

	Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
	федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный аграрный университет»
	ФГБОУ ВО Уральский ГАУ
	Рабочая программа учебной дисциплины ЕН.03 Основы экономики, менеджмента и маркетинга
ЕН	Факультет среднего профессионального образования

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ЕН.03 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И
МАРКЕТИНГА**

Для специальности
36.02.01 Ветеринария

Екатеринбург 2024

Рабочая программа учебной дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО) 36.02.01 Ветеринария

Организация-разработчик: ФГБОУ ВО Уральский ГАУ, факультет среднего профессионального образования

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	13
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	14

1. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО по специальности 36.02.01 Ветеринария

Рабочая программа учебной дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовки работников в области агрономии при наличии среднего (полного) общего образования.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: дисциплина относится к группе математического и общего естественнонаучного цикла.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен освоить общие и профессиональные компетенции:

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 02	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 09	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

уметь:

- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные положения экономической теории;
- принципы рыночной экономики;
- современное состояние и перспективы развития отрасли;
- роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
- формы оплаты труда;
- стили управления, виды коммуникации;
- принципы делового общения в коллективе;
- управленческий цикл;
- особенности менеджмента в области агрономии;
- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;
- формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.

1.4. Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 140 часов, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 108 часов;
самостоятельной работы обучающегося 32 часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	140
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	108
В том числе:	
Практические занятия (ПЗ)	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего), в том числе:	32

внеаудиторная самостоятельная работа (работа с учебной литературой, конспектом лекций, выполнение индивидуальных заданий, творческие работы разных видов, поиск информации в сети Интернет).	32
Промежуточная аттестация в форме - зачет	4 семестр

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект), (если предусмотрены).	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1 Основы экономики			
Тема 1.1 Основные понятия об экономике и ее структуре	Содержание учебного материала	9	
	1. Экономика как хозяйство общества уровни анализа экономических	2	1
	2. Структура экономики, ее взаимосвязанные сферы: производство, распределение, обмен и потребление. Экономические системы: традиционная экономическая система, командная экономическая система, рыночная система, смешанная экономическая система. Принципы рыночной экономики.	2	1
	Лабораторные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся		
	1. Оценка критериев и сравнительная характеристика типов классификации экономических систем. 2. Изучение параметров смешанной экономики. 3. Подготовка доклада «Экономическая теория и экономическая действительность. Этапы теоретического исследования»	5	
Тема 1.2 . Содержание экономики отрасли и предприятия	Содержание учебного материала	25	
	1. Сферы и отрасли экономики. Их характеристика и взаимосвязь. Межотраслевые комплексы. Современное состояние и перспективы развития отрасли сельского хозяйства	1	1,2
	2. Роли и организация хозяйствующих субъектов в рыночной экономике. Предприятие как хозяйствующий субъект рыночной экономики. Виды предприятий и их классификация. Организационно-правовые формы предприятий (организаций). Техно-экономические особенности предприятий сельского хозяйства	1	1,2
	3. Трудовые ресурсы предприятия: состав, движение, качественная и количественная оценка. Государственная система регулирования оплаты труда. Оплата труда на предприятии: формы и	2	2

		системы. Производительность труда и методы ее измерения, их экономическое значение.		
	4.	Экономический смысл себестоимости продукции. Классификация затрат, составляющих себестоимость продукции, методы ее калькуляции. Виды прибыли и рентабельности: понятие, методы расчета. Цена предприятия как объекта на рынке. Виды цен. Механизмы ценообразования на продукцию (услуги). Ценовая политика предприятия. Производственная программа предприятия. Бизнес-план, его назначение и содержание.	2	
	Практические занятия:		14	
	1.	Определение показателей экономической эффективности использования основных производственных фондов.	2	2
	2.	Определение показателей экономической эффективности использования основных производственных фондов.	2	
	3.	Определение показателей производительности труда	2	
	4.	Расчет себестоимости с/х продукции	2	
	5.	Определение средней цены реализации продукции сельскохозяйственного производства и переработки, экономической связи цены реализации и прибыли	2	
	6.	Определение прибыли и рентабельности производства и переработки продукции на предприятии	2	
	7.	Определение и планирование основных показателей деятельности предприятия.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся:			2
	1. Изучение методов измерения производительности труда, условий их применения 2. Описание механизмов и последовательности установления цены в зависимости от выбранной стратегии рыночного поведения предприятия.		5	
Раздел 2. Менеджмент предприятия				
Тема 2.1.		Содержание учебного материала.	10	2

