

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

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета агрономии,  
агрохимии и экологии  
  
А.П. Пичугин  
«29» 06 2021г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Б1.О.36 Менеджмент и маркетинг**

Направление подготовки 35.03.03 Агрохимия и агропочвоведение

Направленность (профиль) «Агроэкология»

Квалификация выпускника бакалавр

Факультет Агрономии, агрохимии и экологии

Кафедра Управления и маркетинга в АПК

Разработчик рабочей программы:  
доцент, кандидат экономических наук Четверова Кристина Сергеевна



Рабочая программа разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 35.03.03 Агрохимия и агропочвоведение, утвержденный приказом Минобрнауки России от 26 июля 2017 г № 702, с изменениями, внесенными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 8 февраля 2021 г. № 83 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 12 марта 2021 г., регистрационный № 62739).

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры управления и маркетинга в АПК (протокол № 11 от 15.06.2021)


Заведующий кафедрой



Е.В. Закшевская

Рабочая программа рекомендована к использованию в учебном процессе методической комиссией факультета агрономии, агрохимии и экологии (протокол № 11 от 29.06.2021 г.).

Председатель методической комиссии



А.Л. Лукин

## **1. Общая характеристика дисциплины**

### **1.1. Цель дисциплины**

Цель изучения дисциплины - дать обучающимся понятие процесса управления предприятием, раскрыть его сущность, принципы и методы в условиях современной рыночной экономики, а также процесса маркетинга как важного фактора достижения организацией наибольшей эффективности.

### **1.2. Задачи дисциплины**

Основные задачи дисциплины: дать обучающимся представление

- о сущности, задачах, функциях и концепциях менеджмента и маркетинга;
- об основах процесса управления организацией и ее персоналом;
- о принципах построения организационных структур;
- о методах принятия управленческих решений,
- о сущности и основных направлениях маркетинговых исследований;
- об основных направлениях товарной и инновационной политики современных предприятий;
- о процессе реализации товаров и услуг, конкуренции и ценообразовании в современных условиях.

### **1.3. Предмет дисциплины**

Предметом изучения дисциплины являются: менеджмента - система отношений между людьми в процессе управления производством в аграрных коммерческих организациях, маркетинга - отношения, возникающие между организацией и людьми в процессе маркетинговой деятельности, способствующей реализации маркетинговых возможностей организации.

### **1.4. Место дисциплины в образовательной программе**

Дисциплина Б1.О.36 Менеджмент и маркетинг относится к блоку 1 Обязательная часть, обязательная дисциплина.

### **1.5. Взаимосвязь с другими дисциплинами**

Дисциплина Б1.О.36 Менеджмент и маркетинг связана со следующими дисциплинами учебного плана: Б1.О.05 Управление проектами

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция		Индикатор достижения компетенции	
Код	Содержание	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	<b>Обучающийся должен знать:</b>	
		ИД-3УК-2	Знает принципы постановки целей и выработки стратегий развития предприятия, принципы и методические подходы разработки, принятия и реализаций управленческих решений
		<b>Обучающийся должен уметь:</b>	
		ИД-7УК-2	Умеет эффективно воздействовать на членов коллектива в ходе управления производственным процессом; определять пути повышения эффективности менеджмента
		<b>Обучающийся должен иметь навыки и (или) опыт деятельности:</b>	
		ИД-10УК-2	Имеет навыки постановки целей, разработки задач по ее достижению, принятия решений в наиболее сложных и нестандартных ситуациях

### 3. Объём дисциплины и виды работ

#### 3.1. Очная форма обучения

Показатели	Семестр	Всего
	6	
Общая трудоёмкость, з.е./ч	3 / 108	3 / 108
Общая контактная работа, ч	36,15	36,15
Общая самостоятельная работа, ч	71,85	71,85
Контактная работа при проведении учебных занятий, в т.ч. (ч)	36,00	36,00
лекции	12	12,00
лабораторные-всего	-	
в т.ч. практическая подготовка	-	
практические-всего	24	24,00
в т.ч. практическая подготовка	-	
индивидуальные консультации при выполнении курсового проекта	-	
индивидуальные консультации при выполнении курсовой работы	-	
Самостоятельная работа при проведении учебных занятий, ч	63,00	63,00
Контактная работа при проведении промежуточной аттестации обучающихся, в т.ч. (ч)	0,15	0,15
групповые консультации	-	
курсовой проект	-	
курсовая работа	-	
зачет	0,15	0,15
зачет с оценкой	-	
экзамен	-	
Самостоятельная работа при промежуточной аттестации, в т.ч. (ч)	8,85	8,85
выполнение курсового проекта	-	
выполнение курсовой работы	-	
подготовка к зачету	8,85	8,85
подготовка к зачету с оценкой	-	
подготовка к экзамену	-	
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет

#### 3.2. Заочная форма обучения

Не предусмотрено

## **4. Содержание дисциплины**

### **4.1. Содержание дисциплины в разрезе разделов и подразделов**

#### **Раздел 1. Сущность и роль менеджмента**

##### **Подраздел 1.1. Сущность менеджмента: принципы, функции и методы**

Современный менеджмент как основа успешного хозяйствования в условиях рынка. Объективная потребность в совершенствовании организации и управления предприятиями. Особенности управления в АПК. Сущность и содержание понятий «управление» и «менеджмент». Цели и задачи менеджмента. Закономерности менеджмента. Принципы менеджмента. Виды менеджмента. Цели и задачи управления предприятием. Функции управления.

Понятие и содержание методов управления. Классификация методов управления. Экономические методы управления. Организационно-распорядительные методы управления. Социально-психологические методы управления.

