

Аннотация к рабочей программы дисциплины
Б1.О.35 Менеджмент и маркетинг
(код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 3 зачетных единиц

Цель освоения дисциплины

Цель преподавания данной дисциплины – предоставить системные профессиональные знания, квалификационные умения и навыки управления организациями индустрии рыбоводства на основе изучения современных принципов, методов и функций управления.

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» обеспечивает подготовку в области менеджмента и маркетинга – основных направлений деятельности любого предприятия. В соответствии с общими целями подготовки дипломированного специалиста по аквакультуре, а также ФГОС для направления подготовки «Аквакультура», данная дисциплина изучается с целью получения знаний в области менеджмента и маркетинга, нацеленных на управление организацией, завоевание потребителя в условиях острой конкуренции, и приобретения навыков эффективного применения данных знаний на практике.

Задачи дисциплины

1. Рассмотреть особенности организации индустрии рыбоводства.
2. Определить сущность и содержание менеджмента и маркетинга в сфере производства аквакультуры.
3. Выявить функции, принципы и методы менеджмента и маркетинга в сфере производства аквакультуры.
4. Изучить производственный и социальный аспект менеджмента и маркетинга в сфере производства аквакультуры.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» относится к *обязательной части* Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Актуальность курса «Менеджмент и маркетинг» связана с вопросом интенсивного развития и обновления структуры российской экономики. Наступило время рынка потребителя и удовлетворения его спроса. Знания теоретических основ представляют собой основу для изучения профильных предметов.

Изучение дисциплины базируется на освоении следующих курсов: методы рыбохозяйственных исследований, математические методы в биологии, индустриальное рыбоводство.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<i>Знать:</i> - основные понятия менеджмента; - основные понятия маркетинга;

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))
ОПК-3 Способен создавать и поддерживать безопасные условия выполнения производственных процессов	<ul style="list-style-type: none"> - многозначность менеджмента и маркетинга; - внешнюю и внутреннюю среду сервисной организации; - организационные структуры управления, управление качеством сервисного обслуживания. <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - пользоваться основными законодательными актами и нормативно-правовыми документами, определяющими организацию менеджмента в сфере сервиса; - применять полученные знания в практической деятельности; - обобщать и структурировать информацию. <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - пониманиями о взаимосвязи дисциплины «Менеджмент и маркетинг» с другими общепрофессиональными и специальными дисциплинами; - понятиями об организационно-функциональных основах управления фирмами, об инновационном менеджменте, об инвестиционных программах развития сервисной сферы, о международном регулировании в сфере сервиса.
ОПК-6 Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности	

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Школы менеджмента.	12	2	2	-	8
2.	Эволюция понимания проблемы мотивации.	10	2	2	-	6
3.	Подходы к проблеме лидерства.	12	2	2	-	8
4.	Коммуникации как основные связующие процесса управления.	10	2	2	-	6
5.	Эволюция концепций менеджмента в России и за рубежом.	12	2	2	-	8
6.	Рынок как объект менеджмента. Сегментирование рынка.	10	2	2	-	6
7.	Товарная и ценовая политика как составляющая маркетингового инструментария.	12	2	2	-	8
8.	Информационная база менеджмента	10	2	2	-	6
9.	Сущность политики продвижения товаров	12,9	2	2	-	8,9
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	100,9	18	18	-	64,9
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	7				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор:

Ровая Т.А., профессор кафедры международного туризма и менеджмента, д-р философ. наук