Сущность, цели и задачи менеджмента	1.	Понятие о менеджменте. Цели и задачи менеджмента предприятия. Функции менеджмента: планирование, организация, мотивация, координация, регулирование, учет, анализ, контроль за исполнением. Методы управления предприятием: административные, экономические социально-психологические	2	
	2.	Понятие об организационной	2	

		структуре управления, ее взаимосвязь с производственным процессом и производственной структурой предприятия. Виды звеньев управления, их взаимное расположение, связи и подчиненность. Типы и виды организационных структур управления.		
	Практические занятия:			
	1.	Разработка и оптимизация структуры управления предприятием	4	
	Самостоятельная работа обучающихся:			
	Описание сравнительной характеристики формальных и неформальных организаций		2	
Тема 2.2. Связующие процессы.	Содержание учебного материала:		14	
	1.	Процесс коммуникаций и эффективность управления. Виды коммуникаций. Преграды в организационных коммуникациях. Совершенствование коммуникаций на предприятиях. Принципы делового общения в коллективе..	2	2
	2.	Управленческий цикл. Природа процесса принятий управленческого решения. Классификация решений. Модели и методы принятия решений. Применение методов оптимизации в планировании производства, снабжении материально-техническими ресурсами, переработке и сбыте сельскохозяйственной продукции..	2	2
	Практические занятия:		6	
	1.	Построение модели процесса коммуникации в управлении	2	
	2.	Анализ ситуации «Проблемы вербальной коммуникации	2	
	3.	Исследование и оценка приемов делового общения в менеджменте	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: ответить на вопросы к теме.			
	1.	Изучение видов, причин и последствий конфликтов на предприятии	4	
	Тема 2.3 Особенности менеджмента в области растениеводства	Содержание учебного материала:		6
1.		Факторы, влияющие на выбор растениеводческой отрасли. Управление производственным циклом в растениеводческой отрасли. Структура управления предприятием выбранного типа. Организация труда при производстве, переработке и реализации продукции растениеводства.	2	2
Самостоятельная работа обучающихся:			1	
1.		Систематизация особенностей менеджмента в области растениеводства	4	

Раздел 3. Основы маркетинга				
Тема 3.1 Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга	Содержание учебного материала.		6	2
	1.	Понятие и цели маркетинга. Функции маркетинга: аналитическая, продуктивно - производственная, сбытовая, функция управления, коммуникаций и контроля. Социально-экономические категории маркетинга и их взаимосвязи. Основные принципы маркетинговой деятельности: ориентация на потребителя, сегментация и выявление целевого рынка, адаптация производства и сбыта к изменениям (к рыночной ситуации), инновация, стратегическое планирование	2	2
	Самостоятельная работа:		4	2
	1. Изучение эволюционного развития концепции маркетинга. 2. Описание основных концепций рыночных отношений и характеристика их содержания		4	
Тема 3.2 Маркетинговые исследования и стратегии	Содержание учебного материала.		8	
	1.	Изучение внешней макро- и микросреды маркетинга. Изучение рынка. Изучение мотиваций потребителя. Сегментация рынка и ее основные критерии. Изучение внутренней среды маркетинга. Выбор целевого рынка. Методы маркетинговых исследований. Процесс и план маркетинговых исследований	2	2
	2.	Планирование маркетинга. Методология разработки маркетинговой стратегии. Основные направления маркетинговой стратегии. Виды маркетинговых стратегий в зависимости от рыночного спроса, уровня конкуренции и доли рынка	2	2
	Практические занятия:			
	1.	Разработка комплекса маркетинга в отношении товара, цены, методов его стимулирования и продвижения	2	
	Самостоятельная работа:			
	1.	Описание методик, используемых для выбора конкретной маркетинговой стратегии	2	
Тема 3.3 Маркетинг в области растениеводства и животноводства	Содержание учебного материала.		9	
	1.	Особенности формирования рынка продукции растениеводства. Основные направления развития комплекса маркетинга в сфере производства, переработки и реализации продукции растениеводства.	1	2

	2.	Проведение маркетинговых исследований аграрного бизнеса в сфере молочного и мясного животноводства, кормопроизводства и растениеводства на предмет анализа конъюнктуры рынка, инвестиционной	1	2
--	----	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---

		привлекательности, ценовой политики, рынков сбыта и закупки сырья, конкурентной среды, тенденций развития.		
	Практические занятия			
	1.	Анализ и характеристика основных приемов продвижения товаров на рынке	4	
	Самостоятельная работа			
	1.	Описание основных рекламных средств, технологии и специфики их применения предприятиями аграрного бизнеса	3	
	ВСЕГО:		140	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
- 3.– продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Чтобы получить необходимое представление о дисциплине и о процессе организации её изучения, целесообразно в первые дни занятий ознакомиться с рабочей программой дисциплины в электронном варианте.

