

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования\_  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Высшая школа искусств и дизайна

---

УТВЕРЖДЕНО  
решением Ученого совета ННГУ  
протокол № 12 от 26.12.2023 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Менеджмент и маркетинг в дизайне

---

Уровень высшего образования  
Бакалавриат

---

Направление подготовки / специальность  
54.03.01 - Дизайн

---

Направленность образовательной программы  
Графический дизайн

---

Форма обучения  
очная

---

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.О.02.13 Менеджмент и маркетинг в дизайне относится к обязательной части образовательной программы.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.1: Знает основные документы, регламентирующие экономическую деятельность; источники финансирования профессиональной деятельности; принципы планирования экономической деятельности УК-10.2: Обосновывает принятие экономических решений, использует методы экономического планирования для достижения поставленных целей УК-10.3: Применяет экономические инструменты	УК-10.1: Знать понятие и особенности хозяйственно-экономической деятельности предприятий различных форм собственности. Виды и содержание финансовой, бухгалтерской и иной отчетности предприятий различных форм собственности  УК-10.2: Уметь анализировать и содержательно интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию отчетности предприятий различных форм собственности  УК-10.3: Владеть навыками разработки и экономического обоснования управленческих решений	Тест	Дифзачёт: Контрольные вопросы  Экзамен: Контрольные вопросы
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из	УК-2.1: Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение; определяет ожидаемые результаты	УК-2.1: Знать Основные понятия, категории, принципы и функции менеджмента организации, особенности проектной деятельности	Практическое задание	Дифзачёт: Контрольные вопросы  Экзамен: Контрольные

действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	решения выделенных задач УК-2.2: Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений УК-2.3: Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время	УК-2.2: Уметь выбирать и применять методы и инструменты поиска организационно-управленческих решений . Оценивать варианты организационно-управленческих решений в т.ч. с позиции социальной ответственности  УК-2.3: Владеть навыками применения инструментальных средств обработки экономических показателей деятельности предприятия в соответствии с поставленной задачей.		вопросы
---	--	--	--	---------

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	<b>очная</b>
<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>6</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>216</b>
в том числе	
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>	
- занятия лекционного типа	28
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	26
- КСР	3
<b>самостоятельная работа</b>	<b>123</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>36</b> <b>экзамен, зачёт</b>

#### 3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/ лабора	Всего	

			торные работы), часы		
	о ф о	о ф о	о ф о	о ф о	о ф о
1. Цели и задачи дисциплины. Терминологическая основа курса. Введение.	32	4	2	6	26
2. Функции менеджмента	52	6	10	16	36
3. Элементы комплекса маркетинга	48	10	8	18	30
5. Экономические результаты деятельности предприятия	45	8	6	14	31
Аттестация	36				
КСР	3			3	
Итого	216	28	26	57	123

### Содержание разделов и тем дисциплины

#### 1. Цели и задачи дисциплины. Терминологическая основа курса. Введение:

- Введение в менеджмент. Эволюция управленческой мысли;
- Введение в маркетинг. Эволюция концепции маркетинга;

#### 2. Функции менеджмента:

- Планирование как функция менеджмента. Организационная культура;
- Организация как функция менеджмента;
- Мотивация как функция менеджмента. Власть и влияние. Лидерство.

#### 3. Элементы комплекса маркетинга:

- Товар - первый элемент комплекса маркетинг 4Р;
- Третья «Пи» маркетинга - распределение. Четвертая «Пи» маркетинга - продвижение.

#### 4. Экономические результаты деятельности предприятия:

- Стратегии ценообразования;
- Цена продукции (работ, услуг) предприятия.

### 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Организация самостоятельной работы обучающихся ориентируется на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей, переход от поточного к индивидуализированному обучению с учетом потребностей и возможностей обучающегося. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Самостоятельная работа реализуется:

- непосредственно в процессе аудиторных занятий;
- на лекциях, практических занятиях;
- в контакте с преподавателем вне рамок расписания;

- на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.;
- в библиотеке, дома, в ННГУ при выполнении обучающимся учебных и практических задач.

Эффективным средством осуществления обучающимся самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда ННГУ, которая обеспечивает доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем.

## **5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

### **5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:**

#### **5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции УК-10:**

1. Что является основным в определении сути маркетинга?

