

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ЛГПУ»)

Структурное подразделение Институт физико-математического  
образования, информационных и  
обслуживающих технологий

Кафедра технологий производства и профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ

Директор института физико-  
математического образования,  
информационных и обслуживающих  
технологий

Е.Е. Горбенко  
2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
Маркетинг и менеджмент в легкой промышленности

По направлению подготовки: 44.04.04 Профессиональное обучение  
(по отраслям)

Программа магистратуры – Конструирование, моделирование и технология  
швейных изделий

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения – очная

Курс – 2 курс (3 семестр)

Луганск, 2023

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинг и менеджмент в легкой промышленности» является частью основной профессиональной образовательной программы для подготовки магистров по направлению подготовки 44.04.04 Профессиональное обучение (по отраслям) Конструирование, моделирование и технология швейных изделий очной формы обучения

Составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 44.04.04 Профессиональное обучение (по отраслям), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 февраля 2018 г. № 129.

**СОСТАВИТЕЛИ:**

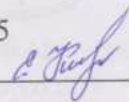
к.т.н., доцент кафедры технологий производства и профессионального образования ФГБОУ ВО «ЛГПУ» **Калайдо А. В.**

старший преподаватель кафедры технологий производства и профессионального образования ФГБОУ ВО «ЛГПУ» **Лесовец Е. В.**

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры технологий производства и профессионального образования Института физико-математического образования, информационных и обслуживающих технологий

«02» мая 2023 г., протокол № 15

и.о. заведующего кафедрой



Киреева Е.И.

Одобрена на заседании учебно-методической комиссии Института физико-математического образования, информационных и обслуживающих технологий

«03» мая 2023 г., протокол № 9

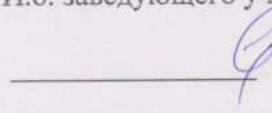
Председатель



Давыскиба О.В.

**СОГЛАСОВАНО:**

И.о. заведующего учебно-методическим отделом



Савенков В.В.

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 г.

## **Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью** освоения дисциплины «Маркетинг и менеджмент в легкой промышленности» является формирование теоретическо-методологических знаний по использованию основ маркетинга и менеджмента; обучение способам и подходам практического применения инструментов маркетинга и менеджмента в деятельности предприятий (организаций, фирм) лёгкой промышленности в условиях рыночных отношений на основе эффективного использования их потенциала с ориентацией на потребителя.

### **Задачи** дисциплины:

- ознакомить студентов с понятием маркетинг и менеджмент, а также современными задачами и функциями, возникающими в сфере лёгкой промышленности;
- ознакомиться с методами маркетинговых исследований на макро- и микроуровне, а также функциями, методами и современными теориями менеджмента на предприятиях лёгкой промышленности;
- формирование навыков исследования проблем и особенностей организации и планирования маркетинга и менеджмента на предприятиях (организациях, фирмах) различных отраслей экономики;
- рассмотрение области реализации товарной, ценовой и коммуникационной политики, как элементов маркетинговой и управленческой деятельности предприятий лёгкой промышленности;
- формирование способностей оценки конкурентоспособности товара и компании;
- ознакомиться с основными терминами менеджмента как вида человеческой деятельности и как науки;
- изучить основные функции, методы и основные подходы к теории менеджмента на примере предприятий лёгкой промышленности;
- дать целостное представление об основах организации и управления маркетинговой деятельностью для различных хозяйствующих субъектов в различных областях экономической и социальной жизни общества.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП**

Учебная дисциплина «Маркетинг и менеджмент в легкой промышленности» входит в часть дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений.

Необходимыми условиями для освоения учебной дисциплины являются: *знания* об месте маркетинга и менеджмента в экономической и социальной жизни общества; понятийном аппарате маркетинга и менеджмента; предмете и функциях маркетинговой и управленческой деятельности; классификации маркетинга и менеджмента.

*Умения*: анализировать во взаимосвязи явления и процессы на микро- и макроуровне; выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения; использовать источники экономической, социальной, управленческой информации;

осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных задач.

*Навыки:* маркетинговых исследований; сопоставительного анализа параметров конкурентоспособности товара предприятий лёгкой промышленности; навыки самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений; специальной терминологии и лексики относительно маркетинга и менеджмента.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин «Технология швейного производства», «Конструирование одежды», «Оборудование для изготовления швейных изделий», «Организация и управление предприятий швейного производства» и др.

Освоение дисциплины является необходимой основой для успешного выполнения магистерской диссертации.

