

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 20.06.2025 09:31:04  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основы менеджмента и маркетинга

|                                                                 |                                                         |
|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Уровень образования                                             | Бакалавриат                                             |
| Направление подготовки                                          | 29.03.04 Технология художественной обработки материалов |
| Профиль                                                         | Колорирование в искусстве и дизайне                     |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года                                                  |
| Форма обучения                                                  | Очная                                                   |

Учебная дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» изучается в пятом семестре.

Курсовая работа/курсовой проект – не предусмотрены.

1.1. Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» относится к обязательной части программы.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями изучения дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» являются:

- изучение основ и специфики менеджмента и овладение основными знаниями и умениями в этой области, необходимые в профессиональной деятельности технолога;
- изучение принципов и методов маркетинга для проведения маркетинговых исследований товарных рынков и использования полученных результатов для повышения эффективности деятельности предприятия;
- формирование навыков маркетингового подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности, выстраивания взаимосвязей менеджмента и маркетинга с другими функциональными подразделениями компании с акцентом на решение общекорпоративных задач роста и управления;
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

| Код и наименование компетенции                                              | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОПК-9<br>Способен участвовать в маркетинговых исследованиях товарных рынков | ИД-ОПК-9.1<br>Осуществление сбора и анализа информации для исследования товарных рынков                                    |
|                                                                             | ИД-ОПК-9.2<br>Анализ результатов маркетинговых исследования товарных рынков для повышения эффективности работы предприятия |

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|                           |   |             |    |             |
|---------------------------|---|-------------|----|-------------|
| по очной форме обучения – | 3 | <b>з.е.</b> | 96 | <b>час.</b> |
|---------------------------|---|-------------|----|-------------|