##### **Подраздел 1.2. Организационные структуры управления**

Понятие и сущность организационных структур управления. Принципы построения структур управления. Разделение труда и специализация. Связи в организации и координация. Иерархия в организации и ее звенья. Масштаб управляемости и контроля. Распределение прав и ответственности. Делегирование полномочий. Централизация и децентрализация управления.

Типы структур управления: иерархический и органический. Проектирование структур управления. Функции аппарата управления. Организация работы предприятия. Особенности менеджмента на предприятиях различных организационных форм.

##### **Подраздел 1.3. Целеполагание в управленческой деятельности и управленческие решения**

Цели и система управления предприятием. Миссия организации и правила ее формулирования. Категория «цель» и ее значение в управлении. Классификация целей. Общие правила постановки и требования к формулированию целей. Условия достижения целей. Управление по целям.

Понятие управленческого решения. Место и роль решений в процессе управления. Классификация управленческих решений. Специфика функции принятия решения в деятельности руководителя. Технология принятия решений: методы и этапы процесса принятия решений. Требования, предъявляемые к управленческому решению. Реализация решений. Распределение функций и ответственности при принятии и реализации управленческих решений.

##### **Подраздел 1.4. Мотивация персонала**

Общая характеристика мотивации. Мотивы человеческой деятельности. Концепция стимулирования. Содержательные теории мотивации: теория потребностей Маслоу, теория Альдерфера, теория приобретенных потребностей МакКлеланда, теория двух факторов Герцберга. Процессуальные теории мотивации: теория ожидания, теория постановки целей, теория равенства, концепция партисипативного управления. Материальное поощрение.

Неэкономические способы мотивации. Деловая карьера и ее организация. Работа с кадровым резервом. Организация контроля за деятельностью подчиненных.

#### **Раздел 2. Сущность и роль маркетинга**

##### **Подраздел 2.1. Понятие и сущность маркетинга, его цели, принципы и функции**

Маркетинг как научная дисциплина и как область практической деятельности. Понятие маркетинга как науки и практики. Социально - экономические основы

маркетинга. Аграрный рынок, его особенности. Предмет исследования маркетинга. Методы маркетинга: сущность и классификация. Принципы и функции маркетинга. Виды и объекты маркетинга. Историческое развитие маркетинга, сущность маркетинга как концепции и функции управления. Современные концепции маркетинга. Использование возможностей маркетинга в российской практике. Понятие комплекса маркетинга, его сущность и значение.

### **Подраздел 2.2. Информационное обеспечение маркетинга и маркетинговые исследования**

Принятие и реализация решений в системе маркетинга. Источники и требования к маркетинговой информации: новизна, понятность, доступность, полезность. Базы данных и информационная система управления маркетингом на предприятии. Информационное обеспечение маркетинга на базе мировых информационных ресурсов.

Маркетинговое исследование как функция управления предприятием. Этапы маркетингового исследования. Исследования и анализ в экономической, хозяйственной, торговой, промышленной, потребительской, товарной, сбытовой и рекламной сферах. Изучение деятельности конкурентов. Методы и инструментарий исследования. Методы сбора и обработки информации о внешней и внутренней среде маркетинга.

### **Подраздел 2.3. Товар и товарная политика**

Товар и товарная единица. Основные классификации товаров. Жизненный цикл товара: основные характеристики и типичные ответные реакции производителей. Формирование товарной политики. Решения о широте товарного ассортимента. Решения относительно товарной номенклатуры. Решение об использовании товарных марок. Решения относительно упаковки товара. Решения относительно маркировки. Роль сервиса в товарной политике предприятия.

Разработка новых товаров. Основные этапы разработки: формирование идей, отбор идей, разработка замысла и его проверка, разработка стратегии маркетинга, анализ возможностей производства и сбыта, разработка товара, испытания в рыночных условиях, развёртывание коммерческого производства. Принятие решений по отбору новых товаров.

### **Подраздел 2.4. Товародвижение и сбыт в системе маркетинга**

Продвижение товаров на рынок. Каналы распределения и товародвижение. Природа и функции канала распределения. Посредники и их функции. Уровни каналов распределения товаров и услуг. Распространение вертикальных и горизонтальных маркетинговых систем. Типы посредников. Решения о системе распределения и государственная политика в АПК.

Цели и функции товародвижения. Обработка заказов. Складирование. Поддержание товарно-материальных запасов. Транспортировка. Выбор вида транспорта. Структура управления товародвижением фирмы. Методы распространения товаров: розничная и оптовая торговля. Виды розничных торговых предприятий. Функции оптовой торговли. Виды предприятий оптовой торговли.

### **Подраздел 2.5. Комплекс маркетинговых коммуникаций**

Комплекс маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта. Система формирования спроса и стимулирования сбыта. Специфика формирования спроса и стимулирования сбыта в АПК.

Реклама: масштабы и значение рекламы в продвижении товаров, виды и цели рекламы. Эффективность рекламы. Стимулирование сбыта: потребителей, сферы торговли, собственного торгового персонала фирмы. Выбор средств стимулирования. Разработка программы стимулирования сбыта. Оценка результатов.

Методы работы отделов по организации общественного мнения: установление и

поддержание связей с прессой; общефирменная коммуникация; консультирование.

### Подраздел 2.6. Особенности организации маркетинга на предприятии

Место маркетинга в управлении предприятиями АПК. Маркетинг как объект и функция управления на предприятии. Процессы планирования, оперативного управления и контроля маркетинга. Служба маркетинга в структуре управления предприятием.

