

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САХАЛИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ИНСТИТУТ ЕСТЕСТВЕННЫХ НАУК И ТЕХНОСФЕРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
Б1.Б.12 «Менеджмент и маркетинг»**

направление подготовки 35.03.08 «Водные биоресурсы и аквакультура»  
Профиль подготовки:  
«Аквакультура»

**1. Цели освоения учебной дисциплины**

Формирование научного представления об управлении как виде профессиональной деятельности; освоение студентами общетеоретических положений управления социально-экономическими системами; овладение умениями и навыками практического решения управленческих проблем; формирование представления о маркетинге как о концепции внутрифирменного управления и целостной системе организации предпринимательской деятельности, направленной на решение задач предприятия по организации производства и предложения на рынке товаров и услуг, в наибольшей степени удовлетворяющих потребности покупателей.

**2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Данная учебная дисциплина входит в раздел Б1.Б.12 по направлению подготовки 38.03.02 «Водные биоресурсы и аквакультура», профиль «Аквакультура». Изучается в 1 семестре.

Для изучения дисциплины необходимы знания и компетенции сформированные у обучающихся в результате обучения в средней общеобразовательной школе. Формирует общекультурные и профессиональные компетенции.

Всего ЗЕТ-2, часов – 72, в том числе лекции – 18, семинары – 18, в том числе в интерактивной форме – 8.

Вид промежуточной аттестации – зачёт

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

**Профессиональные компетенции:**

**ОК-3** - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

**ОК-7:** способность к самоорганизации и самообразованию.

**ОПК-2:** готовность к организационно-управленческой работе с малыми коллективами.

**Знать:**

- основные этапы эволюции управленческой мысли;
- основные теории менеджмента, мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач;
- основы и функции межкультурных среды и отношений в менеджменте;
- цели и задачи маркетинга;
- роль и значение маркетинга в профессиональной деятельности предприятий;
- основные методы и методики сбора и анализа маркетинговой информации;
- основные методы распространения товаров.

**Уметь:**

- проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования;
- эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды;

- собирать и анализировать маркетинговую информацию;
- сегментировать рынок по различным критериям на основе маркетинговой информации;
- планировать взаимодействие с клиентами, поставщиками, посредниками и другими контактными аудиториями;

**Владеть:**

- количественными и качественными методами анализа при принятии управленческих решений и разработки экономических и организационно-управленческих моделей;
- навыками формирования и реализации оперативного маркетингового плана;
- технологиями делового общения.

**4. Структура и содержание дисциплины «Менеджмент и маркетинг»**

Общая трудоемкость дисциплины при очной форме обучения составляет 2 зачетные единицы, 72 часа (лекции- 18, практические- 18, самостоятельная работа- 36, зачет). В интерактивной форме- 8 часов.

Общая трудоемкость дисциплины при заочной форме обучения составляет 2 зачетные единицы, 72 часа (лекции- 4, лабораторные- 4, самостоятельная работа- 60, зачет- 4). В интерактивной форме- 2 часов.

№ п/п	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
				Всего	Лек	Пр	СРС	
1	Объект, предмет, методологические основы курса «Менеджмент»	1	1, 2	8/7	2/1	2/1	4/5	Коллоквиум Тест
2	Периодизация истории менеджмента.	1	3	4/5	0	2	2/5	Коллоквиум
3	Особенности развития управления и управленческой мысли в России	1	4, 5	8/5	2	2	4/5	Коллоквиум
4	Современные теории управления	1	6, 7	8/7	2/1	2/1	4/5	Коллоквиум Дискуссия
5	Организация как объект управления	1	8	4/5	2	0	2/5	Письменный опрос
6	Формирование современного менеджмента	1	9, 10	8/5	2	2	4/5	Дискуссия Комплект заданий
7	Маркетинг как философия современного предпринимательства	1	11, 12,	8/7	2/1	2/1	4/5	Коллоквиум Тест
8	Информационное обеспечение маркетинга	1	13	4/5	0	2	2/5	Дискуссия
9	Товарная политика в системе комплекса маркетинга	1	14	4/5	2	0	2/5	Тест
10	Ценовая политика в системе комплекса маркетинга	1	15	4/5	0	2	2/5	Коллоквиум
11	Сбытовая политика в системе комплекса маркетинга	1	16	4/5	2	0	2/5	Тест
12	Коммуникационная политика в системе комплекса маркетинга	1	17, 18	8/7	2/1	2/1	4/5	Дискуссия Комплект

