

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Б1.О.34 Менеджмент и маркетинг

Направление подготовки 35.03.03 – Агрохимия и агропочвоведение

Направленность (профиль) «Агрохимическая оценка и рациональное использование почв»

Квалификация выпускника бакалавр

Факультет агрономии, агрохимии и экологии

Кафедра управления и маркетинга в АПК

Преподаватели, подготовившие рабочую программу:
к.э.н., доцент Загвозкин М.В.

Воронеж – 2019 г.

Рабочая программа разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 35.03.03 Агрохимия и агропочвоведение, утвержденным приказом Министра образования и науки Российской Федерации от 26.07.2017 года № 702

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры управления и маркетинга в АПК (протокол № 10 от 7.06.2019 г.)

Заведующий кафедрой д.э.н., проф.



Е.В. Закшевская

Рабочая программа рекомендована к использованию в учебном процессе методической комиссией факультета агрономии, агрохимии и экологии (протокол №9 от 18.06.2019).

Председатель методической комиссии



Лукин А.Л.

1. Предмет. Цели и задачи дисциплины, её место в структуре образовательной программы

1.1. Цель дисциплины

Цель преподавания курса – сформировать у обучающихся представление о новом управленческом мышлении, навыки умения добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект, мотивы поведения других людей. Кроме того, сформировать представление о том, как при помощи грамотного использования рыночных законов удовлетворить потребности покупателей путем предложения им конкурентоспособных товаров, добиться адаптации и развития производства, а также получить определенную сумму прибыли, гарантирующую выживаемость предприятию в условиях рыночной экономики.

1.2. Задачи дисциплины

Основные задачи дисциплины:

- изучение теории и практики менеджмента агропромышленным производством, включая стадии распределения, обмена и потребления сельхозпродукции и сырья (как конкретного вида материальных благ и услуг, исходя из интересов отдельно взятого работника, трудовых коллективов и всего общества).
- формирование искусства современного управления АПК на основе обучения эффективному решению хозяйственных, коммерческих и иных задач, умения использовать общие и специфические приемы управления на отраслевом и межотраслевом уровнях;
- овладение передовым опытом системного подхода к взаимодействию различных факторов системы управления АПК на региональном уровне;
- познание природно-экономических, социальных и иных особенностей управления сельским хозяйством и другими сферами АПК в современных условиях.

1.3. Предмет дисциплины

Предметом дисциплины является совокупность общественных отношений, возникающих между людьми в процессе управления на разных уровнях и в различных звеньях социально-экономической системы.

1.4. Место дисциплины в образовательной программе

Дисциплина Б.1.О.34 «Менеджмент и маркетинг» относится к обязательной по направлению подготовки 35.03.03 Агрохимия и агропочвоведение

1.5. Взаимосвязь с другими дисциплинами

Дисциплина имеет взаимосвязь при изучении таких дисциплин как Б1.О.23 «Экономическая теория» и Б1.О.39 «Экономика и организация предприятий АПК»

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенция		Планируемые результаты обучения	
Код	Название	Код	Содержание
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	З1 _{УК-2}	Знает принципы постановки целей и выработки стратегий развития предприятия, принципы и методические подходы разработки, принятия и реализации управленческих решений
		У1 _{УК-2}	Умеет эффективно воздействовать на членов коллектива в ходе управления производственным процессом; - определять пути повышения эффективности менеджмента
		Н1 _{УК-2}	Имеет навыки постановки целей, разработки задач по ее достижению, принятия решений в наиболее сложных и не стандартных ситуациях

3. Объём дисциплины и виды учебной работы

3.1. Очная форма обучения

Показатели	5 семестр	всего зач.ед./ часов
Общая трудоёмкость дисциплины	3/108	3/108
Общая контактная работа*	36,65	36,65
Общая самостоятельная работа (по учебному плану)	71,35	71,35
Контактная работа** при проведении учебных занятий, в т.ч.	36,50	36,50
лекции	12	12
практические занятия	-	-
лабораторные работы	24	24
групповые консультации	0,5	0,5
Самостоятельная работа при проведении учебных занятий ***	62,5	62,5
Контактная работа промежуточной аттестации обучающихся, в т.ч.	0,15	0,15
курсовая работа	-	-
курсовой проект	-	-
зачет	0,15	0,15
экзамен	-	-
Самостоятельная работа при промежуточной аттестации, в т.ч.	8,85	8,85
выполнение курсового проекта	-	-
выполнение курсовой работы	-	-
подготовка к зачету	8,85	8,85
подготовка к экзамену	-	-
Вид промежуточной аттестации (зачёт, экзамен, курсовой проект (работа))	Зачет	Зачет

3.2. Заочная форма обучения

Показатели	5 семестр	6 семестр	всего зач.ед./ часов
Общая трудоёмкость дисциплины	3/108	3/108	3/108
Общая контактная работа*	2	6,65	8,65
Общая самостоятельная работа (по учебному плану)	34	65,35	99,35
Контактная работа** при проведении учебных занятий, в т.ч.	-	10,50	12,50
лекции	2	2	4
практические занятия	-	-	-
лабораторные работы	-	4	4
групповые консультации	-	0,5	0,5
Самостоятельная работа при проведении учебных занятий ***	-	90,50	90,50
Контактная работа промежуточной аттестации обучающихся, в т.ч.	-	0,15	0,15
курсовая работа	-	-	-
курсовой проект	-	-	-
зачет	-	-	-
экзамен	-	0,15	0,15
Самостоятельная работа при промежуточной аттестации, в т.ч.	-	8,85	8,85
выполнение курсового проекта	-	-	-
выполнение курсовой работы	-	-	-
подготовка к зачету	-	-	-
подготовка к экзамену	-	8,85	8,85
Вид промежуточной аттестации (зачёт, экзамен, курсовой проект (работа))	-	Зачет	Зачет

4. Содержание дисциплины

4.1. Содержание разделов учебной дисциплины.

1. СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ (МЕНЕДЖМЕНТА), ПРЕДМЕТ И МЕТОДЫ ПОЗНАНИЯ НАУКИ “УПРАВЛЕНИЕ”.

Предпосылки и необходимость управления в предприятиях. Менеджмент - рыночная теория управления, как стратегия деятельности предприятия. Сущность и содержание менеджмента. Цели и задачи менеджмента.

2. НАУЧНЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ: ЦЕЛЬ, ПРОЦЕСС, ФУНКЦИИ, ПРИНЦИПЫ И ЗАКОНОМЕРНОСТИ.

Миссия организации. Процесс управления, его структура и особенности. Функции менеджмента, их характеристика и закономерности. Принципы и закономерности в управлении.

3. МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ.

Сущность и классификация методов управления. Экономические методы управления и их содержание. Административные методы управления и их содержание. Социально-психологические методы управления и их содержание.

4. ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ.

Понятие субъекта и объекта управления. Организационная структура сельскохозяйственных предприятий. Внутренняя и внешняя среда организации. Структура управления. Типы и виды структур управления.

5. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ.

Руководитель в системе управления: основные качества руководителя, особенности его работы. Управление человеком, управление коллективом и группой. Лидерство и властные отношения в системе менеджмента. Деловое общение в системе управления. Конфликты и стрессы. Корпоративная культура и организационное поведение.

Сущность и виды коммуникаций: коммуникация, внутренние коммуникации, внешние коммуникации, и пр. Процесс коммуникации: формулировка идеи, кодирование информации и формирование сообщения, выбор канала связи и передача сообщения, декодирование и восприятие информации, интерпретация сообщения и формирование ответа, передача ответа. Проблемы в межличностных контактах. Характеристики коммуникационных сетей.

6. ВВЕДЕНИЕ В МАРКЕТИНГ.

Маркетинг как стратегия деятельности предприятия. Необходимость маркетинговой организации предприятия в условиях рынка. Основные категории маркетинга. Концепции маркетинговой ориентации фирмы. Основные цели, принципы и функции маркетинга.

7. СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Комплексное исследование рынка. Цель основные направления маркетинговых исследований. Процедура маркетинговых исследований (четкое определение проблемы, разработ-

ка плана сбора информации, сбор информации, анализ собранной информации, основные результаты). Методические основы маркетинговых исследований.

8. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА.

Сегментация рынка. Критерии сегментации рынка. Выбор целевого сегмента и позиционирование товара.

9. ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ.

Товар в системе маркетинга. Классификация товаров. Характер потребления товаров. Сущность и основные направления товарной политики предприятия. Упаковка и маркировка товаров. Использование товарных марок. Организация сервиса. Качество и конкурентоспособность продукции.

10. ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ.

Жизненный цикл товара. Этапы жизненного цикла товара и способы его продления. Понятие нового товара. Типы нового товара. Этапы реализации инновационной политики. Ассортиментная политика предприятия. Задачи ассортиментной политики. Товарный ассортимент и номенклатура.

11. ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ.

Ценообразование в системе маркетинга. Функции и виды цен. Зависимость ценообразования от типов рынка. Задачи и методы ценообразования. Ценовые стратегии предприятия. Политика снижения или повышения цен. Эластичность цен.

12. ФОРМИРОВАНИЕ СПРОСА И СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА.

Организация товародвижения. Каналы распределения товаров. Структура товародвижения. Выбор наилучшего канала распределения. Оценка эффективности каналов товародвижения. Реклама. Планирование рекламной компании. Стимулирование сбыта. Паблик релейшенз. Оценка результатов управления рекламной деятельностью и использование различных средств стимулирования сбыта.

13. ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ, КОНТРОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

Организационные структуры управления маркетингом. Распределение задач, прав и ответственности в системе управления маркетингом. Основные принципы планирования маркетинга. Контроль маркетинга. Контроль качества.

14. МАРКЕТИНГ ПРОДУКЦИИ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПЕРЕРАБОТКИ.

Объективная необходимость организации первичной обработки и промышленной переработки некоторых видов сельскохозяйственной продукции на предприятии. Окупаемость и доходность инвестиций в промышленную переработку с.-х. продукции как фактор конкурентного преимущества и реакции на кризисное состояние основных отраслей сельского хозяйства. Качество товара, его научно-технологический уровень и патентная защита. Проблемы повышения качества товаров с.-х. происхождения, роль и значение упаковки для таких товаров, ФОССТИС сельскохозяйственных товаров промышленной переработки.

4.2. Распределение контактной и самостоятельной работы при подготовке к занятиям по подразделам

4.2.1. Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Контактная работа			СР
		Л	ПЗ	ЛР	
1.	Сущность и содержание управления, предмет и методы познания науки “управление”	1	1	-	4
2.	Научные основы управления: цель, процесс, функции, принципы и закономерности	1	1	-	4
3.	Методы управления. Организационный и экономический механизм управления	-	2	-	6
4.	Принципы построения и функционирования структур управления	1	2	-	4
5.	Система управления персоналом	1	2	-	4
6.	Ведение в маркетинг	1	1	-	4
7.	Система маркетинговых исследований	1	2	-	6
8.	Сегментация рынка	1	2	-	4
9	Товарная политика предприятия	1	2	-	4
10	Инновационная политика предприятия	1	1	-	4
11	Ценовая политика предприятия	1	2	-	4
12	Формирование спроса и стимулирование сбыта	1	2	-	4
13	Организация маркетинга на предприятии, контроль маркетинговой деятельности	-	2	-	6
14	Маркетинг продукции промышленной переработки	1	2	-	4,25
	итого:	12	24	-	62,5

4.2.2. Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Контактная работа			СР
		Л	ПЗ	ЛЗ	
1.	Сущность и содержание управления, предмет и методы познания науки “управление”	-	-	-	7
2.	Научные основы управления: цель, процесс, функции, принципы и закономерности	1	-	-	6
3.	Методы управления. Организационный и экономический механизм управления	-	1	-	6
4.	Принципы построения и функционирования структур управления	1	-	-	6
5.	Система управления персоналом	-	1	-	6
6.	Ведение в маркетинг	1	-	-	6
7.	Система маркетинговых исследований	-	1	-	6
8.	Сегментация рынка	-	-	-	7
9.	Товарная политика предприятия	-	-	-	7

10.	Инновационная политика предприятия	-	-	-	7
11.	Ценовая политика предприятия	-	1	-	6
12.	Формирование спроса и стимулирование сбыта	1	-	-	6
13	Организация маркетинга на предприятии, контроль маркетинговой деятельности	-	-	-	7
14	Маркетинг продукции промышленной переработки	-	-	-	7,35
	итого:	4	4	-	90,5

4.3 Перечень тем для самостоятельного изучения студентами.