### **3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижений компетенций**

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижений	Результаты обучения по дисциплине
<b>Универсальных</b>		
УК-1	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3	УК-1.1. Знает: методы критического анализа и оценки современных научных достижений; основные принципы критического анализа УК-1.2. Умеет: анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними; осуществлять поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации на основе доступных источников информации; определять в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей разработке УК-1.3. Владеет: навыками разработки стратегии достижения поставленной цели как последовательности шагов, предвидя результат каждого из них и оценивая их влияние на внешнее окружение планируемой деятельности и на взаимоотношения участников этой деятельности
<b>Профессиональных</b>		
ПК-1	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	ПК-1.1. Ориентируется в современных образовательных технологиях профессионального образования (обучения предмету), включая технологии электронного и дистанционного обучения ПК-1.2. Осуществляет образовательный процесс по программам ВО и ДПП ПК-1.3. Реализует педагогически обоснованные формы, методы и приемы организации деятельности обучающихся

## 4. Структура и содержание дисциплины

### 4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)
	очная форма
Общая трудоемкость дисциплины	76 (2 зач. ед.)
Обязательная аудиторная нагрузка (всего часов), в том числе:	28
Лекции	6
Семинарские занятия	-
Практические занятия	22
Лабораторные работы	-
Курсовая работа / курсовой проект	-
Другие формы организации учебного процесса (контрольные работы, индивидуальные задания, консультации и др.)	-
Самостоятельная работа студента (всего часов)	40
Форма аттестация	4 / Зачет

### 4.2. Содержание разделов дисциплины.

**Тема 1. Маркетинговая деятельность на предприятиях лёгкой промышленности.** Принципы организации маркетинговой деятельности в компаниях лёгкой промышленности. Организационная структура управления маркетинговой деятельностью. Корпоративные и маркетинговые стратегии компании лёгкой промышленности.

**Тема 2. Стратегическое планирование маркетинга и бизнес-план предприятий лёгкой промышленности.** Цели, принципы и задачи планирования маркетинговой деятельности предприятий лёгкой промышленности. Виды планов маркетинга. Оперативный и стратегические маркетинговые планы предприятий лёгкой промышленности. Разработка оперативных целей маркетинга и оперативного плана предприятий лёгкой промышленности.

**Тема 3. Менеджмент как вид человеческой деятельности и как наука на предприятиях лёгкой промышленности.** Менеджмент как специфический вид человеческой деятельности. Менеджмент и организация. Значение термина «менеджмент» и его различные трактовки. Менеджмент и предприниматель: сходства и различия. Функции и задачи менеджмента. Виды менеджмента. Менеджмент как наука и как искусство.

### 4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов
		очная форма
3 семестр		
1.	Маркетинговая деятельность на предприятиях лёгкой промышленности	2
2.	Стратегическое планирование маркетинга и бизнес-план предприятий лёгкой промышленности.	2

3.	Менеджмент как вид человеческой деятельности и как наука на предприятиях лёгкой промышленности.	2
<b>Итого за 3 семестр:</b>		<b>6</b>

#### 4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов
		очная форма
3 семестр		
1	Маркетинговая деятельность на предприятиях лёгкой промышленности.	2
2	Стратегическое планирование маркетинга и бизнес-план предприятий лёгкой промышленности.	4
3	Целевые показатели маркетинга и место стратегического маркетинга в структуре предприятий лёгкой промышленности.	4
4	Место контроля в маркетинге предприятий лёгкой промышленности.	2
5	Менеджмент как вид человеческой деятельности и как наука на предприятиях лёгкой промышленности.	4
6	Менеджер: его деятельность, личность и профессиональная этика.	2
7	Функции, методы и основные подходы и концепции к теории менеджмента на предприятиях лёгкой промышленности.	4
Итого за 3 семестр:		22

#### 4.5. Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

#### 4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов
			очная форма
3 семестр			
1	Направления инновационного развития предприятий легкой промышленности.	работа с лекционным материалом; поиск и обзор литературы, электронных источников информации; дополнение лекционных конспектов; подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине	12
2	Инновационные технологии в легкой промышленности.	работа с лекционным материалом; поиск и обзор литературы, электронных источников информации; дополнение лекционных конспектов; подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине	14
3	Инновационные ресурсосберегающие технологии в легкой промышленности.	работа с лекционным материалом; поиск и обзор литературы, электронных источников информации; дополнение лекционных конспектов; подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине	14
Итого за 3 семестр:			40
Зачет		Подготовка к зачету	4

#### 4.7. Курсовой проект

Курсовой проект учебным планом не предусмотрен.

