Министерство науки и высшего образования РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина»

(Технологии. Дизайн. Искусство)»

|  |  |
| --- | --- |
|  | **УТВЕРЖДАЮ** |
|   | Проректор по учебно-методической работе \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ С.Г.Дембицкий  |
|  | «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2018 г. |

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Уровень освоения основной**

**образовательной программы академический бакалавриат**

**Направление подготовки 54.03.02 Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы**

**Профиль подготовки Декоративный текстиль**

**Форма очная**

**Срок освоения ОПОП:**

**очная форма обучения 4 года**

**Нормативный срок**

**освоения ОПОП 4 года**

**Институт (факультет) Институт искусств**

**Кафедра Коммерции и сервиса**

**Начальник учебно-методического**

**управления \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (**Е.Б. Никитаева)

**Москва, 2018 г.**

При разработке рабочей программы учебной дисциплины в основу положены:

1. ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.02 Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ от «12» января 2016 г. № 10.
2. Учебный план по программе бакалавриата по направлению подготовки 54.03.02 Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы профиль подготовки Декоративный текстиль, утвержденный Ученым советом университета «28» июня 2018 г., протокол № 8.

**Разработчик:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| доцент |  |  |  | Г.С. Исааков |
|  |  |  |  |  |

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры \_коммерции и сервиса «27» августа 2018 г., протокол № 1.

**Руководитель ОПОП** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** (В.Ю. Мишаков)

**Директор института**  (Н.П. Бесчастнов)

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_\_г.

**1. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Учебная дисциплина **Менеджмент и маркетинг в профессиональной деятельности** включена в базовую часть Блока 1 дисциплин Учебного плана по программе бакалавриата направления подготовки 54.03.02 Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы.

**2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Таблица 1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Код компетенции** | **Содержание компетенции** |
| ОК-1 | способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу |
| ОК-2 | готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения |
| ОК-5 | способность использовать основы экономических знаний при оценке экономических результатов деятельности в различных сферах |

**3. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**3.1. Структура учебной дисциплины**

**Таблица 2**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Структура и объем дисциплины** | **Семестр** | **Общая трудоемкость** |
| **№8** |  |
| Объем дисциплины в зачетных единицах (з.е.) | 2 | 2 |
| Объем дисциплины(час) | 72 | 72 |
| Лекции (час) | 12 | 12 |
| Практические занятия (семинары) (час) | 12 | 12 |
| Контроль (час) входит в СРС | 27 | 27 |
| Самостоятельная работа (час) | 21 | 21 |
| Вид промежуточной аттестации: зачет (З), экзамен (Э) | Э | Э |