№ п/п	Тема лекции	Учебно-методическое обеспечение	Объём, ч	
			форма обучения	
			очная	заочная
1.	Сущность и содержание управления, предмет и методы познания науки “управление”	<p>Менеджмент: учебное пособие / Е.В. Закшевская, С.Н. Коновалова, Р.П. Белолыпов. – Воронеж: ФГБОУ ВПО Воронежский ГАУ, 2013. – 439 с.</p> <p>Менеджмент: Учебник [электронный ресурс] / Вырупаева Т.В., Драганчук Л.С., Егошина О.Л. - Краснояр.: СФУ, 2018. - 380 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]</p> <p>Маркетинг: учебное пособие для студентов вузов, / [Е. В. Закшевская [и др.]; под ред. Е. В. Закшевской .— Москва : КолосС, 2012 .— 247 с.</p>	4	7
2.	Научные основы управления: цель, процесс, функции, принципы и закономерности		4	6
3.	Методы управления. Организационный и экономический механизм управления		6	6
4.	Принципы построения и функционирования структур управления		4	6
5.	Система управления персоналом		4	6
6.	Ведение в маркетинг		4	6
7.	Система маркетинговых исследований		6	6
8.	Сегментация рынка		4	7
9.	Товарная политика предприятия		4	7
10.	Инновационная политика предприятия		4	7
11.	Ценовая политика предприятия		4	6
12.	Формирование спроса и стимулирование сбыта		4	6
13.	Организация маркетинга на предприятии, контроль маркетинговой деятельности		6	7
14.	Маркетинг продукции промышленной переработки		4,25	7,25
	Всего:		62,5	90,55

5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

5.1. Этапы формирования компетенций

<i>Подраздел дисциплины</i>	<i>Компетенция</i>	<i>Индикатор достижения компетенции</i>
Сущность и содержание управления, предмет и методы познания науки “управление”	УК-2	З1
		У1
Научные основы управления: цель, процесс, функции, принципы и закономерности	УК-2	З1
		У1
Методы управления. Организационный и экономический механизм управления	УК-2	З1
		У1
Принципы построения и функционирования структур управления	УК-2	З1
		У1
		Н1
Система управления персоналом	УК-2	З1
		У1
		Н1
Ведение в маркетинг	УК-2	З1
		У1
Система маркетинговых исследований	УК-2	З1
		У1
		Н1
Сегментация рынка	УК-2	З1
		У1
		Н1
Товарная политика предприятия	УК-2	З1
		У1
Инновационная политика предприятия	УК-2	З1
		У1
Ценовая политика предприятия	УК-2	З1
		У1
		Н1
Формирование спроса и стимулирование сбыта	УК-2	З1
		У1
Организация маркетинга на предприятии, контроль маркетинговой деятельности	УК-2	З1
		У1
		Н1
Маркетинг продукции промышленной переработки	УК-2	З1
		У1
		Н1

5.2. Шкалы и критерии оценивания достижения компетенций

5.2.1. Шкалы оценивания достижения компетенций

Вид оценки	Оценки	
Академическая оценка по 2-х балльной шкале	не зачтено	зачтено

5.2.2. Критерии оценивания достижения компетенций

Критерии оценки на зачете

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Зачтено, высокий	Студент выполнил все задания, предусмотренные рабочей программой, отчитался об их выполнении, демонстрируя отличное знание освоенного материала и умение самостоятельно решать сложные задачи дисциплины
Зачтено, продвинутый	Студент выполнил все задания, предусмотренные рабочей программой, отчитался об их выполнении, демонстрируя хорошее знание освоенного материала и умение самостоятельно решать стандартные задачи дисциплины
Зачтено, пороговый	Студент выполнил все задания, предусмотренные рабочей программой, отчитался об их выполнении, демонстрируя знание основ освоенного материала и умение решать стандартные задачи дисциплины с помощью преподавателя
Не зачтено, компетенция не освоена	Студент выполнил не все задания, предусмотренные рабочей программой или не отчитался об их выполнении, не подтверждает знание освоенного материала и не умеет решать стандартные задачи дисциплины даже с помощью преподавателя

Критерии оценки тестов

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Отлично, высокий	Содержание правильных ответов в тесте не менее 90%
Хорошо, продвинутый	Содержание правильных ответов в тесте не менее 75%
Удовлетворительно, пороговый	Содержание правильных ответов в тесте не менее 50%
Неудовлетворительно, компетенция не освоена	Содержание правильных ответов в тесте менее 50%

Критерии оценки устного опроса

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Зачтено, высокий	Студент демонстрирует уверенное знание материала, четко выражает свою точку зрения по рассматриваемому вопросу, приводя соответствующие примеры
Зачтено, продвинутый	Студент демонстрирует уверенное знание материала, но допускает отдельные погрешности в ответе
Зачтено, пороговый	Студент демонстрирует существенные пробелы в знаниях материала, допускает ошибки в ответах
Не зачтено, компетенция не освоена	Студент демонстрирует незнание материала, допускает грубые ошибки в ответах

Критерии оценки решения задач

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Зачтено, высокий	Студент уверенно знает методику и алгоритм решения задачи, не допускает ошибок при ее выполнении.
Зачтено, продвинутый	Студент в целом знает методику и алгоритм решения задачи, не допускает грубых ошибок при ее выполнении.
Зачтено, пороговый	Студент в целом знает методику и алгоритм решения задачи, допускает ошибки при ее выполнении, но способен исправить их при помощи преподавателя.
Не зачтено, компетенция не освоена	Студент не знает методику и алгоритм решения задачи, допускает грубые ошибки при ее выполнении, не способен исправить их при помощи преподавателя.