- а) сбыт товаров
- б) снижение издержек производства
- в) установление цен на товары
- г) удовлетворения потребностей потребителей

2. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет повышения эффективности производства характерна для:

- а) концепции социально-этичного маркетинга;
- б) концепции интенсификации коммерческих усилий;
- в) концепции совершенствования производства;
- г) концепции совершенствования товара
- д) концепции маркетинга

3. Теории мотивации в менеджменте подразделяются на две категории

- а) системные и процессуальные;
- б) сущностные и формальные;
- в) содержательные и процессуальные

4. В менеджменте основу использования каких методов управления в организации составляют законодательные и нормативные акты.

- а) социологические;
- б) организационно-распорядительные;
- в) экономические.

5. Показатель, характеризующий стоимость основных средств, приходящихся на одного работника, - это

- а) фондоотдача;
- б) фондовооруженность;
- в) фондоемкость;
- г) нет верного ответа.

6. Объем производства и реализации продукции, как правило, в годовом исчислении по соответствующей номенклатуре, ассортименту и качеству - это

- а) производственная программа;
- б) производственная мощность;
- в) номенклатура производства;
- г) нет верного ответа.

7. Конечный продукт производственного процесса предприятия - это

- а) незавершенное производство;
- б) полуфабрикат;
- в) готовая продукция;
- г) нет верного ответа.

8. Задолженность покупателей, заемщиков или любых других подотчетных лиц, которая должна быть выплачена в течение оговоренного ранее периода времени, - это

- а) кредиторская задолженность;
- б) заемные средства;
- в) дебиторская задолженность;
- г) нет верного ответа.

9. С точки зрения маркетинга товар — это:

- а) результат исследований, разработок и производства

б) продукт труда предназначен для продажи

в) все, что предлагается на рынке с целью удовлетворения потребностей потребителей

г) все товары на предприятиях

10. Согласно теории менеджмента задачей проведения текущего контроля не может быть?

а) выявление нарушений и нарушителей;

б) проверка эффективности и оптимальности выбранного варианта действий;

в) обеспечение непрерывности процесса производства.

### **Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	60-100% правильных ответов.
не зачтено	0-59% правильных ответов.

### **5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции УК-2:**

1. Соотнесите концепции маркетинга с их основными идеями:

А. Производственная концепция (совершенствования производства)

Б. Продуктовая концепция (совершенствования товара)

В. Сбытовой концепции (интенсификации коммерческих усилий)

Г. Маркетинговой концепция

Д. Концепция социально-этичного маркетинга

Е. Маркетинг взаимодействия

I. утверждает, что потребители отдадут предпочтение доступным и дешевым товарам.

II. утверждает, что потребители отдадут предпочтение товарам, предлагающим наивысшее качество, обладающим лучшими эксплуатационными свойствами и характеристиками.

III. потребители не будут приобретать товары фирмы в достаточном объеме, если она не приложит значительных усилий к его продвижению.

IV. утверждает, что потребитель отдаст предпочтение тому предприятию, которое наиболее полно и эффективно, по сравнению с конкурентами, удовлетворить требования рынка.

V. предполагает установление нужд, потребностей и интересов целевых рынков и удовлетворение потребителей более эффективными, чем у конкурентов, способами при сохранении и укреплении благополучия потребителя и общества в целом.

VI. ориентирующая организацию на установление долгосрочных взаимоотношений с клиентом и на удовлетворение целей участвующих в сделках (коммуникациях) сторон.

2. Соотнесите различные виды маркетинга:

А. Массовый маркетинг

Б. Дифференцированным маркетингом

В. Целевой маркетинг

I. применяется при всеобщем охвате потенциальных потребителей одной и той же группой родственных товаров.

II. понимается вид маркетинга, который характеризуется тем, что для различных групп потребителей предлагаются различные по своим потребительским свойствам товары.

III. вид маркетинга, который характеризуется тем, что он применяется для конкретной узкой группы потенциальных потребителей в процессе предложения им товара, имеющего специфические особенности, делающие этот товар привлекательным и желаемым для группы потребителей.

3. Выберите методы принятия управленческих решений для решения соответствующих управленческих задач:

1. Платежная матрица	а. применяется в тех случаях, когда имеется минимум информации о решаемой проблеме и установлены сжатые сроки для ее решения.
2. Метод мозгового штурма	б. используется в случаях, когда собрать в одном месте группу специалистов невозможно, например, если в состав участников решения проблемы включены представители различных географически отдаленных друг от друга и от центрального аппарата управления филиалов и подразделений организации.
3. Метод Делфи	с. выбор стратегии, которая в наибольшей степени будет способствовать достижению целей.