**4. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Таблица 3**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование раздела учебной дисциплины**  | **Лекции** | **Наименование практических (семинарских) занятий** | **Наименование лабораторных работ** | **Оценочные средства** |
| **№ и тема лекции** | **Трудоемкость, час** | **№ и тема практического занятия** | **Трудоемкость, час** | **№ и тема лабораторной работы** | **Трудоемкость, час** |
| **№ семестра 8** |
| Понятие и сущность менеджмента | 1. Роль менеджера в современных условиях хозяйствования Место менеджмента среди научных дисциплин. Менеджмент как наука, практика, искусство. Организация и менеджмент.  | 1 | 1. Позиция управления внутри организации. | 1 |  |  | Эссе №1 |
| История управленческой мысли | 2. Школа научного управления и ее современные модели. Административная (классическая) школа менеджмента. Школа человеческих отношений и поведенческих наук. Школа науки управления. Достоинства и недостатки различных научных школ.  | 1 | 2. Основные этапы истории возникновения и развития менеджмента как науки и профессии. Процессный, системный и ситуационный подходы к управлению. | 1 |  |  | ТСп №1 |
| Коммуникации в управлении | 3. Элементы и этапы процесса коммуникаций, виды коммуникаций. Коммуникации и эффективность управления. Коммуникационные сети.  | 1 | 3. Коммуникационные стили. Невербальная коммуникация | 1 |  |  | Опрос №1 |
| Принятие решений в управлении | 4. Процесс принятия решений. Методы и способы принятия решений. Индивидуальные стили принятия решений. Условия эффективности управленческих решений. Организация и контроль выполнения решений. | 1 | 4. Виды и типы управленческих решений. Основные подходы к принятию решений. | 1 |  |  | Опрос №1 |
| Групповая динамика | 5.Групповая динамика. Формальные и неформальные группы. Факторы, влияющие на эффективность формальных групп. Потенциальные выгоды и проблемы, связанные с неформальными организациями. Процессы групповой динамики и принципы формирования команды. | 1 | 5. Суть и значение Ховторнского эксперимента | 1 |  |  | Опрос №1 |
| Власть и влияние | 6. Классификация форм власти. Власть, основанная на принуждении, ее особенности. Характеристика власти, основанной на вознаграждении. Основные черты экспертной власти. Особенности эталонной власти. Понятие о харизме и ее основных формах. Признаки харизматического лидера. Характеристика законной власти. Влияние путем убеждения. Влияние через участие (привлечение) трудящихся в управлении Лидерство и власть. Концепции лидерства. | 1 | 6. Содержание понятий «руководство», «влияние», «власть». Сильные и слабые стороны различных форм власти влияния. | 1 |  |  | ТСп №2 |
| Управление конфликтами и стрессами | 7. Управление конфликтом. Природа и определение конфликта. Причины, вызывающие конфликтные ситуации. Методы управления конфликтной ситуацией. Природа и причины стресса | 0,5 | 7. Классификация конфликтов. | 0,5 |  |  | Опрос № 2 |
| Функции управления | 8. Функция управления «планирование».Функция управления «организация деятельности». Функция управления «мотивация» Функция управления «контроль».  | 1 | 8. Анализ внешней и внутренней среды предприятия. SWOT-анализ. Виды управленческого контроля. Процесс контроля, его этапы. | 1 |  |  | ТСп №3 |
| Понятие и сущность маркетинга  | 9. Определение маркетинга.Основные понятия маркетинга.Понятие рынка. Конъюнктура и емкость рынка. Виды маркетинга по состоянию спроса. | 0,5 | 9. Виды маркетинга по состоянию спроса.Концепции маркетинга и их эволюция | 0,5 | - |  | Эссе №2 ТСп №4 |
| Маркетинговые исследования  | 10. Сущность и классификация видов маркетинговых исследований, виды маркетинговой информации. Программа маркетингового исследования. Исследование рынка. Сегментирование рынка. Оценка конкурентоспособности предприятия. Оценка конкурентоспособности товара. | 1 | 10. Методы сбора и представления информации. | 1 | - |  |
| Комплекс маркетинга | 11. Цели и задачи маркетинга. Управление маркетингом и комплекс маркетинга. Принципы и методы маркетинга. Система маркетинга. Функции и подфункции маркетинга: | 1 | 11. Система маркетинга. Функции и подфункции маркетинга: Аналитическая Производственная-Сбытовая Управления и контроля. | 1 | -- | -- | ТСп №5ИДЗ №1 |
| Управление маркетингом | 12. Анализ, прогнозирование и исследование рынка. Информация в маркетинге. Виды маркетинговых исследований. Этапы и структура маркетинговых исследований. Прогнозирование товарных рынков. | 1 | 12. Информация в маркетинге. Виды маркетинговых исследований. Этапы и структура маркетинговых исследований. | 1 | - | - |
| Области применения маркетинга | 13. Особенности маркетинга услуг и международного маркетинга. Интернет маркетинг. Философия просвещенного маркетинга и его положения, особенности социально-ориентированного производителя. | 1 | 13. Классификация услуг. Специфика маркетинга услуг. | 1 |  |  | ИДЗ №1 |
| **ВСЕГО часов в семестре** |  | 12 |  | 12 |  |  | ПрАт (экзамен) |

