Название
Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. – Москва, 2011 - – URL: http://znanium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. http://znanium.com/catalog/
IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. – Саратов, 2010 - . – URL: http://www.iprbookshop.ru/586.html - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. http://www.iprbookshop.ru/586.html

Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

Название
Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система: сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. – Москва, 2004 - – URL: https://нэб.рф/. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов. https://нэб.рф/
eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. – URL: https://elibrary.ru/ - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. https://elibrary.ru/defaultx.asp
CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2014. – URL: https://cyberleninka.ru// - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. https://cyberleninka.ru/
Электронная библиотека: библиотека диссертаций : сайт / Российская государственная библиотека. – Москва : РГБ, 2003. – URL: http://diss.rsl.ru/ – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. В соответствии с приказом генерального директора РГБ № 55 от 02.03.2012 г. пользователям Виртуальных читальных

Название
залов разрешен ЗАКАЗ на печать полных текстов диссертаций из ЭБД РГБ. При первом обращении к ресурсам ЭБД РГБ необходимо пройти регистрацию в виртуальном читальном зале РГБ.РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации – служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) http://diss.rsl.ru/
Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. URL: http://lib.mkgtu.ru/index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya
ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, 2020 – . – URL: https://urait.ru/ – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст электронный. Образовательная платформа Юрайт — образовательный ресурс, электронная библиотека и интернет-магазин, где читают и покупают электронные и печатные учебники авторов — преподавателей ведущих университетов для всех уровней профессионального образования, а также пользуются видео- и аудиоматериалами, тестированием и сервисами для преподавателей, доступными 24 часа 7 дней в неделю.

11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория для проведения лекционных и семинарских занятий/ Учебная аудитория для проведения курсового проектирования (выполнения курсовых работ) (2-2-32)	Учебная мебель на 22 посадочных места, доска, наглядные пособия	Adobe Reader DC Свободная лицензияMicrosoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401Операционная система Windows Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765
Помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерной техникой и подключением к сети «Интернет» и доступом в ЭИОС (читальный зал ФГБОУ ВО «МГТУ»)	Компьютерное оснащение с выходом в Интернет на 30 посадочных мест, оснащенные специализированной мебелью (стулья, столы, шкафы, шкафы выставочные), мультимедийное оборудование, оргтехника (принтеры, сканеры, ксерокс).	Adobe Reader DC Свободная лицензияMicrosoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401Операционная система Windows Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования (1-318)	Информационно-технический отдел: технические средства обучения, служащие для предоставления учебной информации большой аудитории.	Adobe Reader DC Свободная лицензияMicrosoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401Операционная система Windows Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765