Успешное освоение дисциплины предполагает следующие действия:

- изучение учебной и учебно-методической литературы по дисциплине;
- сразу же после каждой лекции и практического занятия «просматривать» конспекты лекций и выполненные задания – это позволит закрепить и усвоить материал;
- в случае, если анализ проведенных расчетов не выполнен на практическом занятии, необходимо сразу это задание выполнить дома;
- не откладывать до последнего подготовку отчета о самостоятельной работе, имея в виду, что самостоятельная тематика входит в число контрольных вопросов для текущей и промежуточной аттестации.

При подготовке к промежуточной аттестации, необходимо выявить за счет каких источников будут «закрываются» все контрольные вопросы: лекционные и практические материалы, отчет о самостоятельной работе, учебная литература.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия кабинета социально-экономических дисциплин (4414).

Кабинет социально-экономических дисциплин 4414	Доска аудиторная, столы аудиторные, скамейки или стулья, переносная мультимедийная установка и ноутбук, плакаты, таблицы, схемы.	ОС Windows– Акт предоставления прав №Tr017610 Лицензия Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition Лицензионный сертификат 1AF2-160218-091916-703-155.
------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы:

Основные источники:

1. Основы экономической теории: учебник и практикум для СПО / С. А. Толкачев [и др.]; под ред. С. А. Толкачева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт. Ссылка на информационный ресурс: <https://biblio-online.ru/book/osnovy-ekonomicheskoy-teorii-433512>
2. Коршунов, В. В. Основы экономической теории: учебник для СПО / В. В. Коршунов. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт. Ссылка на информационный ресурс: <https://biblio-online.ru/book/osnovy-ekonomicheskoy-teorii-438967>

Дополнительные источники:

1. Куликов, Л. М. Основы экономической теории: учебник для СПО / Л. М. Куликов. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайтс. Ссылка на информационный ресурс: <https://biblio-online.ru/book/osnovy-ekonomicheskoy-teorii-431716>

2. Основы экономической теории: учебник для СПО / Е. Н. Лобачева [и др.] ; под ред. Е. Н. Лобачевой. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт. Ссылка на информационный ресурс: <https://biblio-online.ru/book/osnovy-ekonomicheskoy-teorii-431309>
3. Днепров, М. Ю. Основы экономической теории: учебник для СПО / М. Ю. Днепров, О. В. Михайлюк, В. А. Николаев. — М.: Издательство Юрайт. Ссылка на информационный ресурс: <https://biblio-online.ru/book/osnovy-ekonomicheskoy-teorii-430565>
4. Основы экономической теории: учебник и практикум для СПО / В. М. Пищулов [и др.]; под общ. ред. В. М. Пищулова. — М.: Издательство Юрайт. Ссылка на информационный ресурс: <https://biblio-online.ru/book/osnovy-ekonomicheskoy-teorii-438071>

Периодические источники:

1. Журнал АПК: Экономика ,управление
2. Журнал Маркетинг в России и за рубежом
3. Журнал Менеджмент в России и за рубежом

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

1. Харлап С.Ю. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы [Текст] : учебно-методическое пособие для самостоятельной работы студентов / С.Ю. Харлап ; Уральский ГАУ, каф. химии, почвоведения и агроэкологии. - Екатеринбург : [б. и.], 2018

Интернет источники:

- 1) Интернет-ресурсы библиотеки:
 - электронные учебно-методические ресурсы (ЭУМР),
 - электронный каталог Web ИРБИС;
 - электронные библиотечные системы: ЭБС «Лань» – Режим доступа: <http://e.lanbook.com>., ООО «Национальный цифровой ресурс «Руконт» - Режим доступа; ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ»; ООО «Ай Пи ЭрМедиа».
 - доступ к информационным ресурсам «eLIBRARY», «УИС РОССИЯ» и «Polpred.com».
- 2) Справочная правовая система «Консультант Плюс»
- 3) Научная поисковая система - ScienceTechnology,
- 4) Международная информационная система по сельскому хозяйству и смежным с ним отраслям - AGRIS,
- 5) Информационный портал по сельскому хозяйству и аграрной науке - AGRO-PROM.RU
- 6) Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ОК 02,03,09	
<i>Уметь:</i>	
рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;	Оценка практических занятий, внеаудиторной самостоятельной работы (индивидуальные задания).
применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;	Оценка практических занятий
анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;	Оценка практических занятий, внеаудиторной самостоятельной работы (индивидуальные задания).
<i>Знать</i>	
основные положения экономической теории;	Тестирование, устный опрос, беседа.
принципы рыночной экономики; современное состояние и перспективы развития отрасли;	Тестирование, устный опрос, беседа.
роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;	Оценка практических занятий
механизмы ценообразования на продукцию (услуги);	Оценка практических занятий
формы оплаты труда;	Оценка практических занятий
стили управления, виды коммуникации;	Оценка практических занятий
принципы делового общения в коллективе;	Оценка практических занятий
управленческий цикл;	Оценка практических занятий
особенности менеджмента в области агрономии;	Оценка практических занятий
сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;	Оценка практических занятий
формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации	Оценка практических занятий, внеаудиторной самостоятельной работы (индивидуальные задания)

	Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
	федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный аграрный университет»
	ФГБОУ ВО Уральский ГАУ
	Рабочая программа учебной дисциплины ЕН.03 Основы экономики, менеджмента и маркетинга
ЕН	Факультет среднего профессионального образования

*Приложение
к программе СПО
по профессии*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ЕН.03 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И
МАРКЕТИНГА**

Для специальности
36.02.01 Ветеринария

**ПАСПОРТ
ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине**

Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации предназначен для проверки результатов освоения учебной дисциплины **Основы экономики, менеджмента и маркетинга**

Промежуточная аттестация по дисциплине завершает освоение обучающимися программы дисциплины и осуществляется в форме экзамена.

Текущий контроль осуществляется на каждом занятии в ходе освоения материала в форме устного (письменного) опроса, тестирования, внеаудиторной самостоятельной работы.

Планируемые результаты обучения

Результаты обучения: знания и умения, компетенции, подлежащие контролю при проведении текущего контроля и промежуточной аттестации:

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	ПК, ОК	Наименование темы	У р о в е н ь о с в о е н и я т е м ы	Наименование контрольно-оценочного средства	
				Текущий контроль	Промежуточн ая аттестация
1	2	3	4	5	6
Раздел 1 - Основы экономики					Вопросы к экзамену
уметь: У1 рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; У2 применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; У3 анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг. знать: З1 основные положения экономической	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ОК 10 ОК 11	Тема 1.1 Основные понятия об экономике и ее структуре	2	<i>Устный (письменный) опрос</i> <i>Тестирование</i> <i>Самостоятельная работа (внеаудиторная)</i>	

<p>теории;</p> <p>32 принципы рыночной экономики;</p> <p>33 современное состояние и перспективы развития отрасли;</p> <p>34 роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;</p> <p>35 механизмы ценообразования на продукцию</p>					
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

<p>(услуги);</p> <p>36 формы оплаты труда;</p> <p>37 стили управления, виды коммуникации;</p> <p>38 принципы делового общения в коллективе;</p> <p>39 управленческий цикл;</p> <p>310 особенности менеджмента в области агрономии;</p> <p>311 сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;</p> <p>312 формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.</p>					
<p>У1, У2, У3 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 310, 311, 312</p>	<p>ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ОК 10 ОК 11</p>	<p>Тема 1.2 . Содержание экономики отрасли и предприятия</p>	<p>2</p>	<p><i>Устный (письменный) опрос</i> <i>Тестирование</i> <i>Самостоятельная работа (внеаудиторная)</i></p>	
<p>Раздел 2 – Менеджмент предприятия</p>					

У1, У2, У3 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 312	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ОК 10 ОК 11	Тема 2.1. Сущность, цели и задачи менеджмента	2	<i>Устный (письменный) опрос</i> <i>Тестирование</i> <i>Самостоятельная работа (внеаудиторная)</i>	
У1, У2, У3 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 312	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7	Тема 2.2. Связующие процессы.	2	<i>Устный (письменный) опрос</i> <i>Тестирование</i> <i>Самостоятельная работа (внеаудиторная)</i>	
	ОК 8 ОК 9 ОК 10 ОК 11				
У1, У2, У3 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 312	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ОК 10 ОК 11	Тема 2.3. Особенности менеджмента в области растениеводства	2	<i>Устный (письменный) опрос</i> <i>Тестирование</i> <i>Самостоятельная работа (внеаудиторная)</i>	
Раздел 3 – Основы маркетинга					
У1, У2, У3 31, 32, 33, 34, 35, 310, 311, 312	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ОК 10 ОК 11	Тема 3.1. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга	2	<i>Устный (письменный) опрос</i> <i>Тестирование</i> <i>Самостоятельная работа (внеаудиторная)</i>	