**5. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ**

**Таблица 5**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **№ семестра** | **Наименование раздела учебной дисциплины** | **Содержание самостоятельной работы** | **Трудоемкость в часах** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| 1 | **8** | Понятие и сущность менеджментаИстория управленческой мысли | Изучение лекционного материала, учебников, учебных пособий и подготовка к практическим занятиям, выполнение индивидуальных домашних заданий (эссе), подготовка к контрольным работам, тестированию и экзамену | 1 |
| 2 | Коммуникации в управлении | 1 |
| 3 | Принятие решений в управлении | 1 |
| 4 | Групповая динамика | 1 |
| 5 | Власть и влияние | 1 |
| 6 | Управление конфликтами и стрессами | 2 |
| 7 | Функции управления | 2 |
| 8 | Теоретические основы маркетингаОсновные концепции, принципы и методы маркетинга  | 2 |
| 9 | Анализ, прогнозирование и исследование рынка  | 1 |
| 10 | Информация в маркетинге. Виды маркетинговых исследований.Интернет маркетинг | 2 |
| 11 | Методология изучения рынка Стратегия маркетинга | 2 |
| 12 |
| 13 | Организационно-финансовые аспекты маркетинга  | 2 |
|  | Подготовка к экзамену  | 3 |
| **ВСЕГО часов в семестре по учебному плану** | **21** |
| **Общий объем самостоятельной работы обучающегося** | **21** |

**6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**6.1. Связь результатов освоения дисциплины с уровнем сформированности заявленных компетенций в рамках изучаемой дисциплины**

**Таблица 6**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Код****компетенции** | **Уровни сформированности заявленных компетенций в рамках изучаемой дисциплины** | **Шкалы** **оценивания****компетенций** |
| ОК-1 | **Пороговый:** **Знает:** может описать основные законы логики, методику анализа показателей, применяемых в теории и практике деятельности фирмы.**Умеет:** проводить анализ и синтез, находить релевантную информацию, используемую для постановки цели.**Владеет:** культурой мышления, знаниями основных задач и категорий целеполагания. | Оценка 3 |
| **Повышенный:** **Знает:** целостную взаимосвязанную процедуру обобщения, анализа и восприятия информации.**Умеет:** раскрытьособенности постановки цели и выбора путей ее достижения.**Владеет:** знаниями для формирования собственной позиции и суждения о путях достижения цели. | Оценка 4 |
| **Высокий:****Знает:** основные законы абстрактного мышления и приемы обобщения, анализа и восприятия информации, соотношение между стратегической установкой, целями и задачами организаций.**Умеет:** применять и анализировать информацию, содержащуюся в основных документах и отчетности, основанную на экономических показателях и характеристиках.**Владеет:** способами целеполагания и приемами выбора путей достижения целей фирмы. | Оценка 5 |
| ОК-2 | **Пороговый:** **Знает:** основные экономические законы и приемы профессиональной деятельности, применяемые в теории и практике менеджмента и маркетинга фирмы.**Умеет:** найти основную литературу и источники информации при оценке нестандартных ситуаций.**Владеет:** знаниями основных задач и категорий менеджмента и маркетинга и различных источников информации, характеризующих экономические показатели организации. | Оценка 3 |
| **Повышенный:** **Знает:** целостную взаимосвязанную процедуру получения и учета экономических показателей деятельности организации.**Умеет:** решать нестандартные задачи профессиональной деятельности на основе применения экономических знаний и готовности нести социальную и этическую ответственность за принятые решения**.****Владеет**: необходимыми экономическимии правовымизнаниями для формирования собственной позиции и суждения о состоянии системы экономических показателей организации. | Оценка 4 |
| **Высокий:****Знает:** основные экономические категории, применяемые в профессиональной деятельности для решения возникающих задач с использованием информационно-коммуникационных технологий.**Умеет:** применять и анализировать информацию, содержащуюся в основных документах по менеджменту и маркетингу и отчетности.**Владеет:** способностью решать нестандартные задачи профессиональной деятельности, готовностью нести социальную и этическую ответственность за принятые решения с учетом основных требований информационной безопасности. | Оценка 5 |
| ОК-5 | **Пороговый:** **Знает:** может перечислить основные показатели оценки экономических результатов деятельности организации..**Умеет:** с использованием экономических знаний дать оценку методам и экономическим результатам деятельности организации в различных сферах.**Владеет:** может сформулировать цели и задачи деятельности фирмы на основе оценки экономических результатов деятельности. | Оценка 3 |
| **Повышенный:** **Знает:** может сформулировать требования к планированию и организации работы в соответствии с конъюнктурой рынка.**Умеет:** анализировать результаты деятельности организации в соответствии с действующими нормами и регламентирующими документами.**Владеет:** с учетом использования нормативных и правовых документов дать оценку изменениям в своей деятельности. | Оценка 4 |
| **Высокий:****Знает:** описатьруководящие документы, используемые для оценки экономических результатов деятельности в различных сферах.**Умеет:** использовать информацию, содержащуюся в документах и доступных источниках для анализа конъюнктуры рынка.**Владеет:** дать оценку производственно-хозяйственной деятельности фирмы, ее соответствию нормативным и правовым требованиям. | Оценка 5 |