Особенности процессов управления маркетингом в различных типах структур управления: по объекту, по продукту, матричная, функциональная и т.д. Структура службы маркетинга, её функции, ресурсы, права, ответственность, властные полномочия, обязанности сотрудников. Кадровое обеспечение службы маркетинга и управление торговым персоналом предприятия. Развитие маркетинговых структур на предприятиях АПК России.

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

### 4.2.1. Очная форма обучения

Раздел дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СР
<b>Раздел 1. Сущность и роль менеджмента</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>24</b>
Подраздел 1.1. Сущность менеджмента: принципы, функции и методы	2	2	-	6
Подраздел 1.2. Организационные структуры управления	2	2	-	6
Подраздел 1.3. Целеполагание в управленческой деятельности и управленческие решения	1	4	-	6
Подраздел 1.4. Мотивация персонала	1	2	-	6
<b>Раздел 2. Сущность и роль маркетинга</b>	<b>6</b>	<b>14</b>	<b>-</b>	<b>39</b>
Подраздел 2.1. Понятие и сущность маркетинга, его цели, принципы и функции	1	2	-	6
Подраздел 2.2. Информационное обеспечение маркетинга и маркетинговые исследования	1	4	-	9
Подраздел 2.3. Товар и товарная политика	1	2	-	6
Подраздел 2.4. Товародвижение и сбыт в системе маркетинга	1	2	-	6
Подраздел 2.5. Комплекс маркетинговых коммуникаций	1	2	-	6
Подраздел 2.6. Особенности организации маркетинга на предприятии	1	2	-	6
<b>Всего</b>	<b>12</b>	<b>24</b>	<b>-</b>	<b>63</b>

### 4.2.2. Заочная форма обучения Не предусмотрено

## 4.3. Перечень тем и учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Тема самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение	Объём, ч
<b>Раздел 1. Сущность и роль менеджмента</b>			<b>24</b>
1.	Сущность менеджмента: принципы, функции и методы	1. Закшевская Е. В. Менеджмент: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки 080200	6
2.	Организационные структуры управления	"Менеджмент" / Е. В. Закшевская, С. Н. Коновалова, Р. П. Белолыпов; Воронеж. гос.	6



3.	Целеполагание в управленческой деятельности и управленческие решения	аграр. ун-т - Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет, 2013 - 440 с. [ЦИТ 9193] [ПТ]	6
4.	Мотивация персонала	2. Балашов А. П. Менеджмент [электронный ресурс]: Учебное пособие / А. П. Балашов - Москва: Вузовский учебник, 2015 - 271 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=278449">http://znanium.com/catalog/document?id=278449</a> 3. Вырупаева Т. В. Менеджмент [электронный ресурс]: Учебник / Т. В. Вырупаева, Л. С. Драганчук - Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2016 - 380 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=320911">http://znanium.com/catalog/document?id=320911</a>	6
<b>Раздел 2. Сущность и роль маркетинга</b>			<b>39</b>
5.	Понятие и сущность маркетинга, его цели, принципы	1. Маркетинг: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.]; под ред. Е. В. Закшевской - Москва: КолосС, 2012 - 247 с. 2. Наумов В. Н. Маркетинг [электронный ресурс]: Учебник / В. Н. Наумов - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016 - 320 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=157112">http://znanium.com/catalog/document?id=157112</a>	6
6.	Информационное обеспечение маркетинга и маркетинговые исследования		9
7.	Товар и товарная политика		6
8.	Товародвижение и сбыт в системе маркетинга		6
9.	Комплекс маркетинговых коммуникаций		6
10.	Особенности организации маркетинга на предприятии		6
<b>Всего</b>			<b>63</b>

## 5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации и текущего контроля

### 5.1. Этапы формирования компетенций

Подраздел дисциплины	Компетенция	Индикатор достижения компетенции
1.1. Сущность менеджмента: принципы, функции и методы	УК-2	ИД-3УК-2 ИД-7УК-2
1.2. Организационные структуры управления	УК-2	ИД-3УК-2 ИД-10УК-2
1.3. Целеполагание в управленческой деятельности и управленческие решения	УК-2	ИД-3УК-2 ИД-7УК-2 ИД-10УК-2
1.4. Мотивация персонала	УК-2	ИД-7УК-2
2.1. Понятие и сущность маркетинга, его цели, принципы и функции	УК-2	ИД-3УК-2 ИД-7УК-2
2.2. Информационное	УК-2	ИД-10УК-2

обеспечение маркетинга и маркетинговые исследования		
2.3. Товар и товарная политика	УК-2	ИД-7УК-2
2.4. Товародвижение и сбыт в системе маркетинга	УК-2	ИД-7УК-2
2.5. Комплекс маркетинговых коммуникаций	УК-2	ИД-7УК-2
2.6. Особенности организации маркетинга на предприятии	УК-2	ИД-7УК-2

## 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 ошибок 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 предусмотрен

5.3.1.2.

**Задачи к экзамену**  
Не предусмотрен

5.3.1.3.