5.3. Материалы для оценки достижения компетенций**5.3.1. Оценочные материалы промежуточной аттестации****5.3.1.1.****Вопросы к экзамену**

Не предусмотрено.

5.3.1.2.**Задачи к экзамену**

Не предусмотрено.

5.3.1.3.**Вопросы к зачету с оценкой**

Не предусмотрено.

5.3.1.4. Вопросы к зачету

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1.	Понятие управления	УК-2	31
2.	Сущность и содержание менеджмента как теории управления	УК-2	31
3.	Цели и задачи управления	УК-2	31
4.	Содержание и особенности основных отечественных и зарубежных теорий управления	УК-2	31
5.	Миссия организации	УК-2	31
6.	Процесс управления, его структура и особенности.	УК-2	31
7.	Функции управления, их характеристика и закономерности.	УК-2	31
8.	Принципы и закономерности в управлении.	УК-2	31
9.	Принципы построения и функционирования структур управления.	УК-2	У1
10.	Понятие субъекта и объекта управления.	УК-2	У1
11.	Организационная структура сельскохозяйственных предприятий.	УК-2	У1
12.	Структура управления. Типы и виды структур управления.	УК-2	У1
13.	Сущность и классификация методов управления.	УК-2	У1
14.	Экономические методы управления и их содержание.	УК-2	У1

15.	Административные методы управления и их содержание.	УК-2	У1
16.	Социально-психологические методы управления и их содержание.	УК-2	У1
17.	Коммуникация в системе управления. Основы делового общения.	УК-2	У1
18.	Деловые отношения в системе коммуникации.	УК-2	У1
19.	Проблемы в межличностных контактах. Конфликты и стрессы.	УК-2	У1
20.	Мотивация деятельности персонала.	УК-2	У1
21.	Теории мотивации	УК-2	У1
22.	Управление человеком, управление коллективом и группой.	УК-2	У1
23.	Лидерство и властные отношения в системе менеджмента.	УК-2	У1
24.	Руководитель и система управления персоналом.	УК-2	У1
25.	Руководитель и эффективность организации.	УК-2	У1
26.	Корпоративная культура и организационное поведение.	УК-2	З1
27.	Процесс и методы принятия управленческих решений.	УК-2	З1
28.	Документы, регламентирующие деятельность служб и подразделений предприятия.	УК-2	З1
29.	Понятие и сущность маркетинга. Предпосылки распространения маркетинга в России.	УК-2	З1
30.	Основные категории маркетинга и их сущность.	УК-2	З1
31.	Концепции маркетинговой деятельности. Принципы и функции маркетинга.	УК-2	З1
32.	Комплексное исследование рынка, его направления и особенности.	УК-2	З1
33.	Процедура маркетинговых исследований, этапы и их содержание.	УК-2	З1
34.	Сущность сегментации рынка. Виды сегментации.	УК-2	З1
35.	Критерии сегментации рынка.	УК-2	З1
36.	Выбор целевого сегмента и позиционирование товара.	УК-2	З1
37.	Товар в системе маркетинга.	УК-2	З1
38.	Классификация товаров в системе маркетинга.	УК-2	З1
39.	Конкурентоспособность и качество товара. Показатели конкурентоспособности и качества товара.	УК-2	З1
40.	Сущность товарной политики (товарный ассортимент и номенклатура).	УК-2	З1
41.	Упаковка и маркировка товара. Использование товарных марок.	УК-2	З1
42.	Организация сервиса на предприятии.	УК-2	З1
43.	Жизненный цикл товара и способы его продления.	УК-2	З1
44.	Инновационная политика предприятия.	УК-2	У1
45.	Разработка и внедрение нового товара на рынок.	УК-2	У1
46.	Ценообразование (сущность, функции и виды цен).	УК-2	У1
47.	Подходы к расчету исходной цены на товар.	УК-2	У1
48.	Методика ценообразования.	УК-2	У1
49.	Ценовые стратегии предприятия.	УК-2	У1

50.	Организация товародвижения.	УК-2	У1
51.	Каналы распределения товаров.	УК-2	31
52.	Реклама и ее роль в коммуникационной политике предприятия.	УК-2	31
53.	Планирование рекламной компании.	УК-2	31
54.	Стимулирования сбыта. Средства стимулирования сбыта.	УК-2	31
55.	Паблик рилейшнз.	УК-2	31
56.	Организационные структуры управления маркетингом.	УК-2	У1
57.	Контроль маркетинга.	УК-2	У1

5.3.2. Оценочные материалы текущего контроля

5.3.2.1. Задачи для проверки умений и навыков

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1	Проанализировать внутреннюю среду предприятия и определить возможные действия по нейтрализации негативного влияния факторов, приведенных в таблице: (Исходная информация)	УК-2	Н1
2	Выполнить диагностику организационной структуры предприятия по данным таблицы. Выбрать тип организационной структуры предприятия с помощью матрицы при таких условиях: минимальный размер прибыли – 2 млн. ден. ед., очень хорошо – 6 баллов, хорошо – 4 балла, удовлетворительно – 2 балла, достаточно – 0 баллов. (Исходная информация)	УК-2	Н1
3	Исходя из конкретной ситуации определить жизнеспособность различных сегментов и разработать соответствующие рекомендации для производителя. Исходные данные: фермер, вырастивший 21 тонну картофеля, желает выяснить, на какие сегменты рынка рассчитывать при продаже своей продукции, чтобы получить максимум прибыли за свой урожай. Сегмент А: частные мелкооптовые и розничные магазины. При этом необходимо, чтобы картофель был сортированным, мытым и расфасованным в 5 кг пакеты. Сегмент Б: государственные магазины, которые принимают немывтый и нерасфасованный продукт. Сегмент В: продажа на месте населению и проезжающим автомобилистам, где продукт также будет продаваться в нерасфасованном и немывтом виде. Сегмент Г: продажа оптовым посредникам, которые требуют, чтобы картофель был рассортирован, вымыт и расфасован в 25 кг мешки. (Исходная информация)	УК-2	Н1