**7. КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ В РАМКАХ ИЗУЧАЕМОЙ ДИСЦИПЛИНЫ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

**Примеры используемых оценочных средств**

|  |  |
| --- | --- |
| Эссе №1Опрос №1ТСп №1ТСп №2ТСп №3Опрос №2 | **Для текущей успеваемости (ТАт**)**Темы эссе**1. Роли менеджера
2. Основные цели, задачи и особенности менеджеров различных уровней управления
3. Основные черты характера и свойства личности менеджера
4. Комплекс менеджмента организации.
5. Виды менеджмента и их содержание
6. Три грани менеджменте
7. Уровни менеджмента
8. Категории управленческого мастерства менеджера
9. Виды управленческих ролей высших менеджеров
10. Критерии успеха менеджмента

**Вопросы:***Коммуникации в управлении*1. Значение коммуникации в организации
2. Схема коммуникационного процесса
3. Эффект коммуникации и его типы
4. Типы коммуникационных сетей
5. Коммуникационные роли

*Принятие решений в управлении*1. Классификация организационных решений
2. Подходы к принятию управленческих решений
3. Алгоритм рационального принятия решения
4. Факторы, влияющие на принятие решения
5. Технология принятия управленческого решения

*Групповая динамика*1. Общее понятие малой группы
2. Характерные особенности группы
3. Формальные и неформальные группы
4. Факторы, определяющие жизнь и функционирование группы
5. Взаимодействие человека и группы

