

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Оботурова Наталья Павловна

Должность: Декан факультета пищевой инженерии и биотехнологий имени

академика А.Г. Храмцова

Дата подписи: 06.06.2024 16:40:39

Уникальный программный ключ:

f3ead44c4559c5505e6904af77de79fa5835879

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины (модуля)	
Краткое содержание	Менеджмент и маркетинг на предприятиях общественного питания Менеджмент, его сущность и значение в условиях рынка. Внутренняя и внешняя среда организации. Стратегическое планирование. Коммуникации в управлении. Управленческие решения. Методика проведения основных форм делового общения. Мотивация и контроль. Руководство и лидерство. Управление конфликтами, изменениями и стрессами. Делегирование и природа полномочий. Построение организации. Понятие и сущность маркетинга. Рынок в системе маркетинга. Продукт и его конкурентоспособность. Ценообразование в системе маркетинга. Сбытовая политика и продвижение товаров на рынок. Методы маркетинговых исследований и маркетинговой информации.
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Применяя знания современных подходов к управлению, способен организовывать, планировать, мотивировать и проводить контроль деятельности подчиненных организации; владеет способами организации производства и эффективной работы трудового коллектива на основе современных методов управления. Применяя знания о методах и инструментах стратегического и тактического анализа, оценивает рыночные возможности развития предприятия питания, анализирует конкурентов, организует управление маркетингом согласно разработанным маркетинговым стратегиям и программам развития организации, используя цифровые технологии. Опираясь на знания принципов, методов и функций процесса управления, способен формировать и совершенствовать структуру управления предприятия питания. Опираясь на знания коммуникационных процессов, способен решать профессиональные задачи в процессе проведения совещаний и переговоров. Способен координировать и проводить контроль деятельности предприятия питания в соответствии с законодательством РФ
Трудоемкость, з.е.	3
Формы отчетности	Зачет
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)	
Основная литература	1. Жабина, С. Б. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании : учебник для студ. учреждений средн. проф. образ. / С.Б. Жабина, О.М. Бурдюгова, А.В. Колесова. - 2-е изд., стер. - М. : Академия, 2018. - 319 с. - (Профессиональное образование). - Библиогр.: с. 314-315. - ISBN 978-5-4468-6164-4, экземпляров 5 2. Дорофеева, Л. И. Основы менеджмента : учебник для спо / Л. И. Дорофеева. - Основы менеджмента, Весь срок охраны авторского права. - Электрон. дан. (1 файл). - Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2021. - 494 с. - электронный. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-4488-1329-0, 978-5-4497-1357-5, экземпляров неограничено. 3. Менеджмент и маркетинг : практикум / составители: О. П. Маслова, О. Ю. Калмыкова. - Менеджмент и маркетинг, 2026-09-20. - Электрон. дан. (1 файл). - Самара : Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. - 113 с. - электронный. - Книга находится в премиум-

Дополнительная литература	версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 2227-8397, экземпляров неограничено 1. Кожухова, А. Н. Конспект лекций по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» : учебное пособие / А. Н. Кожухова. - Конспект лекций по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга», 2026-05-19. - Электрон. дан. (1 файл). - Брянск : Брянский государственный аграрный университет, 2018. - 107 с. - электронный. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 2227-8397, экземпляров неограничено 2. Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л.А. Дробышева. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 152 с. : ил. - http://biblioclub.ru/. - ISBN 978-5-394-02648-5, экземпляров неограничено 3. Рябикова, Н. Е. Персональный менеджмент Электронный ресурс / Рябикова Н. Е. : учебное пособие - Оренбург : ОГУ, 2019. - 138 с. - т. - ISBN 978-5-7410-2372-3, (экземпляров неограничено). 3. Власов, В. Б. Основы маркетинга : учебное пособие / В. Б. Власов, С. Ю. Нерозина. - Основы маркетинга, 2026-09-08. - Электрон. дан. (1 файл). - Воронеж : Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. - 68 с. - электронный. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-7731-0918-1, экземпляров неограничено
---------------------------	--