У1, У2, У3 31, 32, 33, 34, 35, 310, 311, 312	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ОК 10 ОК 11	Тема 3.2. Маркетинговые исследования и стратегии	2	<i>Устный (письменный) опрос</i> <i>Тестирование</i> <i>Самостоятельная работа</i> <i>(внеаудиторная)</i>	
У1, У2, У3 31, 32, 33, 34, 35, 310, 311, 312	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6	Тема3.3. Маркетинг в области растениеводства и животноводства	2	<i>Устный (письменный) опрос</i> <i>Тестирование</i> <i>Самостоятельная работа</i> <i>(внеаудиторная)</i>	
	ОК 7 ОК 8 ОК 9 ОК 10 ОК 11				

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Текущий контроль осуществляется при проведении практических занятий.

Устный (письменный) опрос – контроль, проводимый после изучения материала по одному или нескольким темам (разделам) дисциплины в виде ответов на вопросы и обсуждения ситуаций.

Тесты – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося, полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

При проведении тестирования обучающийся получает задание и выполняет его письменно или с использованием компьютера (при компьютерном тестировании). Время выполнения задания (как правило) – 45 минут.

Общий процент результативности обучения является суммарным: оценки выполнения устного (письменного) опроса, тестовых заданий, внеаудиторной самостоятельной работы.

Процент результативности	Оценка уровня подготовки	
	балл (отметка)	вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
80 ÷ 89	4	хорошо
70 ÷ 79	3	удовлетворительно
менее 70	2	неудовлетворительно

Оценка общих и профессиональных компетенций по дисциплине выставляется на основании результатов текущего контроля знаний (не менее 70% выполнения заданий; уровень оценки результатов обучения освоения компетенций: обучающийся обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине, способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что позволит ему в дальнейшем развить такие качества умственной деятельности, как глубина, гибкость, критичность, доказательность, эвристичность). Результат обучающегося менее 70% баллов за задания свидетельствует о недостаточном уровне сформированности компетенций на данном этапе.

Оценочные средства для текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

№	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
2	Индивидуальное собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3	Решение задач	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом.	Задания по учебнику (пособию)
4	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений в соответствии с темами дисциплины

Все запланированные контрольные, самостоятельные работы и тесты по дисциплине обязательны для выполнения.

В соответствии с принципами технологии групповой работы при оценивании электронной презентации выставляется одна оценка всем участникам микрогруппы.

Контрольно-оценочный материал для текущего контроля

Инструкция

1. Последовательно и внимательно читайте вопросы, отвечайте в заданной последовательности.
2. Максимальное время выполнения задания – 90мин.
3. Задание №1 выполняется письменно
4. Задание №2 предполагает тестирование.

Вариант 1

Задание №1

Ответить на вопросы:

1. Сущность и значения понятия менеджмент.
2. Соотношение понятий управление и менеджмент.
3. Виды менеджмента.
4. Основные принципы менеджмента.
5. Условия и предпосылки возникновения менеджмента.
6. Роль маркетинга в рыночной экономике.
7. Особенности развития маркетинга в России.
8. Сущность, принципы и основные функции маркетинга.
9. Специфика сельскохозяйственного маркетинга.
10. Социальные основы маркетинга.

Задание №2

Ответьте на вопросы тестирования.

1. Менеджмент – это _____
2. Причины появления науки управления на стыке XIX и XX веков
 1. достижение высокого уровня механизации производства;
 2. появление плеяды блестящих ученых из числа руководителей производства;
 3. существенное увеличение масштабов и сложность производства;
 4. ужесточение конкуренции на товарных рынках.
3. Причины работы с прохладцей по Ф.Тейлору
 1. боязнь, что повышение выработки вызовет склонность людей к праздности;
 2. боязнь, что повышение выработки вызовет не приведет к росту заработной платы;
 3. боязнь, что повышение выработки вызовет увольнение тех, кто не справляется с повышенной нормой выработки, безработицу;
 4. боязнь, что повышение выработки приведет к низкой квалификации рабочих.
4. Сущность дифференциально-сдельного расчета Ф.Тейлора
 1. сдельные расценки за выполнение урока, премии различной величины за различные уровни его перевыполнения;
 2. сдельные расценки за выполнение урока, повышенные расценки за его перевыполнение;
 3. сдельные расценки за выполнение урока;
 4. сдельные расценки за выполнение урока, премии за его перевыполнение и даже неполное выполнение.
5. Концепция («руководящая идея») системы Г.Форда
 1. повышение качества не должно приводить к удорожанию производства;
 2. в методах производства никогда не должно быть застоя;