**Вариант №1****«Отцом научного управления» часто называют:****(А)** А. Файоля – он опубликовал книгу «Общее и промышленное управление», где сформулированы принципы управления, в том числе разделение труда и единство командования**(В)** Фрэнка и Лилиан Гильбертов – они выделили семнадцать основных микродвижений рабочих, назвав их терблигами; а также они разработали метод анализа микродвижений, в основу которого была положена кинограмма движений рабочего**(С)** Ф. Тейлора – он пытался обосновать дневную норму рабочего методами хронометража и изучения его трудовых движений**(D)** Г. Ганта – он создал график, который позволял планировать, распределять и проверять работу.**Вариант №2****Классическая (административная) школа в управлении ставила своей целью****(А)** рассмотрение администратора как профессии**(В)** согласование работы финансового аппарата на предприятии с производством и маркетингом**(С)** создание нового стиля управления**(D)** создание универсальных принципов управления**Вариант №3****Высшим достижением школы научного управления является разработка****(А)** методов мотивации труда**(В)** методов математического моделирования**(С)** анализа рабочих операций**(D)** способов психологической совместимости работников**Вариант №1****Для достижения эффективного функционирования организации необходимо:****(A)** надлежащие применение власти;**(B)** иметь финансовый капитал;**(C)** упорядочить структуру персонала в организации.**Вариант №2****Лидерство – это:** **(A)** желание быть всегда первым;**(B)** совокупность руководящих качеств;**(C)** способность оказывать влияние на отдельных людей и группы, направляя их усилия на достижение целей организации.**Вариант №3****Какой из перечисленных вариантов не является формой власти:****(A)** власть, основанная на принуждении;**(B)** власть, основанная на понимании мотивации персонала;**(C)** эталонная власть.**Вариант №1****1. Основные функции управления:****(А)** планирование, контроль**(В)** планирование, организация, мотивация, контроль**(С)** организация, мотивация**(D)** организация, мотивация, контроль**Вариант №2** **Целью планирования деятельности организации является:****(А)** обоснование затрат**(В)** обоснование сроков**(С)** определение целей, сил и средств**(D)** обоснование численности работников**Вариант №3****Система контроля в организации обычно состоит из:****(А)** предварительного, текущего и заключительного**(В)** текущего и заключительного **(С)** предварительного и заключительного**(D)** только из текущего контроля**Вопросы:***Управление конфликтами и стрессами*1. Природа конфликта
2. Типы конфликтов
3. Причины конфликтов
4. Функции конфликтов
5. Методы разрешения конфликтов
 |
| Эссе №2 | **Темы эссе:**1. Соотносительность понятий «нужда», «потребность», «спрос».
2. Принципы функционирования рыночного хозяйства
3. Типы конкурентных рынков и принципы ценообразования на них.
4. Стратегический и операционный маркетинг
5. Принцип приоритета потребителя
6. Новые конкуренты и потребители
7. Организационные структуры управления маркетингом – оценка эффективных форм
 |
| ТСп №4ТСп №5 | **Вариант №1**1. **Идея концепции совершенствования производства заключается в том, что**
2. Потребитель купит тот товар, у которого выше качество
3. Потребитель купит тот товар, который широко распространен на рынке и доступен по цене
4. Товар нуждается в активном продвижении на рынке
5. Залогом достижения целей организации являются определение нужд и потребностей целевых рынков и обеспечения желаемой удовлетворенности более эффективным и более продуктивным, чем у конкурентов, способом.

**Вариант №2**1. **Маркетинг взаимодействия предполагает**
2. Повышение значения информации
3. Индивидуализацию отношений с потребителями
4. Повторное завоевание внимания клиентов
5. Активизацию производства.

**Вариант №3**1. **Стратегия концентрированного маркетинга эффективна, если предприятие**
2. Крупное и располагает финансовыми ресурсами
3. Стремится максимизировать сбыт
4. Производит дифференцированный товар для различных потребителей
5. Небольшое, и ресурсы его ограничены

**Вариант №1****1 Концепции социально-этического маркетинга соответствует ориентация на**1. рекламную кампанию
2. прогрессивные технологии производства
3. перспективный товар и эффективный сбыт
4. потребителя, производителя и общество в целом

**Вариант №2**1. **Ориентации на рынок более всего соответствует утверждение**1) найдите то, что можно продать, а затем попытайтесь произвести2) попытайтесь как можно лучше продать то, что удается произвести3) заведите покупателя и заставьте купить товар4) попытайтесь максимально полно использовать имеющиеся у Вас ресурсы для того, чтобы произвести товар1. продвижения товаров к потребителю

**Вариант №3****1. Ориентации на рынок более всего НЕ соответствует утверждение**1. Максимально полно используйте ресурсы фирмы для производства товара
2. Любите клиента, а не товар
3. Клиент – вам господин
4. Удовлетворяйте потребности, а не продавайте товары
 |
| ИДЗ 1 | **С помощью программы Power Point представить презентацию одной из тем:**1. Сущность, принципы и функции маркетинга
2. Разработка нового товара
3. Коммуникативная политика предприятия
 |
| Для промежуточной аттестации (ПрАт)Экзамен | 1. Понятие организации, виды ее существования
2. Основные функции менеджмента
3. Регулирование и разрешение конфликтов в организации
4. Сегментирование потребителей. Объекты, признаки и критерии сегментации.
5. Дифференцированный маркетинг и его сравнительная характеристика с другими видами целевого маркетинга.
6. Конъюнктурный обзор: понятие и содержание основных разделов.
 |