**Вопросы к зачету с оценкой**  
Не предусмотрен

## 5.3.1.4. Вопросы к зачету

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1	Сущность и содержание понятий «управление» и «менеджмент».	УК-2	ИД-3УК-2
2	Функции управления и их классификация.	УК-2	ИД-3УК-2
3	Основные этапы развития теории и практики менеджмента.	УК-2	ИД-3УК-2
4	Понятие и содержание методов управления.	УК-2	ИД-7УК-2
5	Сущность экономических методов управления.	УК-2	ИД-7УК-2
6	Сущность организационно-распорядительных методов управления.	УК-2	ИД-7УК-2
7	Сущность социально-психологических методов управления.	УК-2	ИД-7УК-2
8	Понятие и принципы построения структуры управления.	УК-2	ИД-7УК-2
9	Типы структур управлений организациями.	УК-2	ИД-7УК-2
10	Виды и особенности бюрократических структур управления организациями.	УК-2	ИД-7УК-2
11	Органические структуры управления: виды, принципы построения.	УК-2	ИД-7УК-2
12	Сущность функции целеполагания.	УК-2	ИД-7УК-2
13	Миссия организации: сущность, особенности формулирования.	УК-2	ИД-3УК-2
14	Категория «цель» и ее значение в управлении. Классификация целей.	УК-2	ИД-3УК-2
15	Общие правила постановки и требования к формулированию целей.	УК-2	ИД-3УК-2
16	Информация в управлении: основные виды, свойства, функции.	УК-2	ИД-3УК-2
17	Элементы и этапы процесса коммуникации.	УК-2	ИД-7УК-2
18	Преграды на пути коммуникации.	УК-2	ИД-7УК-2
19	Понятие и виды управленческих решений.	УК-2	ИД-7УК-2
20	Технология и методы принятия управленческих решений.	УК-2	ИД-7УК-2
21	Управленческое решение: принятие и реализация.	УК-2	ИД-7УК-2
22	Групповое принятие решений	УК-2	ИД-7УК-2
23	Виды конфликтов и причины их возникновения.	УК-2	ИД-7УК-2
24	Стратегии преодоления конфликта.	УК-2	ИД-7УК-2
25	Мотивация труда: понятие, структура, условия формирования.	УК-2	ИД-7УК-2
26	Содержательные теории мотивации	УК-2	ИД-7УК-2
27	Процессуальные теории мотивации	УК-2	ИД-7УК-2
28	Планирование деловой карьеры	УК-2	ИД-7УК-2
29	Стиль управления: понятие и виды.	УК-2	ИД-7УК-2
30	В чем состоит сущность маркетинга?	УК-2	ИД-3УК-2
31	Каковы основные концепции маркетинга?	УК-2	ИД-3УК-2
32	Перечислите основные принципы маркетинга.	УК-2	ИД-3УК-2
33	Дайте классификацию функций маркетинга.	УК-2	ИД-3УК-2
34	Какие вы знаете виды маркетинга?	УК-2	ИД-3УК-2
35	Что такое нужда, потребность, спрос и какова их	УК-2	ИД-7УК-2

	роль в деятельности предприятия?		
36	Что такое рынок и какие виды рынков вы знаете?	УК-2	ИД-7УК-2
37	Какова роль службы маркетинга в деятельности предприятия?	УК-2	ИД-7УК-2
38	Какие требования предъявляются к работникам службы маркетинга?	УК-2	ИД-7УК-2
39	Каковы основные функции работников службы маркетинга?	УК-2	ИД-7УК-2
40	Каково содержание программы маркетинга фирмы?	УК-2	ИД-7УК-2
41	Какова роль товара в системе маркетинга?	УК-2	ИД-7УК-2
42	Приведите классификацию товаров по различным критериям.	УК-2	ИД-7УК-2
43	Каковы этапы жизненного цикла товара?	УК-2	ИД-7УК-2
44	Каковы способы продления жизненного цикла товара?	УК-2	ИД-7УК-2
45	Как разрабатывается и внедряется новый товар на рынок?	УК-2	ИД-7УК-2
46	Какова роль службы маркетинга в разработке и внедрении нового товара на рынок?	УК-2	ИД-7УК-2
47	Какие типы каналов распределения существуют?	УК-2	ИД-7УК-2
48	Из каких этапов состоит процесс товародвижения?	УК-2	ИД-7УК-2
49	Рассмотрите особенности оптовой торговли.	УК-2	ИД-7УК-2
50	Приведите классификацию предприятий розничной торговли.	УК-2	ИД-7УК-2
51	Что такое канал распределения и какова его структура?	УК-2	ИД-7УК-2
52	Каковы основные направления маркетинговых исследований?	УК-2	ИД-10УК-2
53	Какие источники маркетинговой информации используют при проведении маркетинговых исследований?	УК-2	ИД-10УК-2
54	В чем особенности первичных и вторичных данных при проведении маркетинговых исследований?	УК-2	ИД-10УК-2
55	Перечислите этапы процесса маркетингового исследования.	УК-2	ИД-10УК-2
56	В чем заключается сущность маркетинговых коммуникаций?	УК-2	ИД-10УК-2
57	Что такое реклама и каковы ее особенности по сравнению с другими видами маркетинговых коммуникаций?	УК-2	ИД-7УК-2
58	Что собой представляет стимулирование сбыта?	УК-2	ИД-7УК-2
59	Каковы основные методы стимулирования потребителей?	УК-2	ИД-7УК-2
60	Как осуществляются связи с общественностью?	УК-2	ИД-7УК-2