3. неправильно начинать производство пока не усовершенствован сам фабрикат; в методах

производства никогда не должно быть застоя; острями на предприятии являются человек и машина, вместе выполняющие работу; производить с минимальными затратами материала и человеческой силы и продавать с минимальной прибылью, полагаясь на размеры сбыта;

4. острями на предприятии являются человек и машина, вместе выполняющие работу.

6. Что является главным в определении маркетинг:

- а) сбыт товара;
- б) снижение издержек производства;
- в) удовлетворение потребностей потребителей;
- г) установление цены товара;

7. К какому критерию сегментирования относится формирование сегмента по составу семьи:

- а) географическому;
- б) демографическому;
- в) поведенческому;
- г) психографическому;

8. Прямой маркетинг - это:

- а) устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем;
- б) устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей;
- в) продажа товаров с помощью почты, телефона, телевидения;
- г) благожелательное представление товара в СМИ.

9. Определите, в какое из направлений маркетинговых исследований входит установление емкости рынка:

- а) изучение товара;
- б) изучение рынка;
- в) изучение покупателей;
- г) изучение конкурентов.

10. В чем основное отличие рынка товаров промышленного назначения от рынков товаров широкого потребления?

- а) на нем меньше покупателей и они крупнее и профессиональнее;
- б) спрос на товары зависит от спроса на товары широкого потребления;
- в) спрос на товары резко меняется.

Критерии оценки выполненного задания №1 (для самоконтроля):

Всего вопросов – 10

Правильных ответов	8-10	6-7	4-5	Менее 4
Оценка	5	4	3	2

Критерии оценки выполненного задания №2 (для самоконтроля):

Всего вопросов – 10

Правильных ответов	8-10	6-7	4-5	Менее 4
Оценка	5	4	3	2

Инструкция

1. Последовательно и внимательно читайте вопросы, отвечайте в заданной последовательности.
2. Максимальное время выполнения задания – 90мин.
3. Задание №1 выполняется письменно
4. Задание №2 часть предполагает ответы на тестирование.

Вариант 2

Задание №1

Ответить на вопросы:

1. Основные направления и школы менеджмента.
2. Школа научного управления
3. Идеи Ф.Тейлора в России.
4. Вклад отечественных ученых в становление менеджмента
5. Школа административного управления
6. Сущность маркетинговых концепций и условия их применения.
7. Виды спроса на рынке.
8. Внешняя маркетинговая среда предприятия.
9. Внутренняя маркетинговая среда предприятия.
10. Организация службы маркетинга на предприятия, функциональная организация.

Задание №2

Ответьте на вопросы тестирования.

1. Главное отличие пропаганды от рекламы в:

- а) ее платности;
- б) ее личном характере;
- в) ее общественном характере;
- г) она не оплачивается.

2. Обязательным элементом процесса коммуникации должен быть:

- а) реклама;
- б) стимулирование сбыта;
- в) обратная связь;
- г) все перечисленные.

3. К каналам личной коммуникации можно отнести:

- а) общение одного лица с аудиторией;
- б) прямую почтовую рекламу;
- в) рекламу по телевидению;
- г) печатную рекламу.

4. Затраты фирмы на рекламу составляют:

- а) 1 % от суммы продаж;
- б) 2-10 % от суммы продаж;
- в) 20 % от суммы продаж;
- г) зависит от вида хозяйственной деятельности фирмы.

5. Нужда становится мотивом совершения покупки, когда:

- а) человек удовлетворяет ее;
- б) она достигает максимального уровня;
- в) в процессе ее удовлетворения;
- г) с момента ее появления.