4	<p>Плодово-ягодное хозяйство пригорода Воронежа решило продать по прямым связям 120 тонн яблок в г. Мурманск.</p> <p>Исходные данные:</p> <ul style="list-style-type: none"> - себестоимость 1 кг яблок - 2,5 руб.; цена реализации 1 кг в г. Воронеже - 6,0 руб.; - цена реализации 1кг в г. Мурманске - 18,0 руб.; - расстояние до Мурманска по железной дороге - 2000 км, по автотрассе - 1800 км; - стоимость доставки: ж.-д. тариф 1 км 1-ой рефрижераторной секции (4 вагона - по 60 т) - 52 руб., тариф 1км/пробега Камаза с рефрижератором (12 т) - 5 руб.; самолетом (Ил-76, 40 т)- 80 тыс. руб. в час. - затраты на охрану по ж.-д. дороге и авиапутем входят в состав тарифной стоимости, по автотрассе - 5% от стоимости груза (в мировой практике от 5 до 30% в зависимости от качества груза); - погрузочно-разгрузочные работы - 50 руб. за 1 т; - длительность маршрута: авто - 3 дня, ж.-д. - 180 км в сутки по нормативу (вагонные и контейнерные перевозки), самолетом - 3 часа. <p>Требуется определить, где выгоднее реализовывать яблоки, и каким способом их транспортировать. Рассчитайте прибыль и рентабельность сделки в каждом случае. Сделайте выводы.</p>	УК-2	Н1
---	---	------	----

5.3.2.2. Вопросы тестов

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1.	<p>Дисциплина менеджмент состоит из 4 разделов:</p> <p>А) Теория менеджмента, практика менеджмента, методы менеджмента, классика менеджмента</p> <p>Б) Теория менеджмента, организация менеджмента, методы менеджмента, техника менеджмента</p> <p>В) Теория менеджмента, практика менеджмента, методы менеджмента, техника менеджмента</p>	УК-2	31
2.	<p>Менеджмент –это</p> <p>А) вид профессиональной деятельности, направленный на достижение в хозяйственной жизни организации оптимальных результатов на основе разумного использования материальных, трудовых, финансовых, информационных и организационных ресурсов, применения многообразных принципов и методов экономического стимулирования.</p> <p>Б) вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена</p> <p>В) совокупность методов, процессов и материалов, используемых в какой-либо отрасли деятельности, а также научное описание способов технического производства, комплекс организационных мер, операций и приемов, направленных на изготовление, обслуживание, ремонт и/или эксплуатацию изделия с номинальным качеством и оптимальными затратами, и обусловленных текущим уровнем развития науки,</p>	УК-2	31

	техники и общества в целом.		
3.	Что является субъектом менеджмента? А) технические ресурсы Б) человек или группа людей В) финансовые ресурсы Г) технология	УК-2	31
4.	В теории менеджмента планирование, организация, контроль представляют собой А) принципы менеджмента Б) функции менеджмента В) категории менеджмента Г) школы менеджмента	УК-2	31
5.	Кто был основоположником административной школы? А) Гилбрет Б) Маслоу В) Тейлор Г) Файоль	УК-2	31
6.	Первоначальное разделение управленческой деятельности на функции управления осуществлено ... А) Элтоном Мэйо Б) Анри Файолем В) Линдаллом Урвиком Г) Робертом Оуэном	УК-2	31
7.	Разработка теории мотивации является достижением ... А) Школы поведенческих наук Б) Школы человеческих отношений В) Школы научного управления Г) Административной школы управления	УК-2	31
8.	Мировосприятие менеджеров, руководящихся какой теорией, базируется на следующих четырех постулатах: 1. Работники генетически ненавидят работу и, если есть возможность, избегают ее. 2. Так как работники ненавидят работу, то для того, чтобы они трудились для достижения целей организации, их необходимо принуждать, контролировать и грозить им наказанием. 3. Работники избегают ответственности и нуждаются в постоянном контроле и руководстве. 4. Превыше всего работниками ценится гарантированность рабочего места, и они практически лишены честолюбивых помыслов. А) Теория Х Б) Теория У В) Теория Z	УК-2	У1
9.	Процесс управления обладает рядом особенностей: А) осуществляется в определенной последовательности, носит непрерывный характер, носит спиралевидный характер Б) носит циклический характер, осуществляется в определенной последовательности, носит непрерывный характер В) носит циклический характер, носит прерывистый характер, осуществляется в определенной последовательности	УК-2	У1
10.	Какие из перечисленных функций менеджмента базируются	УК-2	У1

