

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодинович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 2021.04.09  
Уникальный программный ключ:  
5cf0d6f89e80f49a334f6a4ba58e91f3326b9926

**Министерство науки и высшего образования РФ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«Дагестанский государственный технический университет»**

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина **Маркетинг**  
наименование дисциплины по ОПОП

для направления **19.03.04 - Технология продукции и организация общественного питания**  
код и полное наименование направления (специальности)

по профилю **Технология и организация ресторанного сервиса**

факультет **технологический**  
наименование факультета, где ведется дисциплина

кафедра **Технология пищевых производств, общественного питания и товароведения**  
наименование кафедры, за которой закреплена дисциплина

Форма обучения **очная, очно-заочная, заочная**, курс **II, III, V** семестры **4,5,9**.  
очная, очно-заочная, заочная

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 19.03.04 - Технология продукции и организация общественного питания с учетом рекомендаций и ОПОП ВО по направлению и профилю подготовки «Технология и организация ресторанного сервиса».

Разработчик \_\_\_\_\_

  
подпись

Атуева Э.Б., к.э.н., доцент  
(ФИО уч. степень, уч. звание)

« 15 » 09 2021 г.

Зав. кафедрой, за которой закреплена дисциплина (модуль)

  
подпись

Казиева Ж.Н., д.э.н., профессор  
(ФИО уч. степень, уч. звание)

« 15 » 09 2021 г.

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры Технология пищевых производств, общественного питания и товароведения.

от « 15 » 09 2021 года, протокол № 1.

Зав. выпускающей кафедрой по направлению 19.03.04 - Технология продукции и организация общественного питания

  
подпись

Демирова А.Ф., д.т.н., доцент  
(ФИО уч. степень, уч. звание)

« 15 » 09 2021 г.

Программа одобрена на заседании Методической комиссии направления 19.00.00 - Промышленная экология и биотехнология технологического факультета.

от « 17 » 09 2021 года, протокол № 1.

Председатель Методического совета факультета

  
подпись

Ибрагимова Л.Р., к.т.н., доцент  
(ФИО уч. степень, уч. звание)

« 17 » 09 2021 г.

Декан факультета \_\_\_\_\_

  
подпись

Азимова Ф.Ш.  
ФИО

Начальник УО \_\_\_\_\_

  
подпись

Магомаева Э.В.  
ФИО

И.о. проректора  
по учебной работе \_\_\_\_\_

  
подпись

Баламирзоев Н.Л.  
ФИО

### 1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью дисциплины «Маркетинг» является формирование у студентов маркетингового мировоззрения, получения ими базовых знаний в области маркетинговой политики компаний. Задачами учебного курса является знакомство учащихся с основными положениями теории маркетинга, обучение их приемам и методам функционального маркетинга, ознакомление с методами сбора и анализа маркетинговой информации, подготовка студентов к работе в условиях реального маркетинга.

Основной целью изучения маркетинга является привитие будущим специалистам рыночного сознания, которое обеспечивается через освоение определенного теоретического материала и практических навыков. Сжатый комплекс маркетинговой концепции студенты могут освоить, пройдя полный цикл лекционных и практических занятий, изложенный в предлагаемой рабочей программе.

В процессе подготовки к занятиям студенту следует обобщить и сделать критический анализ литературных данных, анализ источников экономической информации, определить свое отношение к изучаемой проблеме, свое понимание поставленных в теме вопросов.

Для более успешного выполнения заданий студенту необходимо, прежде всего, ознакомиться с содержанием рабочей программы, после чего изучить соответствующий раздел программы курса, учебника, ознакомиться с наглядными пособиями, изучить нормативные документы и литературные источники, рекомендуемые к теме курса.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинг» является дисциплиной обязательной части учебного плана направления 19.03.04 - Технология продукции и организация общественного питания. Для освоения дисциплины «Маркетинг» обучающиеся используют знания, умения, навыки, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения предметов «Экономика», «Социология», «Менеджмент».

Для освоения данной дисциплины необходимы компетенции, приобретаемые при изучении других дисциплин названного цикла.

Знания и навыки, полученные в рамках изучения дисциплины «Экономическая культура и финансовая грамотность», направлены для последующего изучения профильных дисциплин. Результаты освоения дисциплины также могут быть использованы при выполнении бакалаврской работы и в профессиональной деятельности.