**5.3.1.5.****Перечень тем курсовых проектов (работ)**

Не предусмотрены

**5.3.1.6.****Вопросы к защите курсового проекта (работы)**

Не предусмотрены

**5.3.2. Оценочные материалы текущего контроля****5.3.2.1. Вопросы тестов**

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1	Что означает профессионализм менеджера?	УК-2	ИД-3УК-2
2	Менеджмент - это?	УК-2	ИД-3УК-2
3	Что является субъектом менеджмента?	УК-2	ИД-3УК-2
4	Какие из перечисленных функций менеджмента позволяют выявить отклонения, возникающие в процессе функционирования организации?	УК-2	ИД-3УК-2
5	Последовательность управленческих действий - это:	УК-2	ИД-7УК-2
6	Что из перечисленного ниже не раскрывает сущность управления?	УК-2	ИД-3УК-2
7	Какая из перечисленных ниже общих функций управления обеспечивает согласование и взаимодействие всех остальных?	УК-2	ИД-3УК-2
8	Четкость и единство распорядительства является достоинством:	УК-2	ИД-7УК-2
9	Что является предметом труда работников управления?	УК-2	ИД-3УК-2
10	Какому понятию соответствует следующее определение - способ воздействия на объект управления - это?	УК-2	ИД-7УК-2
11	Какие из перечисленных функций менеджмента базируются на потребностях и интересах работников?	УК-2	ИД-3УК-2
12	Вид управленческой деятельности, который характеризуется однородностью целей, действий или объектов их приложения - это	УК-2	ИД-3УК-2
13	Какие из указанных ниже характеристик организации не обязательно отражать в ее миссии?	УК-2	ИД-3УК-2
14	В системе управления организацией - объект управления - это	УК-2	ИД-3УК-2
15	В каком виде может реализовано в процессе управления управляющее воздействие?	УК-2	ИД-3УК-2
16	Для чего предназначена организационная структура управления?	УК-2	ИД-3УК-2
17	Цеховая организационная структура характеризуется тем, что	УК-2	ИД-3УК-2
18	Способы воздействия на управляемую систему посредством повышения уровня сознания работников, формирование коллектива и личности, морального стимулирования и демократических основ в управлении?	УК-2	ИД-7УК-2
19	Под организационной структурой управления понимается	УК-2	ИД-3УК-2
20	Какой этап является исходным в стратегическом управлении организацией?	УК-2	ИД-3УК-2
21	Что такое дерево целей?	УК-2	ИД-3УК-2
22	Коммуникации в управлении - это:	УК-2	ИД-7УК-2
23	Элементами процесса коммуникации являются:	УК-2	ИД-7УК-2
24	Какой фактор не является препятствием для обмена информацией?	УК-2	ИД-10УК-2

25	Какие из указанных ниже решений принимают в случае слабоструктурированных проблем?	УК-2	ИД-3УК-2
26	Что понимается под стилем управления?	УК-2	ИД-3УК-2
27	Основы формальной власти - это:	УК-2	ИД-3УК-2
28	Какой стиль разрешения конфликтов характеризуется следующими положениями: "удовлетворенность тем, что доступно; согласие во избежание ссоры"?	УК-2	ИД-7УК-2
29	Ступени мотивации по Маслоу - это	УК-2	ИД-7УК-2
30	Одной из основных функций менеджмента является	УК-2	ИД-3УК-2
31	В каких рыночных ситуациях имеет место конкуренция продавцов?	УК-2	ИД-7УК-2
32	Какими основными чертами должен обладать такой архетип управляющего как «лидер»?	УК-2	ИД-10УК-2
33	Какой смысл вкладывается в слово «риск» при принятии решений?	УК-2	ИД-10УК-2
34	Каким образом определяется главный конкурент?		
35	Что из указанного ниже не характеризует сущность контроля?	УК-2	ИД-3УК-2
36	Если потребитель в своем поведении ориентируется на покупку товара только наивысшего качества, то необходимо реализовать маркетинговую концепцию?	УК-2	ИД-10УК-2
37	Потребность - это?	УК-2	ИД-7УК-2
38	Классический комплекс маркетинга (4Р) не включает в себя?	УК-2	ИД-7УК-2
39	Достоинством функциональной структуры управления маркетингом является?	УК-2	ИД-7УК-2
40	Маркетинговая среда делится на следующие составные части?	УК-2	ИД-7УК-2
41	Нужда в товаре в маркетинге определяется как...?	УК-2	ИД-7УК-2
42	Одним из принципов маркетинга является?	УК-2	ИД-7УК-2
43	Жизненный цикл товара – это?	УК-2	ИД-7УК-2
44	Среди перечисленных посредников с биржей связан?	УК-2	ИД-7УК-2
45	Среди посредников, как правило, правом собственности на товар обладают:	УК-2	ИД-7УК-2
46	Каналом прямого маркетинга не является	УК-2	ИД-7УК-2
47	В каком из перечисленных определений заложена опасность неверного понимания роли маркетинга?	УК-2	ИД-7УК-2
48	Товарная марка предназначена для того, чтобы?	УК-2	ИД-7УК-2
49	Наиболее высокие темпы роста прибыли фирма получает на этапе жизненного цикла товара?	УК-2	ИД-7УК-2
50	К прямому каналу сбыта относится?	УК-2	ИД-7УК-2
51	Маркетинг начинается с?	УК-2	ИД-3УК-2
52	Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на один из них вызовет:	УК-2	ИД-3УК-2
53	Кто несет ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе в части оформления, производства и подготовки?	УК-2	ИД-3УК-2
54	Магазином с ограниченным ассортиментом может быть?	УК-2	ИД-7УК-2
55	Под набором товаров, предлагаемых предприятием-изготовителем, в маркетинге понимают...	УК-2	ИД-7УК-2

56	Сертификаты, дающие потребителю право на оговоренную экономию при покупке конкретного товара, - это	УК-2	ИД-7УК-2
57	К полевым методам исследования относится?	УК-2	ИД-10УК-2
58	Маркетинговые исследования начинаются, как правило, со сбора...?	УК-2	ИД-10УК-2
59	Основной задачей стимулирования сбыта является?	УК-2	ИД-7УК-2
60	Рынок покупателя характеризуется ситуацией:	УК-2	ИД-7УК-2