**8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Таблица 8**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***№ п/п*** | **Наименование учебных аудиторий (лабораторий) и помещений для самостоятельной работы** | **Оснащенность учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы** |
|  |
| *1* | учебная аудитория № 1332 для чтения лекций |  |
| *2* | учебная аудитория № 1336 для проведения самостоятельной работы |  |
| *2* | учебная аудитория № 1330 для проведения практических занятий | комплект учебной мебелиЗона доступа Wi-Fi |
| *3* | Занятия по самостоятельной работе - № 1156Читальный зал учебной литературы | Оборудован мультимедийным комплектом из 15 компьютеров, подключенных к сети Интернет, доступом к учебному и учебно-методическому материалуПеречень программного обеспечения: Windows XP; Windows 7; Microsoft Office Professional 2010;Антивирус Касперского; Auto Desk AutoCAD Design Suite Ultimate 2014Обеспечен доступом в электронную информационно-образовательную среду Университета. (Площадка М. Калужская, д.1). |
| *4* | Занятия по самостоятельной работе - № 1154Читальный зал научной литературы | Оборудован мультимедийным комплектом из 4 компьютеров, подключенных к сети Интернет.Перечень программного обеспечения: Windows XP; Windows 7; Microsoft Office Professional 2010;Антивирус Касперского; Auto Desk AutoCAD Design Suite Ultimate 2014Обеспечен доступом в электронную информационно-образовательную среду Университета. (Площадка М. Калужская, д.1). |

**9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Приложение 3**

**9.1. Перечень основной учебной литературы**

**Таблица 9**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Авторы** | **Название**  | **Издательство** | **Год издания** | **Вид издания(учебник, учебное пособие, методическое пособие, методические указания, монография, курс лекций …)** | **Адрес сайта ЭБС или другого электронного ресурса*****(заполняется только для электронных изданий)*** | **Кол-во экз. в библио-теке** |
| 1 | Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. 3. | Основы менеджмента | М.: ИД Вильямс | 2012 | учебник | - | 1 |
| 2 | Виханский О.С., Наумов А.И. | Менеджмент | М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М | 2019 | учебник | http://znanium.com/catalog/product/988768 | - |
| 3 | Наумов В.Н. | Маркетинг | М.: НИЦ ИНФРА-М | 2016 | учебник | - | - |
| 4 | Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М. | Основы маркетинга | М.:Дашков и К | 2018 | учебник | http://znanium.com/catalog/product/415055 | - |

**9.2. Дополнительная учебная литература (печатные и электронные издания)**

**Таблица 10**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Авторы** | **Название**  | **Издательство** | **Год издания** | **Вид издания(учебник, учебное пособие, методическое пособие, методические указания, монография, курс лекций …)** | **Адрес сайта ЭБС или другого электронного ресурса*****(заполняется только для электронных изданий)*** | **Кол-во экз. в библио-теке** |
| 1 | Веснин В. Р.  | Основы менеджмента | М.: Проспект | 2016 | учебник | - | 1 |
| 2 | Басовский Л. Е. | Менеджмент | М.: ИНФРА-М | 2017 | учебное пособие | http://znanium.com/catalog/product/428644 | 1 |
| 3 | Басовский Л.Е., Басовская Е.Н. | Маркетинг | М.: НИЦ ИНФРА-М | 20162018 | учебное пособие | <http://znanium.com/catalog/product/544241>http://znanium.com/catalog/product/939196 | 2- |
| 4 | Тимофеев М.И. | Маркетинг | М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М | 2015 | учебное пособие | http://znanium.com/catalog/product/463390 | - |
| 5 | Басовский, Л. Е. | Менеджмент | М.: ИНФРА-М | 2017 | учебное пособие | http://znanium.com/catalog/product/428644 | 1 |
| 6 | Алексунин В.А. | Маркетинг | М.: Дашков и К° | 2017 | учебник | <http://znanium.com/catalog/product/511979>/ | - |