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименование показателя оценивания (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ОПК - 5	Способен организовывать и контролировать производство продукции питания	ОПК - 5.1. Владеет методиками контроля и управления качеством продукции общественного питания
		ОПК - 5.2. Составляет программы контроля за соблюдением технических и санитарных условий работы структурных подразделений, выполнением сотрудниками стандартов предприятия, обеспечением безопасности и качества продукции и услуг
		ОПК-5.3. Разрабатывает и реализует мероприятия по управлению качеством и безопасностью кулинарной продукции на предприятиях общественного питания

#### 4. Объем и содержание дисциплины (модуля)

Форма обучения	очная	очно-заочная	заочная
Общая трудоемкость по дисциплине (ЗЕТ/ в часах)	3/108	3/108	3/108
Семестр	4	5	9
Лекции, час	17	9	4
Практические занятия, час	17	9	4
Лабораторные занятия, час	-	-	-
Самостоятельная работа, час	38	54	91
Курсовой проект (работа), РГР, семестр	-	-	-
Зачет (при заочной форме <b>4 часа</b> отводится на контроль)	Экзамен	Экзамен	Экзамен
Часы на экзамен (при очной, очно-заочной формах <b>1 ЗЕТ – 36 часов</b> , при заочной форме <b>9 часов</b> отводится на контроль)	36	36	9

#### 4.1.Содержание дисциплины (модуля)

№ п/п	Раздел дисциплины, тема лекции и вопросы	Очная форма				Очно-заочная форма				Заочная форма			
		ЛК	ПЗ	ЛБ	СР	ЛК	ПЗ	ЛБ	СР	ЛК	ПЗ	ЛБ	СР
1	<b>Лекция 1</b> <b>Тема 1: «Маркетинг как концепция управления современным производством»</b> 1.1. Сущность маркетинга и история его развития. 1.2. Значение маркетинга для экономики. 1.3. Комплекс маркетинга. 1.4. Функции маркетинга. 1.5. Концепции маркетинга. 1.7. Формы маркетинга.* 1.8. Развитие маркетинга в России.*	2	2			2				2			
2	<b>Лекция 2</b> <b>Тема 2: «Система маркетинговой информации»</b> 2.1. Основные составляющие системы маркетинговой информации. 2.2. Цели и объекты маркетинговых исследований. 2.3. Процесс маркетингового исследования. 2.4. Методы сбора маркетинговой информации.*	2				2				2			5
3	<b>Лекция 3</b> <b>Тема 3: «Основные понятия и опыт проведения маркетинговых исследований»</b> 3.1.Содержание и направление маркетинговых исследований. 3.2.Типы маркетинговой информации и источники ее получения. 3.3. Маркетинговая информационная система. 3.4. Организация и проведение маркетинговых исследований. 3.5. Определение проблемы и формулирование целей маркетинговых исследований. 3.6. Выбор методов проведения маркетинговых исследований. 3.7. Эксперименты и их роль в проведении маркетинговых исследований.*	2	2			2					2		5

4	<b>Лекция 4</b> <b>Тема 4: «Процесс управления маркетингом»</b> 4.1. Анализ рыночных возможностей. 4.2. Отбор целевых рынков. 4.3. Планирование и контроль маркетинговой деятельности. 4.4. Организация службы маркетинга.*	2	2			2				2		10
5	<b>Тема 5: «Изучение потребителей»</b> 5.1. Модель поведения потребителя. 5.2. Факторы, влияющие на поведение потребителя. 5.3. Процесс принятия решения о покупке.	-	2		2	1			4			10
6	<b>Лекция 5</b> <b>Тема 6: «Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара»</b> 6.1. Виды рыночных стратегий в зависимости от степени охвата рынка 6.2. Критерии сегментации 6.3. Признаки сегментирования потребительских товаров	2	-		2		2		4			10
7	<b>Лекция 6</b> <b>Тема 7: «Товарная политика фирмы»</b> 7.1. Понятие товара, три уровня товара. 7.2. Классификация товаров. 7.3. Жизненный цикл товара. 7.4. Товарный ассортимент и товарная номенклатура. 7.5. Создание товара рыночной новизны.*	2	2				2					10
8	<b>Лекция 7</b> <b>Тема 8: «Ценовая политика фирмы»</b> 8.1. Понятие цены, спроса и предложения. 8.2. Система цен и их классификация 8.3. Структура цены. 8.4. Порядок ценообразования. 8.5. Стратегии ценообразования.*	2	2				2					10
	<b>Лекция 8</b> <b>Тема 9: «Планирование товародвижения и сбыта»</b> 9.1. Планирование товародвижения. 9.2. Виды посредников. 9.3. Оптовая торговля. 9.4. Розничная торговля. 9.5. Процесс товародвижения.*	2	2				2					5