### 5.3.2.2. Вопросы для устного опроса

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1	Предмет и понятие менеджмента	УК-2	ИД-3УК-2
2	Сущность и содержание управления.	УК-2	ИД-3УК-2
3	Цели, задачи и методы управления.	УК-2	ИД-3УК-2
4	Экономическая эффективность менеджмента	УК-2	ИД-7УК-2
5	Организация как объект управления.	УК-2	ИД-3УК-2
6	Миссия организации.	УК-2	ИД-3УК-2
7	Целеполагание как процесс управления.	УК-2	ИД-3УК-2
8	Процесс управления, его структура и особенности.	УК-2	ИД-3УК-2
9	Функции управления, их характеристика.	УК-2	ИД-3УК-2
10	Субъект и объект управления, их взаимодействие в системе управления.	УК-2	ИД-3УК-2
11	Принципы построения и функционирования структур управления.	УК-2	ИД-3УК-2
12	Организационная структура сельскохозяйственных предприятий.	УК-2	ИД-3УК-2
13	Сущность и классификация методов управления.	УК-2	ИД-7УК-2
14	Экономические методы управления и их содержание.	УК-2	ИД-7УК-2
15	Административные методы управления и их содержание	УК-2	ИД-7УК-2
16	Социально-психологические методы управления и их содержание.	УК-2	ИД-7УК-2
17	Процесс мотивации: понятие, значение, содержание, условия формирования мотивации труда.	УК-2	ИД-7УК-2
18	Основные теории мотивации.	УК-2	ИД-7УК-2
19	Мотивация деятельности персонала, сущность и методы мотивации.	УК-2	ИД-7УК-2
20	Руководитель в системе управления персоналом	УК-2	ИД-7УК-2
21	Особенности делового общения и требования к управленческой информации?	УК-2	ИД-7УК-2
22	Официально деловой стиль оформления служебных документов?	УК-2	ИД-7УК-2
23	Стиль управления: понятие и виды.	УК-2	ИД-3УК-2
24	Содержание, цели и принципы маркетинговой деятельности?	УК-2	ИД-3УК-2
25	Понятие «рынок», «обмен» и «сделка». Их характеристика?	УК-2	ИД-3УК-2
26	Дайте классификацию функций маркетинга.	УК-2	ИД-3УК-2
27	Какие вы знаете виды маркетинга?	УК-2	ИД-3УК-2
28	Что такое нужда, потребность, спрос и какова их роль в деятельности предприятия?	УК-2	ИД-3УК-2



29	Какова роль службы маркетинга в деятельности предприятия?	УК-2	ИД-3УК-2
30	Каковы основные функции работников службы маркетинга?	УК-2	ИД-3УК-2
31	Каково содержание программы маркетинга фирмы?	УК-2	ИД-3УК-2
32	Какова роль товара в системе маркетинга?	УК-2	ИД-7УК-2
33	Приведите классификацию товаров по различным критериям.	УК-2	ИД-7УК-2
34	Каковы этапы жизненного цикла товара?	УК-2	ИД-7УК-2
35	Каковы способы продления жизненного цикла товара?	УК-2	ИД-7УК-2
36	Как разрабатывается и внедряется новый товар на рынок?	УК-2	ИД-7УК-2
37	Какова роль службы маркетинга в разработке и внедрении нового товара на рынок?	УК-2	ИД-7УК-2
38	Какие типы каналов распределения существуют?	УК-2	ИД-7УК-2
39	Из каких этапов состоит процесс товародвижения?	УК-2	ИД-7УК-2
40	Рассмотрите особенности оптовой торговли.	УК-2	ИД-7УК-2
41	Приведите классификацию предприятий розничной торговли.	УК-2	ИД-7УК-2
42	Что такое канал распределения и какова его структура?	УК-2	ИД-7УК-2
43	Этапы проведения маркетингового исследования и их характеристика	УК-2	ИД-10УК-2
44	Какие источники маркетинговой информации используют при проведении маркетинговых исследований?	УК-2	ИД-10УК-2
45	Преимущества и недостатки различных методов сбора информации для маркетингового исследования.	УК-2	ИД-10УК-2
46	В чем особенности первичных и вторичных данных при проведении маркетинговых исследований?	УК-2	ИД-10УК-2
47	Перечислите этапы процесса маркетингового исследования.	УК-2	ИД-10УК-2
48	В чем заключается сущность маркетинговых коммуникаций?	УК-2	ИД-10УК-2
49	Маркировка товаров, разработка фирменного стиля предприятия	УК-2	ИД-7УК-2
50	Что такое реклама и каковы ее особенности по сравнению с другими видами маркетинговых коммуникаций?	УК-2	ИД-7УК-2
51	Что собой представляет стимулирование сбыта?	УК-2	ИД-7УК-2
52	Каковы основные методы стимулирования потребителей?	УК-2	ИД-7УК-2
53	Упаковка продукции, ее виды значение	УК-2	ИД-7УК-2