4. Выберите типы информационной поддержки организационно-управленческих решений в соответствии с видами управления:

1. Стратегический менеджмент	а. системы отчетности
2. Тактический менеджмент	б. системы обработки текущих бизнес-операций

5. Сопоставьте возможные варианты значения рентабельности активов и их интерпретацию:



1. Значение показателя немного превышает стоимость долгосрочных заемных средств	а. свидетельствует о низкой прибыльности.
2. Отрицательное значение	б. свидетельствует о деградации предприятия.
3. Высокое положительное значение	с. означает наличие ресурсов для выплаты дивидендов акционерам или поддержания дальнейшего развития.

6. Ознакомьтесь с ситуацией. Выполните поставленную задачу:

1. Постройте несколько возможных видов организационно-управленческих структур.
2. Выберите ту структуру, которая наиболее подходит для данной ситуации.

Исходные данные. Торговая фирма. Проведено обследование торговой фирмы, результаты которого представлены в таблице:

<b>Направление деятельности</b>	<b>Бизнес-проект</b>
Торговля	Продажа бытовой техники Продажа отделочных материалов
Организационная деятельность	Структурная единица
Коммерческая	Руководство коммерческой службы Отдел закупок Таможенный отдел Отдел маркетинга Отдел, реализующий бизнес-проект 1 Отдел, реализующий бизнес-проект 2
Финансовая	Руководство финансовой службы Финансовый отдел Планово-экономический отдел Бухгалтерия
Исполнительная	Руководство исполнительной дирекции Общий отдел Юридический отдел Отдел управления персоналом Административно-хозяйственный отдел

### Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Ответ полный и правильный на основании изученной теории; теоретический материал и решение поставленных задач изложены в необходимой логической последовательности, грамотный научный язык; ответ самостоятельный. Могут быть допущены две-три не существенные ошибки, исправленные по требованию преподавателя.
не зачтено	Ответ обнаруживает непонимание студентом основного содержания учебного материала или допущены существенные ошибки, которые не могут быть исправлены при наводящих

Оценка	Критерии оценивания
	вопросах преподавателя.

## 5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

### Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатор достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

### Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### 5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

#### 5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-10

1. Сущность и содержание понятия менеджмент
2. Отличие понятий «управление» и «менеджмент».
3. Задачи, уровни и виды менеджмента.
4. Эволюция концепций менеджмента.
5. История и особенности российского менеджмента.
6. Разновидности менеджмента.
7. Общие и частные принципы менеджмента
8. 14 принципов эффективного управления А.Файоля
9. Определение маркетинга: понятие и сущность.

10. Основные цели маркетинговой деятельности.
11. Основные принципы маркетинга.
12. Понятие рынок. Структура рынка.
13. Качественные и количественные характеристики рынка.
14. Классификация рынков.
15. Основные функции маркетинга, их характеристика.
16. Виды маркетинга, их характеристика.

### **5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-2**

1. Организационно-административные методы управления
2. Экономические методы управления
3. Социально-психологические методы управления
4. Определение функций менеджмента.
5. Планирование как функция управления.
6. Организация как функция управления.
7. Мотивация как функция управления
8. Контроль как функция управления
9. Основные направления исследований в маркетинге.
10. Правила и процедуры маркетинговых исследований.
11. Информационное обеспечение маркетинговых исследований.
12. Сегментация рынка. Понятие и цели.
13. Понятие «целевой рынок», «рыночная ниша», «рыночное окно».
14. Признаки и критерии сегментации рынка товаров потребительского назначения.
15. Понятие товара. Три измерения товара.
16. Классификация товара

### **Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)**

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки
отлично	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок
очень хорошо	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок
хорошо	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок
удовлетворительно	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибки.
неудовлетворительно	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.
плохо	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа

### 5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-10

1. Координация как функция управления
2. Делегирование полномочий.
3. Организационные структуры управления.
4. Организация как система управления, жизненный цикл и типы организаций
5. Внутренняя и внешняя среда организации: миссия, цели, общая среда, оперативная среда (конкурентная), внутренняя среда.
6. Понятие управленческого решения в системе управления.
7. Классификация управленческих решений
8. Процедура разработки и принятия управленческого решения
9. Жизненный цикл товара. Виды отдельных жизненных циклов. 1
10. Ассортиментная концепция фирмы. Основные характеристики товарного ассортимента.
11. Сервис в системе товарной политики. Виды и задачи сервиса.