	на потребностях и интересах работников? А) Планирование Б) Регулирование В) Мотивация		
11.	Какие из перечисленных функций менеджмента позволяют выявить отклонения, возникающие в процессе функционирования организации? А) Планирование Б) Контроль В) Организация	УК-2	У1
12.	Вид управленческой деятельности, который характеризуется однородностью целей, действий или объектов их приложения - это А) Принцип менеджмента Б) Функция менеджмента В) Метод менеджмента	УК-2	У1
13.	В системе управления организацией - объект управления - это А) Управляющая подсистема Б) Управляемая подсистема В) Связующая подсистема	УК-2	У1
14.	Обоснованное определение основных направлений и пропорций развития производства с учетом материальных источников его обеспечения и спроса рынка А) Планирование Б) Контроль В) Регулирование	УК-2	У1
15.	Что является предметом труда работников управления? А) Сырье, материалы Б) Готовая продукция В) Информация	УК-2	У1
16.	Какому понятию соответствует следующее определение - способ воздействия на объект управления - это? А) Менеджмент Б) Функция менеджмента В) Метод менеджмента	УК-2	У1
17.	В каком виде может реализовано в процессе управления управляющее воздействие? А) Приказ, распоряжение, указание Б) Данные контроля В) Отчет	УК-2	У1
18.	Для чего предназначена организационная структура управления? А) Для установления целей организации Б) Для обеспечения единства действия всех элементов организации В) Для стимулирования действий работников организации	УК-2	У1
19.	Что характеризует организационную структуру управления? А) Уровни управления Б) Тип руководства В) Виды ответственности	УК-2	У1
20.	Что представляет собой уровень управления?	УК-2	У1

	<p>А) Вид ответственности</p> <p>Б) Вид руководства</p> <p>В) Степень подчиненности и ответственности</p>		
21.	<p>Какие методы традиционно выделяют в менеджменте?</p> <p>А) Демократические</p> <p>Б) Бюрократические</p> <p>В) Социально-психологические</p>	УК-2	У1
22.	<p>Под организационной структурой управления понимается</p> <p>А) состав, соподчиненность и взаимосвязь звеньев, или отдельных работников, выполняющих различные функции управления производством.</p> <p>Б) совокупность производственных, вспомогательных и обслуживающих подразделений определенным образом расположенных на территории предприятия и связанных устойчивыми отношениями производственной кооперации и разделения труда.</p> <p>В) вид профессиональной деятельности, направленный на достижение в хозяйственной жизни организации оптимальных результатов на основе разумного использования материальных, трудовых, финансовых, информационных и организационных ресурсов, применения многообразных принципов и методов экономического стимулирования.</p>	УК-2	У1
23.	<p>Цеховая оргструктура характеризуется тем, что</p> <p>А) в ее основе лежит отраслевой принцип организации производства и управления, при котором производство продукции осуществляется в специализированных производственных подразделениях.</p> <p>Б) на определенной обособленной территории обеспечивается производство продукции растениеводства и животноводства.</p> <p>В) она наиболее простая, находит применение в небольших по размеру хозяйствах</p>	УК-2	У1
24.	<p>Сущность функциональной системы соподчинения состоит в том, что:</p> <p>А) вся административная деятельность сосредотачивается у руководителя и осуществляется непосредственно им</p> <p>Б) функции управления выполняют несколько начальников, каждый из которых осуществляет руководство какой либо одной областью работы</p> <p>В) по административным вопросам, то есть по линии общего руководства, каждый работник подчиняется только одному руководителю</p>	УК-2	У1
25.	<p>Совокупность средств принудительного воздействия, направленных на выполнение задач трудовыми коллективами и его работниками, поставленных руководителями в пределах своих полномочий, входит в понятие:</p> <p>А) экономических методов управления</p> <p>Б) социально-психологических методов управления</p> <p>В) административных методов управления</p>	УК-2	31
26.	<p>Способы воздействия на управляемую систему посредством повышения уровня сознания работников, формирование коллектива и личности, морального стимулирования и демо-</p>	УК-2	31

	кратических основ в управлении. А) Демократические Б) Бюрократические В) Социально-психологические		
27.	Приказ, распоряжение указание относят к: А) Демократическим методам управления Б) Административным методам управления В) Бюрократическим методам управления	УК-2	31
28.	Потребность- это? А) количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд Б) нужда, воплощенная в какую-то конкретную форму В) товар, который способен удовлетворить нужду потребителя Г) все ответы верны	УК-2	31
29.	Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается? А) большое число потребителей Б) превышение предложения над спросом В) превышение спроса над предложением Г) правильного ответа нет	УК-2	31
30.	Спрос на товар (услугу) как категорию маркетинга- это? А) нужда в конкретном виде продукции Б) потребность в товаре (услуге) В) потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем Г) все ответы верны	УК-2	31
31.	В маркетинге товар понимается как? А) продукт товара, произведенный для обмена Б) физический объект В) набор свойств, позволяющих решить проблемы потребителя Г) правильного ответа нет	УК-2	31
32.	Разновидности одного и того же товара являются? А) конкурентами- желаниями Б) товарно-родовыми конкурентами В) товарно-видовыми конкурентами Г) матками-конкурентами	УК-2	31
33.	Контактные аудитории- это? А) субъекты, которые могут оказать влияние на способность предприятия достигать поставленных целей Б) субъекты, которые непосредственно входят в контакт с предприятием и поставляют ему товары В) субъекты, которые непосредственно контактируют с предприятием, покупая его товары Г) правильного ответа нет	УК-2	31
34.	«Философия маркетинга» утверждает, что цели организации могут быть достигнуты в сфере? А) производства Б) распределения В) удовлетворения потребностей Г) реализации	УК-2	31