## 5.3.2.3. Задачи для проверки умений и навыков

№	Содержание	Компетенция	ИДК																																								
1	<p>Проанализировать внутреннюю среду предприятия и определить возможные действия по нейтрализации негативного влияния факторов, приведенных в таблице:</p> <table border="1" data-bbox="292 369 1121 902"> <thead> <tr> <th data-bbox="292 369 355 448">№</th> <th data-bbox="355 369 667 448">Фактор</th> <th data-bbox="667 369 794 448">Оценка</th> <th data-bbox="794 369 906 448">Вес</th> <th data-bbox="906 369 1121 448">Направление влияния</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="292 448 355 504">1</td> <td data-bbox="355 448 667 504">Рентабельность</td> <td data-bbox="667 448 794 504">10</td> <td data-bbox="794 448 906 504">0,25</td> <td data-bbox="906 448 1121 504">-</td> </tr> <tr> <td data-bbox="292 504 355 560">2</td> <td data-bbox="355 504 667 560">Оборудование и технология</td> <td data-bbox="667 504 794 560">9</td> <td data-bbox="794 504 906 560">0,25</td> <td data-bbox="906 504 1121 560">-</td> </tr> <tr> <td data-bbox="292 560 355 616">3</td> <td data-bbox="355 560 667 616">Доля рынка предприятия</td> <td data-bbox="667 560 794 616">7</td> <td data-bbox="794 560 906 616">0,10</td> <td data-bbox="906 560 1121 616">-</td> </tr> <tr> <td data-bbox="292 616 355 694">4</td> <td data-bbox="355 616 667 694">Квалификация производственного персонала</td> <td data-bbox="667 616 794 694">7</td> <td data-bbox="794 616 906 694">0,10</td> <td data-bbox="906 616 1121 694">+</td> </tr> <tr> <td data-bbox="292 694 355 795">5</td> <td data-bbox="355 694 667 795">Рациональная организационная структура организации</td> <td data-bbox="667 694 794 795">6</td> <td data-bbox="794 694 906 795">0,10</td> <td data-bbox="906 694 1121 795">+</td> </tr> <tr> <td data-bbox="292 795 355 851">5</td> <td data-bbox="355 795 667 851">Имидж</td> <td data-bbox="667 795 794 851">6</td> <td data-bbox="794 795 906 851">0,10</td> <td data-bbox="906 795 1121 851">-</td> </tr> <tr> <td data-bbox="292 851 355 902">7</td> <td data-bbox="355 851 667 902">Качество продукции</td> <td data-bbox="667 851 794 902">7</td> <td data-bbox="794 851 906 902">0,10</td> <td data-bbox="906 851 1121 902">-</td> </tr> </tbody> </table>	№	Фактор	Оценка	Вес	Направление влияния	1	Рентабельность	10	0,25	-	2	Оборудование и технология	9	0,25	-	3	Доля рынка предприятия	7	0,10	-	4	Квалификация производственного персонала	7	0,10	+	5	Рациональная организационная структура организации	6	0,10	+	5	Имидж	6	0,10	-	7	Качество продукции	7	0,10	-	УК-2	ИД-10УК-2
№	Фактор	Оценка	Вес	Направление влияния																																							
1	Рентабельность	10	0,25	-																																							
2	Оборудование и технология	9	0,25	-																																							
3	Доля рынка предприятия	7	0,10	-																																							
4	Квалификация производственного персонала	7	0,10	+																																							
5	Рациональная организационная структура организации	6	0,10	+																																							
5	Имидж	6	0,10	-																																							
7	Качество продукции	7	0,10	-																																							
2	<p>Проанализируйте ситуацию и выявите: 1. Виновников в сложившейся ситуации; 2. Что, по Вашему мнению, помешало руководителям отделов скоординировать свои действия?</p> <p>Ситуация: Главный специалист Иванов дает двум руководителям отделов задание - позаботиться о том, чтобы сроки поставок фирме «Садовод» были соблюдены. Оба активно включаются в дело, но друг с другом не советуются, так как каждый ведет свою линию по устранению проблем со сроками. Работники отдела, получают разноречивые указания, высказывают свое недовольство Иванову, который отчитал обоих. В результате отношения между двумя руководителями отделов испортились.</p>	УК-2	ИД-10УК-2																																								
3	<p>Планируйте свою будущую профессиональную и общественную деятельность на период до 5 лет. Поставьте стратегическую цель (цели), которую хотите достигнуть через 5 (10) лет. Начиная с настоящего момента, определите ежегодные жизненные цели в интересующих областях вашей деятельности с учетом долгосрочных перспектив. Составьте план вашей деятельности на текущий год, проанализировав различные варианты развития факторов окружения (внешней среды)</p>	УК-2	ИД-10УК-2																																								
4	<p>Примите решение и определите, как выгоднее реализовывать яблоки, и каким способом их транспортировать. Рассчитайте прибыль и рентабельность сделки в каждом случае. Сделайте выводы.</p> <p>Плодово-ягодное хозяйство пригорода Воронежа решило продать по прямым связям 120 тонн яблок в г. Мурманск. Исходные данные: - себестоимость 1 кг яблок - 22,5 руб.;</p>	УК-2	ИД-10УК-2																																								