## **5. Методическое обеспечение, образовательные технологии**

С целью формирования и развития профессиональных навыков, студентов необходимо использовать инновационные образовательные технологии при реализации различных видов аудиторной работы в сочетании с внеаудиторной. Используемые образовательные технологии и методы должны быть направлены на повышение качества подготовки путем развития у обучающихся способностей к самообразованию и нацелены на активацию и реализацию личностного потенциала.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий по видам занятий:

- *лекционные*: не имитационные активные инновационные методы: проблемные лекции, лекция-консультация, информационные системы: электронные библиотеки, электронные базы учебно-методических ресурсов;

- *практические работы*: неигровые имитационные методы: методы группового решения творческих задач, метод развивающейся кооперации, информационные системы: электронные библиотеки, электронные базы учебно-методических ресурсов;

- *самостоятельная работа*: информационные технологии: сетевые компьютерные технологии, информационные системы: электронные библиотеки, электронные базы учебно-методических ресурсов.

## **6. Формы контроля освоения учебной дисциплины.**

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем, ведущим практические занятия по дисциплине в различных формах: ведение конспекта лекций, подготовка презентаций по основным темам курса, тестовые задания.

Промежуточный контроль по результатам освоения дисциплины проходит в форме устного зачета (включает в себя ответы на теоретические вопросы, подкрепляемые примерами из практики, выполнением практических заданий).

Система оценивания учебных достижений студентов, оценочные средства представлены в фонде оценочных средств к рабочей программе учебной дисциплины (приложение).

## **7. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины.**

*а) основная литература:*

1. Григорьев М.Н. Маркетинг : учебник для бакалавров / М.Н. Григорьев. – М. : Юрайт, 2014. – 366 с.

2. Давар Нирадж Идеальный маркетинг: О чем забыли 98% маркетологов [Электронный ресурс] / Нирадж Давар ; пер. С. Филин. –

Электрон. текстовые данные. – М. : Альпина Паблишер, 2019. – 215 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/82958.html>

3. Котлер Филип Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер [Электронный ресурс] / Филип Котлер; пер. Т.В. Виноградова, А.А. Чех, Л.Л. Царук. – 3-е изд. – Электрон. текстовые данные. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 216 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/82710.html>

4. Латышев Д.В. Маркетинговые технологии и стратегии в управленческой деятельности организации. Теоретический курс [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Д.В. Латышев, Т.М. Гомаюнова. – Электрон. текстовые данные. – Волгоград: Волгоградский государственный социально-педагогический университет, «Перемена», 2019. – 135 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/82663.html>.

5. Коротков А.В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров / А.В. Коротков ; Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики). - 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2014. – 595 с.

6. Кондратенко Н.М. Маркетинг : учебник для вузов / ред. Н. М. Кондратенко. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2012. – 542 с.

*б) дополнительная литература:*

1. Антонец В.А., Бедный Б.И. Менеджмент: учебник и практикум для СПО/ В.А. Антонец, Б.И. Бедный. – М.: Юрайт. – 2018. – 304 с.

2. Блинов А.О., Угрюмова Н.В. Менеджмент. Задания, тесты, кейсы: учебное пособие/ А.О. Блинов, Н.В. Угрюмова. – М.: Кно Рус. –2020. –208с.

3. Боголюбов В.С. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве: учебник для СПО/ В.С. Боголюбов. – М.: Юрайт. –2020. –294 с.

4. Винокур М.Е. Организация производства и менеджмент: учебно-методический комплекс / М.Е. Винокур. – М.: Проспект. – 2020. –168 с.

5. Грабауров В.А. Менеджмент на транспорте: учебное пособие/ В.А. Грабауров. – М.: Вышэйшая школа. – 2015. – 288 с.

6. Грибов В. Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга: учебное пособие / В.Д. Грибов. – М.: КноРус. –2020. –224 с.

7. Дашкова И.А., Ткаченко И.В., Захарченко Н.С. Менеджмент. Методы принятия управленческих решений: учебник/ И.А. Дашкова, И.В. Ткаченко, Н.С. Захарченко. – М.: Юрайт. –2020. –276 с.

*в) Интернет-ресурсы:*

1. <https://knigi-po-teme.ru/список-литературы-по-менеджменту-2020/>

2. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785930934916>.

3. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708295>.



## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционные занятия: комплект электронных презентаций/слайдов, аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Практические занятия: компьютерный класс, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук), пакеты ПО общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы).

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде, и т.п.

## 9. Лист дополнений и изменений

[illegible]