35.	Благожелательное отношение потребителей к широко распространенным и доступным по цене товарам (услугам)- это основание для реализации маркетинговой концепции? А) совершенствования товара Б) интенсификации коммерческих усилий (реклама) В) совершенствования производства Г) все ответы верны	УК-2	31
36.	Стратегия, построенная на предположении, что потребители будут покупать товары (услуги) только наивысшего качества, соответствует маркетинговой концепции? А) совершенствования производства Б) современного маркетинга В) совершенствования товара Г) правильного ответа нет	УК-2	31
37.	Согласно маркетинговой концепции, для эффективного функционирования в условиях рыночной экономики предприятие должно стремиться к получению максимальной прибыли от своей деятельности за счет? А) поддержания максимальных, допускаемых конъюнктурой рынка, цен на товары (услуги) Б) максимального снижения издержек производства В) наилучшего удовлетворения спроса клиентуры на товары наиболее выгодным для предприятия образом Г) все ответы верны	УК-2	31
38.	Концепция интенсификации коммерческих усилий определяет цель маркетинговой деятельности- увеличение продаж за счет? А) использования интенсивных технологий производства Б) стимулирования сбыта В) удовлетворения потребностей потребителей Г) увеличения объема производства	УК-2	31
39.	Какая концепция утверждает, что потребители будут благосклонны к товарам и услугам, широко распространенным и доступным по цене? А) совершенствования производства Б) совершенствование товара В) интенсификации коммерческих усилий Г) маркетинга	УК-2	31
40.	Какая концепция утверждает, что потребители будут благосклонны к товарам и услугам высшего качества, независимо от цены? А) совершенствования производства Б) совершенствование товара В) интенсификации коммерческих усилий Г) маркетинга	УК-2	31
41.	По характеру исследования цели могут быть? А) кабинетные или полевые Б) перспективные или текущие В) поисковые, описательные или экспериментальные Г) собственные и сторонние	УК-2	У1
42.	По значению исследования цели могут быть? А) кабинетные или полевые	УК-2	У1

	<p>Б) перспективные или текущие В) поисковые, описательные или экспериментальные Г) собственные и сторонние</p>		
43.	<p>К какому виду исследования рынка относится изучение различных справочников и статистической литературы? А) кабинетные исследования Б) полевые исследования В) не относится к исследованиям Г) правильного ответа нет</p>	УК-2	У1
44.	<p>Что такое сегментирование рынка? А) деление конкурентов на однородные группы Б) деление потребителей на однородные группы В) деление товара на однородные группы Г) деление производителей на однородные группы</p>	УК-2	У1
45.	<p>Рынок товаров потребительского назначения состоит из? А) компаний, которые приобретают товары для их последующей реализации Б) покупателей, приобретающих товары для личного пользования Г) фирм- производителей товаров потребительского назначения 5. все ответы верны</p>	УК-2	У1
46.	<p>Задачей товарной политики является? А) управление жизненным циклом товаров и их конкурентоспособностью Б) поиск потребителей, желающих приобрести товар В) производить как можно больше товаров Г) все ответы верны</p>	УК-2	У1
47.	<p>Спрос можно считать эластичным, если? А) при несущественном снижении цены значительно увеличивается спрос Б) при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно В) при изменении цены спрос не изменяется Г) спрос изменяется независимо от цены</p>	УК-2	У1
48.	<p>Точка безубыточности- это? А) цена, при которой предприятие начинает получать прибыль Б) объем производства, при котором производитель работает без убытков В) уровень затрат, необходимый для производства продукции Г) все ответы верны 5. правильного ответа нет</p>	УК-2	У1

5.4. Система оценивания достижения компетенций

5.4.1. Оценка достижения компетенций в ходе промежуточной аттестации

Компетенция УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений				
Индикаторы достижения компетенции УК-2		Номера вопросов и задач		
Код	Содержание	вопросы к экзамену	задачи к экзамену	вопросы к зачету
31	Знает принципы постановки целей и выработки стратегий развития предприятия, принципы и методические подходы разработки, принятия и реализаций управленческих решений	-	-	1-8,26-32,34-43,51-55
У1	Умеет эффективно воздействовать на членов коллектива в ходе управления производственным процессом; - определять пути повышения эффективности менеджмента	-	-	8-25,33,44-50,56,57

5.4.2. Оценка достижения компетенций в ходе текущего контроля

Компетенция УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений			
Индикаторы достижения компетенции УК-2		Номера вопросов и задач	
Код	Содержание	вопросы тестов	задачи для проверки умений и навыков
31	Знает принципы постановки целей и выработки стратегий развития предприятия, принципы и методические подходы разработки, принятия и реализаций управленческих решений	1-7,9-17,31-40	-
У1	Умеет эффективно воздействовать на членов коллектива в ходе управления производственным процессом; - определять пути повышения эффективности менеджмента	8,18-24,41-48	-
31	Имеет навыки постановки целей, разработки задач по ее достижению, принятия решений в наиболее сложных и не стандартных ситуациях	-	1-4

6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.**6.1. Рекомендуемая литература.**

Тип рекоменда- ций	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и ме- сто издания)	Количество экз. в библио- теке
1	2	3
1. Основная лите- ратура	Менеджмент: учебное пособие / Е.В. Закшевская, С.Н. Ко- новалова, Р.П. Белолыпов. – Воронеж: ФГБОУ ВПО Воро- нежский ГАУ, 2013. – 439 с.	200
	Менеджмент: Учебник [электронный ресурс] / Вырупаева Т.В., Драганчук Л.С., Егوشي́на О.Л. - Краснояр.: СФУ, 2018. - 380 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	ЭИ
	Маркетинг: учебное пособие для студентов вузов, обучаю- щихся по специальности / [Е. В. Закшевская [и др.]; под ред. Е. В. Закшевской .— Москва : КолосС, 2012 .— 247 с.	169
2. Дополни- тельная литература	Менеджмент: Учебник для ср. спец. учеб. заведений [элек- тронный ресурс] / Виханский О. С., Наумов А. И. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 288 с.. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	ЭИ
	Менеджмент: Учебное пособие [электронный ресурс] / Ба- лашов А. П. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 271 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	ЭИ
	Менеджмент: Учебник для студентов вузов / Под ред. Мак- симцов М.М., - 4-е изд., перераб. и доп. - М.:ЮНИТИ- ДАНА, 2015. - 343 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	ЭИ
	Маслова, Е. Л. Менеджмент: Учебник для бакалавров / Е. Л. Маслова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К ^о », 2015. — 336 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	ЭИ
	Наумов В. Н. Маркетинг: Учебник - Москва: ООО "Научно- издательский центр ИНФРА-М", 2016 - 320 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	ЭИ
	Секерин В. Д. Инновационный маркетинг: Учебник - Наль- чик: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016 - 237 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	ЭИ
3. Периодические издания	АПК : экономика, управление: ежемесячный теоретический и на- учно-практический журнал - Москва: Агропромиздат, 1988-	1
	Менеджмент в России и за рубежом: журнал: 16+ - Москва: Фин- пресс, 1998-	1
	Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предпри- ятий: теоретический и научно-практический журнал – Москва, 1988 –	1
4. Методические указания	Менеджмент и маркетинг: Рабочая тетрадь по освоению дисцип- лины и самостоятельной работы обучающихся по направлению подготовки 38.03.03 Агрехимия и агропочвоведение [Электрон- ный ресурс] / Воронежский государственный аграрный универси- тет; сост.: М.В. Загвозкин. – Воронеж: ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ, 2019. – 11 с.	ЭИ
	Менеджмент и маркетинг: Методические указания по самостоя-	ЭИ