<b>Лекция 9</b> <b>Тема 10. «Коммуникационная политика фирмы»</b> 10.1. Виды продвижения и план продвижения. 10.2. Этапы разработки эффективной коммуникации. 10.3. Реклама. 10.4. Связи с общественностью. 10.5. Персональные продажи.* 10.6. Стимулирование сбыта.*	1	2				1						5
<b>Тема 11. Маркетинг услуг</b> 11.1. Характеристика сферы услуг. 11.2. Особенности услуг. 11.3. Классификация сервисных продуктов.	-	-		10				10				5
<b>Тема 12. «Стратегия, планирование, контроль маркетинга»</b> 12.1. Стратегии роста фирмы. 12.2. Модели, используемые для принятия стратегических решений. 12.3. Разработка плана маркетинга. 12.4. Планирование маркетинг-микса. 12.5. Контроль маркетинга.*	-	1										6
Форма текущего контроля успеваемости (по срокам текущих аттестаций в семестре)	Входная конт. работа 1 аттестация 1-4 тема 2 аттестация 5-7 тема 3 аттестация 8-9 тема			Входная конт. работа 1 аттестация 1-4 тема 2 аттестация 5-7 тема 3 аттестация 8-9 тема			Входная конт. работа; Контрольная работа					
Форма промежуточной аттестации (по семестрам)	Экзамен (36 ч)			Экзамен (35 ч)			Экзамен (9 ч)					
<b>Итого</b>	17	17		38	9	9		54	4	4		91

#### 4.2.1 Содержание практических занятий

№ п/п	№ лекции из рабочей программы	Наименование лабораторного (практического, семинарского) занятия	Количество часов			Рекомендуемая литература и методические разработки (№ источника из списка литературы)
			Очно	Очно-заочно	Заочно	
1	2	3	4	5	6	7
1.	1	Маркетинг как концепция управления современным производством	2	-	-	1-5
2.	3	Основные понятия и опыт проведения маркетинговых исследований	2	-	-	1-5
3.	4	Процесс управления маркетингом	2	-	2	1-5
4.	-	Изучение потребителей	2	-	2	1-5
5.	5	Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара	-	2	-	1-5
6.	6	Товарная политика фирмы	2	2	-	1-5
7.	7	Ценовая политика фирмы	2	2	-	1-5
8.	8	Планирование товародвижения и сбыта	2	2	-	1-5
9.	9	Коммуникационная политика фирмы	2	1	-	1-5
10.	-	Стратегия, планирование, контроль маркетинга	1	-	-	1-5
ИТОГО			17	9	4	9



### 4.3. Тематика для самостоятельной работы студента

№ п/п	Тематика по содержанию дисциплины, выделенная для самостоятельного изучения	Количество часов из содержания дисциплины			Рекомендуемая литература и источники информации	Формы контроля СРС
		Очно	Очно-заочно	Заочно		
1	2	3	4	5	6	7
1.	<b>Тема 1: «Маркетинг как концепция управления современным производством»</b> 1.Формы маркетинга.* 2.Развитие маркетинга в России.*	2	2 2	5 5	1-6	Реферат
2.	<b>Тема 2: «Система маркетинговой информации»</b> Методы сбора маркетинговой информации.*	2	4	5	1-6	Доклад
3.	<b>Тема 3: «Основные понятия и опыт проведения маркетинговых исследований»</b> Эксперименты и их роль в проведении маркетинговых исследований.*	2	4	5	1-6	Доклад
4.	<b>Тема 4: «Процесс управления маркетингом»</b> Организация службы маркетинга.*	2	4	10	1-6	Доклад
5.	<b>Тема 5: «Изучение потребителей»</b>	2	4	10	1-6	Реферат
6.	<b>Тема 6: «Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара»</b> Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара	2	4	10	1-6	Реферат
7.	<b>Тема 7: «Товарная политика фирмы»</b> Создание товара рыночной новизны.*	2	4	10	1-6	Доклад
8.	<b>Тема 8: «Ценовая политика фирмы»</b> Стратегии ценообразования.*	2	4	10	1-6	Реферат
9.	<b>Тема 9: «Планирование товародвижения и сбыта»</b> Процесс товародвижения.*	2	4	5	1-6	Реферат
10.	<b>Тема 9 «Коммуникационная политика фирмы»</b> 1. Персональные продажи.* 2. Стимулирование сбыта.*	2	2 2	5	1-6	Реферат
11.	<b>Тема 11. Маркетинг услуг</b>	10	10	5	1-6	Реферат
12.	<b>Тема 12 «Стратегия, планирование, контроль маркетинга»</b> Контроль маркетинга.*	8	4	6	1-6	Реферат
<b>ИТОГО</b>		38	54	91		