12. Товарный знак, его сущность и основные функции.

13. Упаковка товара. Основные функции упаковки.

14. Процесс создания нового товара.

15. Позиционирование товара. Основные принципы.

16. Понятие и цели цены

#### **5.3.4 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-2**

1. Понятие и сущность инвестиций

2. Методы государственного регулирования инвестиционного и инновационного процессов

3. Инвестиционный проект: сущность, содержание.

4. Управление конфликтами. Понятие, процесс развития, типы конфликтов

5. Причины, последствия, методы управления конфликтами

6. Формирование команды: формальные и неформальные группы в организации.

7. Понятие власти и лидерства в управлении

8. 10 ролей руководителя по Минцбергу

9. Система цен. Взаимосвязь и взаимозависимость цен, входящих в единую систему.

10. Основные методы ценообразования.

11. Этапы ценообразования.

12. Основные методы и системы сбыта.

13. Каналы товародвижения, их виды.

14. Розничная торговля, ее виды и роль в рыночной экономике.

15. Оптовая торговля, ее организационные формы.

16. Понятие системы формирования спроса и стимулирования сбыта. Виды маркетинговых коммуникаций.

17. Понятие «реклама». Виды рекламы, их особенности. Функции рекламы.

18. Основные методы стимулирования продаж. Их достоинства и недостатки.

19. Роль выставок и ярмарок в системе маркетинговых коммуникаций

## Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки
отлично	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок
очень хорошо	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок
хорошо	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок
удовлетворительно	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибки.
неудовлетворительно	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.
плохо	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Шилехина М. С. Менеджмент и маркетинг в дизайне : учеб.-методическое пособие / Шилехина М. С. - Тольятти : ТГУ, 2019. - 79 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции ТГУ - Искусствоведение., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=708578&idb=0>.
2. Иванова Ирина Анатольевна. Менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2024. - 327 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-18459-4. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=891507&idb=0>.
3. Акьюлов Р. И. Маркетинг : учебное пособие для вузов / Акьюлов Р. И. - Санкт-Петербург : Лань, 2024. - 140 с. - Книга из коллекции Лань - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-507-48137-8., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=885826&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : Учебное пособие / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - 2. - Москва : Вузовский учебник, 2024. - 282 с. - (Вузовский учебник). - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-9558-0163-6. - ISBN 978-5-16-110568-9. - ISBN 978-5-16-004272-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?>

Action=FindDocs&ids=888942&idb=0.

2. Шальнова О.А. Коммуникативные аспекты маркетинговой деятельности : учебное пособие / Шальнова О.А.; Ребрикова Н.В. - Москва : Дашков и К, 2023. - 202 с. - ISBN 978-5-394-05257-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=878801&idb=0>.

3. Теория и практика менеджмента : учебник для вузов / А. Н. Петров [и др.] ; ответственный редактор А. Н. Петров. - 3-е изд. - Москва : Юрайт, 2023. - 579 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-17683-4. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=891629&idb=0>.

4. Виханский Олег Самуилович (Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, экономический факультет). Менеджмент : Учебник / Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, экономический факультет; Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Высшая школа бизнеса. - 2. - Москва : Издательство "Магистр", 2024. - 288 с. - Среднее профессиональное образование. - ISBN 978-5-9776-0085-9. - ISBN 978-5-16-102067-8. - ISBN 978-5-16-004570-2., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=890244&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1.Операционная система MicrosoftWindows

2.Пакетприкладных программ Microsoft Office

3.Правовая система «Консультант плюс»

4.Правовая система «Гарант».

5. Фонд образовательных электронных ресурсов ННГУ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.unn.ru/books/resources>

6. Электронная библиотека учебников[Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://studentam.net>

7. Российская государственная библиотека [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.rsl.ru>

8. Научная электронная библиотека[Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.01 - Дизайн.

Автор(ы): Гордеева Марина Александровна, кандидат экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 26.10.2023 г., протокол № 6.