Тип рекоменда- ций	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и ме- сто издания)	Количество экз. в библио- теке
1	2	3
	тельной работе для обучающихся по направлению подготовки 38.03.03 Агрохимия и агропочвоведение [Электронный ресурс] / Воронежский государственный аграрный университет; сост.: М.В. Загвозкин – Воронеж: ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ, 2019. – 12 с.	

6.2. Ресурсы сети Интернет

6.2.1. Электронные библиотечные системы

№	Название	Размещение
1	ЛАНЬ	https://e.lanbook.com
2	ZNANIUM.COM	http://znanium.com/
3	ЮРАЙТ	http://www.biblio-online.ru/
4	IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
5	E-library	https://elibrary.ru/
6	Электронная библиотека ВГАУ	http://library.vsau.ru/
7	Национальная электронная библиотека (НЭБ)	http://нэб.рф/

6.2.2. Профессиональные базы данных и информационные системы

№	Название	Размещение
1	Единая межведомственная информационно-статистическая система	https://fedstat.ru/
2	База данных показателей муниципальных образований	http://www.gks.ru/free_doc/new_site/bd_munst/munst.htm
3	База данных ФАОСТАТ	http://www.fao.org/faostat/ru/
4	Портал открытых данных РФ	https://data.gov.ru/
5	Портал государственных услуг	https://www.gosuslugi.ru/
6	Справочная правовая система Гарант	http://www.consultant.ru/
7	Справочная правовая система Консультант Плюс	http://ivo.garant.ru
8	Информационная система по сельскохозяйственным наукам и технологиям	http://agris.fao.org/

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

7.1. Помещения для ведения образовательного процесса и оборудование

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, презентационное оборудование, используемое программное обеспечение MS Windows, MS Office, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Google Chrome / Mozilla Firefox / Internet Explorer	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1
Учебная аудитория для проведения занятий семинар-	394087, Воронежская область, г.

<p>ского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, индивидуальных и групповых консультаций: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия: компьютеры в аудитории с выходом в локальную сеть и Интернет, доступ к справочно-правовым системам «Гарант» и «Консультант Плюс», электронные учебно-методические материалы</p> <p>Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: мебель для хранения и обслуживания учебного оборудования</p> <p>Помещение для самостоятельной работы: комплект учебной мебели, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, используемое программное обеспечение MS Windows, MS Office, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Google Chrome / Mozilla Firefox / Internet Explorer</p>	<p>Воронеж, ул. Мичурина, 1</p> <p>394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а. 115а, 121</p> <p>394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а.232а</p>
---	---

7.2. Программное обеспечение

7.2.1. Программное обеспечение общего назначения

№	Название	Размещение
1	Операционные системы MS Windows / Linux	ПК в локальной сети ВГАУ
2	Пакеты офисных приложений Office MS Windows / OpenOffice	ПК в локальной сети ВГАУ
3	Программы для просмотра файлов Adobe Reader / DjVu Reader	ПК в локальной сети ВГАУ
4	Браузеры Google Chrome / Mozilla Firefox / Internet Explorer	ПК в локальной сети ВГАУ
5	Антивирусная программа DrWeb ES	ПК в локальной сети ВГАУ
6	Программа-архиватор 7-Zip	ПК в локальной сети ВГАУ
7	Мультимедиа проигрыватель MediaPlayer Classic	ПК в локальной сети ВГАУ
8	Платформа онлайн-обучения eLearning server	ПК в локальной сети ВГАУ
9	Система компьютерного тестирования AST Test	ПК в локальной сети ВГАУ

7.2.2. Специализированное программное обеспечение

Не требуется






8.

Междисциплинарные связи**Протокол**
согласования рабочей программы с другими дисциплинами

Наименование дисциплины, с которой проводилось согласование	Кафедра, с которой проводилось согласование	Предложения об изменениях в рабочей программе. Заключение об итогах согласования
Экономика и организация предприятий АПК	Организации производства и предпринимательской деятельности в АПК	согласовано
Экономическая теория	Экономической теории и мировой экономики	согласовано

Приложение 1

Лист периодических проверок рабочей программы

Должностное лицо, проводившее проверку Ф.И.О., должность, подпись	Дата	Потребность в корректировке	Перечень пунктов, стр., разделов, требующих изменений
Закшевская Е.В. Зав. кафедрой управления и маркетинга в АПК 	01.06.2020 г.	Не имеется Рабочая программа актуализирована для 2020-2021 уч. года	нет
Закшевская Е.В. Зав. кафедрой управления и маркетинга в АПК 	15.06.2021 г.	Не имеется Рабочая программа актуализирована для 2021-2022 уч. года	нет
Закшевская Е.В. Зав. кафедрой управления и маркетинга в АПК 	17.05.2022 г.	Не имеется Рабочая программа актуализирована для 2022-2023 уч. года	нет
Закшевская Е.В. Зав. кафедрой управления и маркетинга в АПК 	31.05.2023 г.	Не имеется Рабочая программа актуализирована для 2023-2024 уч. года	нет
Закшевская Е.В. Зав. кафедрой управления и маркетинга в АПК 	20.05.2024 г.	Не имеется Рабочая программа актуализирована для 2024-2025 уч. года	нет