## 5. Образовательные технологии

На протяжении изучения всего курса уделяется особое внимание установлению межпредметных связей с профильными дисциплинами направления подготовки, демонстрации возможности применения полученных знаний в практической деятельности.

В лекционных занятиях используются следующие инновационные методы:

- **групповая форма обучения** - форма обучения, позволяющая обучающимся эффективно взаимодействовать в микрогруппах при формировании и закреплении знаний;
- **компетентностный подход к оценке знаний** - это подход, акцентирующий внимание на результатах образования, причем в качестве результата рассматривается не сумма усвоенной информации, а способность человека действовать в различных проблемных ситуациях;
- **лично-ориентированное обучение**- это такое обучение, где во главе угла ставится личность обучаемого, ее самобытность, самооценку, субъективный опыт каждого сначала раскрывается, а затем согласовывается с содержанием образования;
- **междисциплинарный подход**- подход к обучению, позволяющий научить студентов самостоятельно «добывать» знания из разных областей, группировать их и концентрировать в контексте конкретной решаемой задачи;
- **развивающее обучение**- ориентация учебного процесса на потенциальные возможности человека и их реализацию. В концепции развивающего обучения учащийся рассматривается не как объект обучающих воздействий учителя, а как самоизменяющийся субъект учения.

В процессе выполнения практических занятий используются следующие методы:

- **исследовательский метод обучения** – метод обучения, обеспечивающий возможность организации поисковой деятельности обучаемых по решению новых для них проблем, процессе которой осуществляется овладение обучаемыми методами научными познания и развитие творческой деятельности;
- **метод рейтинга** - определение оценки деятельности личности или события. В последние годы начинает использоваться как метод контроля и оценки в учебно-воспитательном процессе;
- **проблемно-ориентированный подход**- подход, к обучению позволяющий сфокусировать внимание студентов на анализе и разрешении, какой-либо конкретной проблемной ситуации, что становится отправной точкой в процессе обучения.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивной форме, составляет не менее 20% (6,8 ч.) аудиторных занятий.

## 6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Фонд оценочных средств является обязательным разделом РПД (разрабатывается как приложение А к рабочей программе дисциплины).

**7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**  
**Рекомендуемая литература и источники информации (основная и дополнительная)**

Зав. библиотекой \_\_\_\_\_



(Алиева Ж.А.)