6. Главное отличие системы Г.Форда от системы Ф.Тейлора

1. система Г.Форда охватывала более широкий круг вопросов, чем система Ф.Тейлора;

2. рационализация Ф.Тейлора была рассчитана преимущественно на ручной труд, рационализация Г.Форда - на высокомеханизированный;

3. система Г.Форда охватывала всю его компанию, а система Ф.Тейлора – только отдельные участки сталеплавильного предприятия;
 4. у Ф.Тейлора не было социальной программы, а у Г.Форда была.
7. Состав элементов (функций) управления по А.Файолю
1. предвидение, организация, мотивация, руководство, контроль;
 2. предвидение, организация, распорядительство, координирование, контроль;
 3. предвидение, организация, руководство, координирование, контроль;
 4. предвидение, организация, координирование, мотивация, контроль.
8. Три основные требования к системе управления по целям
1. деятельность руководителей должна оцениваться по их достижениям, а не по тому, как они проводят свое время;
 2. руководители должны знать о характере вознаграждения за достижение целей;
 3. руководители должны знать, в чем состоят их цели;
 4. руководители должны знать о характере вознаграждения за достижение целей; руководители должны знать, в чем состоят их цели; руководители должны знать, в чем состоят их цели; руководители должны иметь право голоса при определении их целей.
9. Ученый, предложивший «системы менеджмента»
1. К. Арджирис;
 2. Д. Мак-Грегор;
 3. К. Левин;
 4. Р. Лайкерт
10. Состав групп потребностей в теории А. Маслоу
1. физиологические, морально-нравственные, социальные, уважения;
 2. физиологические, безопасности и уверенности в будущем, морально-нравственные;
 3. физиологические, безопасности и уверенности в будущем, социальные, уважения, морально-нравственные;
 4. физиологические, безопасности и уверенности в будущем, социальные, уважения, самовыражения.

Критерии оценки выполненного задания №1 (для самоконтроля):

Всего вопросов – 10

Правильных ответов	8-10	6-7	4-5	Менее 4
Оценка	5	4	3	2

Критерии оценки выполненного задания №2 (для самоконтроля):

Всего вопросов – 10

Правильных ответов	8-10	6-7	4-5	Менее 4
Оценка	5	4	3	2

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Форма проведения промежуточной аттестации – экзамен.

Экзаменационная работа по дисциплине содержит часть с устными ответами.

Итоговая оценка промежуточной аттестации складывается на основе средней арифметической баллов, полученных за практическое задание и устный ответ

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УСТНОГО ОТВЕТА СТУДЕНТА НА ЭКЗАМЕНЕ

- **оценка «5» (отлично)** ставится, если студент:

- 1) полно излагает изученный материал по конкретному вопросу, даёт правильное определение основных понятий;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные;
- 3) излагает ответ на вопросы последовательно и правильно.

- **оценка «4» (хорошо)** ставится, если студент даёт ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для отметки "5", но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочёта в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

- **оценка «3» (удовлетворительно)** ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или ссылке на нормативно-правовые акты;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

- **оценка «2» (неудовлетворительно)** ставится, если студент обнаруживает незнание большей части содержания ответа на поставленные перед ним вопросы, допускает ошибки в формулировке определений, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал, что является серьёзным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Вопросы к экзамену

1. Сущность и значения понятия менеджмент.
2. Соотношение понятий управление и менеджмент.
3. Виды менеджмента.
4. Основные принципы менеджмента.
5. Условия и предпосылки возникновения менеджмента.
6. Основные направления и школы менеджмента.
7. Школа научного управления
8. Идеи Ф.Тейлора в России.
9. Вклад отечественных ученых в становление менеджмента
10. Школа административного управления
11. Административная теория А. Файоля. Принципы и функции управления
12. Школа «человеческих отношений». Хоторнский эксперимент Э. Мэйо.
13. Школа поведенческих наук.
14. Интегральные подходы в теории управления организациями: процессный, системный, ситуационный.
15. Национальные стили менеджмента
16. Управление персоналом в Японии: модель человеческого капитала.
17. Традиционная модель работы с персоналом в США: модель трудового рынка.
18. Европейская модель менеджмента
19. Особенности развития российского менеджмента.
20. Понятие и виды организаций.
21. Основные внутренние переменные организации: цели, структура, задачи, технологии, персонал.
22. Характеристики и структура внешней среды организации. Основные факторы среды прямого воздействия и характер их влияния на работу организаций.
23. Организационное поведение и его диагностика. Аудит человеческих ресурсов.
24. Организационная культура современной организации.
25. Типология организационной культуры.
26. Командный менеджмент.
27. Формирование и диагностика трудового коллектива.
28. Функции менеджмента.
29. Планирование как функция менеджмента
30. Понятие и виды целей. Требования к целям.
31. Миссия организации и её роль.
32. Сущность стратегического планирования.
33. Оценка и анализ внешней и внутренней среды. SWOT-анализ.
34. Организационная функция менеджмента: ее сущность и элементы.
35. Понятия мотивации и стимулирования.
36. Содержательные и процессуальные теории мотивации: анализ и возможности практического применения.
37. Теории мотивации отечественных специалистов.
38. Модели и методы принятия решений. Условия эффективности управленческих решений.
39. Контроль как функция управления. Виды контроля.
40. Сущность контроллинга.
41. Понятие и специфика руководства и лидерства.
42. Теории лидерства.