								заданий
	Всего			72/72	18/4	18/4	36/60	Зачет, -/4

## **5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### ***Основная литература.***

1. Менеджмент: Бакалаврская работа: Учеб. пособие для студ. вузов/ Под общ. ред. С.Д.Резника. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 249 с. - (Высшее образование: Бакалавриат).
2. Менеджмент: Учебник для студ. вузов/ Под общ. ред. Н.И.Астаховой, Г.И.Москвитина. - М.: Юрайт, 2013. - 422 с. - (Бакалавр. Базовый курс).
3. Менеджмент: Учеб.-практ. пособие для студ. вузов/ Ред. Т.Г.Берзина. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 238 с.
4. Дорофеев, Владимир Дмитриевич. Менеджмент: учеб. пособие для студ. вузов/ В.Д.Дорофеев, А.Н.Шмелева, Н.Ю. Шестопап. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 439 с. - (Высшее образование).
5. Отраслевая структура современного менеджмента: Учебник для студ. вузов/ Под ред. М.М.Максимцова, В.Я.Горфинкеля. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 319 с.
6. Тебекин А.В. Менеджмент организации: учебник для студентов вузов/А.В. Тебекин, Б. С. Касаев.-4-е изд., перераб. и доп.-М.:КНОРУС,2011.-419с.
7. Коротков, Эдуард Михайлович. Менеджмент: учеб. для студентов вузов/Э.М. Коротков.-М.:Юрайт, 2011.-640 с.- (Основы наук).
8. Менеджмент: учеб. для студ. вузов / под общ. ред. И.Н. Шапкина.-М.: Юрайт, 2011.-690с. -(Основы наук).
9. Маркетинг: Учебник / Цахаев Р.К., Муртузалиева Т.В. - Дашков и К, 2013 г. - 550 с.
10. Маркетинг: Учебник для бакалавров/Нуралиев С.У., Нуралиева Д.С. - Дашков и К, 2013 – 362 с.
11. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для бакалавров / под общей редакцией С.В. Карповой. – М Издательство Юрайт, 2013. – 408 с.
12. Маркетинговые исследования: Учебное пособие/Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. - Дашков и К, 2012 . – 294 с.
13. Основы маркетинга. Теория и практика: учебное пособие/ Эриашвили Н.Д., Пичурин И.И., Обухов О.В. - Юнити-Дана, 2012 . – 383 с.
14. Современный маркетинг: учебник/Бун Л., Куртц Д. - Юнити-Дана, 2012 г. – 1039 с.
15. Маркетинг: Учебное пособие / Жуков Б.М., Романов А.А., Басенко В.П. - Дашков и К, 2012 . - 440 с.

### ***Дополнительная литература.***

1. Теория менеджмента: Учебник для вузов/ Латфуллин Г. Р. - 2-е изд. – Питер, 2013. – 464 с.
2. Теория менеджмента: Учебное пособие/Фомина В.П., Алексеева С.Г. - Издательство Московского государственного открытого университета, 2011 г. – 90с. Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/148965/read>
3. Теория менеджмента: Учебник для бакалавров/ Кузнецов В.И., Конотопов М. Н., Леонтьева Л. С. - Юрайт-Издат, 2013 г. – 287 с.
4. Теория менеджмента: Учебник / Лапыгин Ю.Н. - Рид Групп, 2010 г. – 336 с
5. История менеджмента: Учебник / Кравченко А.И. - М.: КНОРУС, 2010. - 432 с.
6. Бесплатная реклама. Результат без бюджета / А.Иванов.- Альпина Паблишер, 2015. – 93 с.
7. Планирование продаж и операций: Практическое руководство/Уоллас Т., Сталь Р.- Питер, 2014.- 272 с.
8. Маркетинг спорта./ Джон Бич. - Альпина Диджитал, 2013. - 708 с.
9. Нет. Лучшая стратегия ведения переговоров/Джим Кэмп. - Добрая книга, 2014. – 293 с.

с.

10. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник/Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. - Юнити-Дана, 2012. – 1071 с.

**Журналы:** «Мировая экономика и международные отношения», «Российский экономический журнал», «Проблемы теории и практики управления», «ЭКО», «Менеджмент», «Менеджмент в России и за рубежом», «Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом», «Маркетинг и маркетинговые исследования» и др.

**Программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

www.marketing.spb.ru/ - Энциклопедия маркетинга; www.4p.ru/ - Маркетинг журнал 4p.ru; www.aup.ru/marketing/ - Административно-управленческий портал; www.cfin.ru/marketing/index.shtml - Маркетинг - теория и практика; www.marketologi.ru – Гильдия маркетологов.

Автор:  Белоусов В.Н. к.п.н., доцент

Рецензент:  Живага А.Ю., к.соц.н., доцент

Программа утверждена на заседании кафедры управления от 18 июня 2018 г., протокол № 17.

Зав. кафедрой  Выголов Е.Ю., к.э.н., доцент