**9.3.Информационное обеспечение учебного процесса**

**9.3.1. Ресурсы электронной библиотеки**

* ***ЭБС Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М»*** [***http://znanium.com/***](http://znanium.com/)*(учебники и учебные пособия, монографии, сборники научных трудов, научная периодика, профильные журналы, справочники, энциклопедии);*

***Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com»*** [***http://znanium.com/***](http://znanium.com/) ***(э****лектронные ресурсы: монографии, учебные пособия, учебно-методическими материалы, выпущенными в Университете за последние 10 лет);*

* ***ООО «ИВИС»*** [***https://dlib.eastview.com***](https://dlib.eastview.com/) ***(****электронные версии периодических изданий ООО «ИВИС»);*
* ***Web of Science*** [***http://webofknowledge.com/***](http://webofknowledge.com/) *(обширная международная универсальная реферативная база данных);*
* ***Scopus*** [***https://www.scopus.com***](https://www.scopus.com/)*(международная универсальная реферативная база данных, индексирующая более 21 тыс. наименований научно-технических, гуманитарных и медицинских журналов, материалов конференций примерно 5000 международных издательств);*
* ***Научная электронная библиотека еLIBRARY.RU*** [***https://elibrary.ru***](https://elibrary.ru/)*(крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования);*
* ***ООО «Национальная электронная библиотека» (НЭБ)*** [***http://нэб.рф/***](http://нэб.рф/)*(объединенные фонды публичных библиотек России федерального, регионального, муниципального уровня, библиотек научных и образовательных учреждений;*
* ***«НЭИКОН»***[***http://www.neicon.ru/***](http://www.neicon.ru/) *(доступ к современной зарубежной и отечественной научной периодической информации по гуманитарным и естественным наукам в электронной форме);*
* ***«Polpred.com Обзор СМИ»*** [***http://www.polpred.com***](http://www.polpred.com/) ***(****статьи, интервью и др. информагентств и деловой прессы за 15 лет).*

**9.3.2. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:**

* [*http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\_main/rosstat/ru/statistics/databases/*](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/)*-   базы данных на Едином Интернет-портале Росстата;*
* [*http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/*](http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/)*-   библиографические базы данных ИНИОН РАН по социальным и гуманитарным наукам;*
* [*http://www.scopus.com/*](http://www.scopus.com/)*- реферативная база данных Scopus – международная универсальная реферативная база данных;*
* [*http://elibrary.ru/defaultx.asp*](http://elibrary.ru/defaultx.asp)*-   крупнейший российский информационный портал электронных журналов и баз данных по всем отраслям наук;*
* http://www.garant.ru/ - Справочно-правовая система (СПС) «Гарант», комплексная правовая поддержка пользователей по законодательству Российской Федерации;
* http://[www.nir.ru/Socio/scipubl/wciom/monitor.htm](http://www.nir.ru/Socio/scipubl/socjour.htm) - Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены;
* <http://.consultant.ru/> - компьютерная справочная правовая система в России, разрабатывается компанией «КонсультантПлюс» c 1992 г.
* <http://www.rg.ru/> - Ежедневное государственное издание (официальный публикатор государственных документов) «Российская газета»;
* <http://law-journal.ru/> - официальный сайт журнала «Вопросы экономики и права».