43. Понятие стиля работы менеджера.
44. Методы управления.
45. Имидж руководителя.
46. Значение самоменеджмента руководителя для повышения эффективности управленческой деятельности.
47. Виды и технологии самоменеджмента.

48. Конфликты в системе управления. Понятие и виды конфликтов.
49. Структура и динамика конфликтов. Причины и условия возникновения конфликтных ситуаций.
50. Роль менеджера в управлении конфликтами. Переговоры как способ разрешения конфликтов.
51. Роль маркетинга в рыночной экономике.
52. Особенности развития маркетинга в России.
53. Сущность, принципы и основные функции маркетинга.
54. Специфика сельскохозяйственного маркетинга.
55. Социальные основы маркетинга.
56. Сущность маркетинговых концепций и условия их применения.
57. Виды спроса на рынке.
58. Внешняя маркетинговая среда предприятия.
59. Внутренняя маркетинговая среда предприятия.
60. Организация службы маркетинга на предприятии, функциональная организация.
61. Организация службы маркетинга по географическому и дивизионному принципу.
62. Организация службы маркетинга по товарному и товарно-рыночному принципу.
63. Организация службы маркетинга по потребителям и рыночному принципу.
64. Сущность целевого рынка предприятия.
65. Методы сегментирования рынка.
66. Критерии сегментирования рынка.
67. Требования к сегментам и способы охвата рынка.
68. Методы определения ёмкости рынка.
69. Позиционирование товара.
70. Маркетинговая информационная система (МИС).
71. Типы рыночных исследований.
72. Методы исследования рынка.
73. Источники информации в маркетинге (первичная, вторичная).
74. Основные этапы исследования, требования к выборке.
75. Типы вопросов в исследованиях и требования к ним.
76. Модель покупательского поведения потребителей.
77. Система факторов, оказывающих влияние на поведение потребителей.
78. Процесс решения потребителя о покупке.
79. Отличия промышленного и потребительского рынка.
80. Модель влияния на потребителей факторов: цена, качество, сервис.
81. Маркетинговое понимание товара.
82. Товар и его классификации.
83. Жизненный цикл товара.
84. Товарно-знаковая практика в маркетинге.
85. Ассортиментная политика предприятия.
86. Решения по упаковке и качеству товаров.

1. ОСОБЕННОСТИ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В ходе текущего контроля осуществляется индивидуальное общение преподавателя с обучающимся. При наличии трудностей и (или) ошибок у обучающегося преподаватель в ходе текущего контроля дублирует объяснение нового материала с учетом особенностей восприятия и усвоения обучающимся содержания материала учебной дисциплины.

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации обеспечивается соблюдение следующих требований:

для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья текущий контроль и промежуточная аттестация проводится с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких выпускников (далее - индивидуальные особенности).

проведение мероприятия по текущему контролю и промежуточной аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, допускается, если это не создает трудностей для обучающихся;

присутствие в аудитории ассистента, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, понять и оформить задание, общаться с преподавателем); предоставление обучающимся при необходимости услуги с использованием русского жестового языка, включая обеспечение допуска на объект сурдопереводчика, тифлопереводчика (в организации должен быть такой специалист в штате (если это востребованная услуга) или договор с организациями системы социальной защиты по предоставлению таких услуг в случае необходимости); обеспечение наличия звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; дублирование необходимой зрительной и звуковой информации для обучающегося звуковыми материалами (аудиофайлами или др.), материалами с текстовыми и графическими изображениями, знаками или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера в зависимости от потребностей обучающегося;

предоставление обучающимся права выбора последовательности выполнения задания и увеличение времени выполнения задания (по согласованию с преподавателем); по желанию обучающегося устный ответ при контроле знаний может проводиться в письменной форме или наоборот, письменный ответ заменен устным.