*подпись*

ФИО

№ п/п	Виды занятий	Необходимая учебная, учебно-методическая (основная и дополнительная) литература, программное обеспечение и Интернет ресурсы	Количество изданий	
			В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5
<b>ОСНОВНАЯ</b>				
1.	ЛК, ПЗ, СРС	Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / Е. И. Мазилкина. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. — 197 с. — ISBN 978-5-222-18945-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS	URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/4983.html">https://www.iprbookshop.ru/4983.html</a>	
2.	ЛК, ПЗ, СРС	Управление маркетингом: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / Н. Д. Эриашвили, А. В. Коротков, И. М. Синяева [и др.] ; под редакцией А. В. Коротков, И. М. Синяева. — 2-е изд. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 463 с. — ISBN 5-238-00883-X. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS	URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/71205.html">https://www.iprbookshop.ru/71205.html</a>	
3.	ЛК, ПЗ, СРС	Сидорова, С. А. Маркетинг: учебно-методическое пособие / С. А. Сидорова. — Самара: СамГУПС, 2020. — 96 с. — ISBN 978-5-6044457-2-3. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система	URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/161309">https://e.lanbook.com/book/161309</a>	
<b>ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ</b>				
4.	ЛК, ПЗ, СРС	Шацкая, И. В. Маркетинг: учебное пособие / И. В. Шацкая. — Москва: РТУ МИРЭА, 2020. — 180 с. — Текст : электронный // Лань: электронно-библиотечная система	URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/167584">https://e.lanbook.com/book/167584</a>	
5.	ЛК, ПЗ, СРС	Маркетинг: учебное пособие / составитель О.Н. Степанченко. — пос. Караваево: КГСХА, 2019. — 37 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система	URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/133578">https://e.lanbook.com/book/133578</a>	
6.	ЛК, ПЗ, СРС	Гареев, Т. Р. Основы международного маркетинга: учебное пособие / Т. Р. Гареев. — Калининград: Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта, 2009. — 244 с. — ISBN 978-5-88874-902-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS	URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/3165.html">https://www.iprbookshop.ru/3165.html</a>	

Программное обеспечение: MS Office. Internet Explorer.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

[www.garant.ru](http://www.garant.ru)

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

<http://www.marketing.spb.ru/read/article/a56.htm>

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение включает в себя:

библиотечный фонд (учебная, учебно-методическая, справочная экономическая литература, экономическая научная и деловая периодика);

компьютеризированные рабочие места для обучаемых с доступом в сеть Интернет;

аудитории, оборудованные проекционной техникой.

В ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет» имеются аудитории, оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS PowerPoint, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, а также электронные ресурсы сети Интернет.

На факультете информационных систем в экономике и управлении функционируют 2 компьютерных класса, предназначенных для проведения практических и лабораторных занятий. Компьютерные классы оснащены всем необходимым для проведения занятий оборудованием.

### Специальные условия инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

Специальные условия обучения и направления работы с инвалидами и лицами с ОВЗ определены на основании:

- Федерального закона от 29.12.2012 №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Федерального закона от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»;

- приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

- методических рекомендаций по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утвержденных Минобрнауки России 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Под специальными условиями для получения образования обучающихся с ОВЗ понимаются условия обучения, воспитания и развития, включающие в себя использование при необходимости адаптированных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего необходимую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания ДГТУ и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение ОПОП обучающихся с ОВЗ.

Обучение в рамках учебной дисциплины обучающихся с ОВЗ осуществляется ДГТУ с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Обучение по учебной дисциплине обучающихся с ОВЗ может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

В целях доступности обучения по дисциплине обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- наличие альтернативной версии официального сайта ДГТУ в сети «Интернет» для слабовидящих;

- весь необходимый для изучения материал, согласно учебному плану (в том числе, для обучающихся по индивидуальным учебным планам) предоставляется в электронном виде на диске.

- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

- обеспечение возможности выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-проводника, к зданию ДГТУ.

2) для лиц с ОВЗ по слуху:

- наличие микрофонов и звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования (аудиоколонки);

3) для лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и других приспособлений).

Перед началом обучения могут проводиться консультативные занятия, позволяющие студентам с ОВЗ адаптироваться к учебному процессу.

В процессе ведения учебной дисциплины научно-педагогическим работникам рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи обучающимся с ОВЗ в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в учебной группе.

Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине для обучающихся с ОВЗ устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и др.). При необходимости предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене

### 9. Лист изменений и дополнений к рабочей программе

Дополнения и изменения в рабочей программе на 20\_\_\_/20\_\_\_ учебный год.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1. ....;
2. ....;
3. ....;
4. ....;
5. ....

или делается отметка о нецелесообразности внесения каких-либо изменений или дополнений на данный учебный год.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры «Технология пищевых производств, общественного питания и товароведения» от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ года, протокол № \_\_\_\_\_.

Заведующая кафедрой ТППОПиТ \_\_\_\_\_ А.Ф. Демирова, д.т.н., доцент  
(подпись, дата) (ФИО, уч. степень, уч. звание)

#### Согласовано:

Декан \_\_\_\_\_  
(подпись, дата) (ФИО, уч. степень, уч. звание)

Председатель МС факультета \_\_\_\_\_  
(подпись, дата) (ФИО, уч. степень, уч. звание)