**9.3.3 Лицензионное программное обеспечение** ***(ежегодно обновляется)***

**Таблица 9**

| **№ п/п** | **Наименование документов и материалов с указанием реквизитов** | **Дата получения документов** |
| --- | --- | --- |
| **1.** | Microsoft Windows 10 HOME Russian OLP NL Academic Edition Legalization GetGenuine, 60 лицензий, артикул KW9-00322, Договор с ЗАО «Софт Лайн Трейд» №510/2015  |  15.12.2015г. |
| **2.** | Microsoft Windows Server Standard 2012R2 Russian OLP NL Academic Edition 2Proc, 4 лицензии, артикул P73-06270, Контракт бюджетного учреждения с ЗАО «Софт Лайн Трейд» №509/2015 | 15.12.2015г. |
| **3.** | Microsoft Windows Server CAL 2012 Russian OLP NL Academic Edition Device CAL, 50 лицензий, артикул R18-04335, Договор бюджетного учреждения с ЗАО «Софт Лайн Трейд» №511/2015 | 15.12.2015г. |
| **4.** | Microsoft Windows Remote Desktop Services CAL 2012 Russian OLP NL Academic Edition Device CAL, 50 лицензий, артикул 6VC-02115, Договор бюджетного учреждения с ЗАО «Софт Лайн Трейд» №511/2015 | 15.12.2015г. |
| **5.** | Microsoft Office Standard 2016 Russian OLP NL Academic Edition, 60 лицензий, артикул 021-10548, Договор бюджетного учреждения с ЗАО «Софт Лайн Трейд» №511/2015 | 15.12.2015г. |
| **6.** | Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition 250-499 Node 1 year Educational Renewal License, 353 лицензии, артикул KL4863RATFQ, Договор бюджетного учреждения с ЗАО «Софт Лайн Трейд» №511/2016. |  30.12.2016г. |
| **7.** | Kaspersky Security для почтовых серверов –Russian Edition 250-499 MailAddress 1 year Educational Renewal License, 250 лицензий, артикул KL4313RATFQ, Договор бюджетного учреждения с ЗАО «Софт Лайн Трейд» №511/2016  | 30.12.2015г. |
| **8.** | DrWeb Server Security Suite Антивирус (за 1 лицензию в диапазоне на год) продление, 1 лицензия, артикул LBS-AC-12M-200-B1, Договор бюджетного учреждения с ЗАО «Софт Лайн Трейд» №511/2016  | 30.12.2015г. |
| **9.** | DrWeb Desktop Security Suite Антивирус (за 1 лицензию в диапазоне на год) продление, 1 лицензия, артикул LBW-AC-12M-200-B1, Договор бюджетного учреждения с ЗАО «Софт Лайн Трейд» №511/2016  | 30.12.2016г |
| **10.** | AUTIDESK AutoCAD Design Suite Ultimate 2014, разрешение на одновременное подключение до 1250 устройств. Лицензия 559-87919553. | 2016г. |
| **11.** | MatLab Simulink MathWorks, unlimited №DVD10B. |  |
| **12.** | Adobe Illustrator CS5 15.0 WIN AOO License RU (650061595), 17 лицензий, WIN S/N 1034-1008-8644-9963-7815-0526, MAC S/N 1034-0000-0738-3015-4154-4614 | 9 Декабря 2010 г. |
| **13.** | CorelDRAW Graphics Suite X4 Education License ML, 48 лицензий, S/N LCCDGSX4MULAA, S/N DR14C22-GGQ6ER4-9RSZMCA-JUQZ8DY | 30 Октября 2009 г. |
| **14.** | CorelDRAW Graphics Suite X4 Education License ML, 31 лицензия, S/N LCCDGSX4MULAA, license key: DR14C22-GCQLFVK-U2LQ9SC-HQYCW8S | 4 Декабря 2008Г. |
| **15.** | 3dMax 125 рабочих мест, серийный номер 560-36133798/128F1 | 2014г. |
| **16.** | AutoCad 125 рабочих мест, серийный номер 561-60451569/001H1 | 2016г. |
| **17.** | MatLab Classroom new Product From 10 to 24 Concurrent Licenses (per License) программное обеспечение код MLABCNP-10, НОМЕР ДОКУМЕНТА 1/25108 10штук | 23 Сентября 2011г. |
| **18.** | Symbolic Math Toolbox Classroom new Product From 10 to 24 Concurrent Licenses (per Licenses) программное обеспечение код MATHTCLNP-10-24CL, НОМЕР ДОКУМЕНТА 1/25108 10штук | 23 Сентября 2011г. |
| **19.** | Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition 250-499 Node 1 year Educational Renewal License, артикул KL4313RATFQ, Договор бюджетного учреждения с ЗАО «Софт Лайн Трейд» №102/16-КС. | 13 Декабря 2015г. |

Протокол № 1 заседания кафедры коммерции и сервиса от «27» августа2018 г.

Зав. кафедрой доц. В.Ю. Мишаков