	<p>- цена реализации 1 кг в г. Воронеже - 26,0 руб.;</p> <p>- цена реализации 1кг в г. Мурманске - 38,0 руб.;</p> <p>- расстояние до Мурманска по железной дороге - 2000 км, по автотрассе - 1800 км;</p> <p>- 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.</p> <p>- 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);</p> <p>- погрузочно-разгрузочные работы - 70 руб. за 1 т;</p> <p>- длительность маршрута: авто - 3 дня, ж.-д. - 180 км в сутки по нормативу (вагонные и контейнерные перевозки), самолетом - 3 часа.</p>		
5	<p>Проанализируйте возможные стратегические направления развития компании? Какой из трех альтернативных вариантов возможного стратегического развития компании, подготовленных аналитиками, вы считаете наиболее приемлемым?</p> <p>Ситуация: Крупной компании необходимо принять решение о выборе дальнейшей стратегии развития. Возможно, принятие трех принципиально разных альтернативных вариантов решения этой важной управленческой проблемы:</p> <p>1. Цель компании — получение максимально возможной прибыли в возможно более короткие сроки. Для этого на четверть урезается программа по созданию новых видов продукции и на 30% сокращаются расходы на маркетинговое обеспечение торговых операций.</p> <p>2. Компания ставит перед собой цель обеспечить устойчивое положение в будущем. Для этого основные усилия сосредотачиваются на проведении НИОКР по созданию новых конкурентоспособных видов продукции.</p> <p>3. Целью компании является сочетание обеспечения рентабельности производства в настоящее время со значительными расходами на НИОКР для создания продукции, конкурентоспособной на рынках сбыта.</p>	УК-2	ИД-10УК-2
6	<p>Выявите приоритетность поставленных целей и задач? Ваш непосредственный начальник, минуя вас, дает срочное задание вашему подчиненному, который уже занят выполнением другого ответственного задания. Вы и ваш начальник считаете свои задания неотложными. Ваши действия:</p> <p>1) Не оспаривая задания начальника, будете строго придерживаться должностной субординации, предложите подчиненному отложить выполнение текущей работы.</p> <p>2) Все зависит от того, насколько авторитетен для вас начальник.</p> <p>3) Выразите подчиненному свое несогласие с заданием начальника, предупредите его, что впредь в подобных</p>	УК-2	ИД-10УК-2

	<p>случаях будете отменять задания, порученные подчиненному без согласования с вами.</p> <p>4) В интересах дела предложите подчиненному выполнить начатую работу.</p>		
7	<p>Из приведенного ниже списка организационных управленческих решений определите, какие из них относятся к программированным и нет.</p> <p>Список решений</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наем заведующим специалиста в исследовательскую лабораторию компании, производящей сложную техническую продукцию.</li> <li>2. Доведение мастером до рабочих дневного задания.</li> <li>3. Определение финансовым директором размера дивидендов, которые должны быть выплачены акционерам на девятый год последовательной успешной финансовой деятельности компании.</li> <li>4. Решение начальника о допущении официального отсутствия подчиненного на рабочем месте в связи с посещением им врача.</li> <li>5. Выбор членами правления места для очередного филиала банка, уже имеющего 50 отделений в крупном городе.</li> <li>6. Выбор авторами печатного издания для размещения рекламы о новом вузовском учебнике.</li> <li>7. Выбор правлением компании места для строительства пекарни «Яблоневый сад» в небольшом, городе, находящемся между двумя очень большими городами.</li> </ol>	УК-2	ИД-10УК-2
8	<p>Между двумя вашими подчиненными возник конфликт, который мешает им успешно работать. Каждый из них в отдельности обращался к вам с просьбой, чтобы вы разобрались и поддержали его позицию. Ваши действия:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вы должны пресечь конфликт на работе, а разрешать конфликтные ситуации между работниками — это их личное дело.</li> <li>2. Лучше всего попросить разобраться в конфликте представителей общественных организаций.</li> <li>3. Прежде всего, лично попытаетесь разобраться в мотивах конфликта и найдете приемлемый для обоих способ примирения.</li> <li>4. Выясните, кто из членов коллектива служит авторитетом для конфликтующих, и попытаетесь через него воздействовать на этих людей.</li> </ol>	УК-2	ИД-10УК-2
9	<p>Рассчитайте, сколько единиц товара необходимо реализовать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне и занимаемые рыночные позиции. Если: фирма закупает товар по цене 270 денежных единиц за единицу и продает в количестве 300 шт. этого товара еженедельно по цене 350 денежных единиц Маркетинговый отдел по результатам исследования рекомендует понизить на одну неделю цену на 10%.</p>	УК-2	ИД-10УК-2

#### 5.3.2.4. Перечень тем рефератов, контрольных, расчетно-графических работ

Не предусмотрено

## 5.3.2.5.

**Вопросы для контрольной (расчетно-графической) работы**

Не предусмотрено

**5.4. Система оценивания достижения компетенций****5.4.1. Оценка достижения компетенций в ходе промежуточной аттестации**

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	вопросы по курсовому проекту (работе)
ИД-3УК-2	Знает принципы постановки целей и выработки стратегий развития предприятия, принципы и методические подходы разработки, принятия и реализаций управленческих решений			1-3; 13-16; 30-34;	
ИД-7УК-2	Умеет эффективно воздействовать на членов коллектива в ходе управления производственным процессом; - определять пути повышения эффективности менеджмента			4-12; 17-29; 35-51; 57-60;	
ИД-10УК-2	Имеет навыки постановки целей, разработки задач по ее достижению, принятия решений в наиболее сложных и нестандартных ситуациях			52-56;	

**5.4.2. Оценка достижения компетенций в ходе текущего контроля**

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	вопросы устного опроса	задачи для проверки умений и навыков	
ИД-7УК-2	Знает принципы постановки целей и выработки стратегий развития предприятия, принципы и методические подходы разработки, принятия и реализаций управленческих решений	1-4; 6;7;9; 11-17; 19-21; 25-27; 30; 35 51-53	1-3; 5-12; 23-31;		
ИД-7УК-2	Умеет эффективно	5; 8; 10;	4; 13-22;		

	воздействовать на членов коллектива в ходе управления производственным процессом; - определять пути повышения эффективности менеджмента	18; 22-23; 28-29; 31; 37- 50; 54-56; 59-60	32-42; 49-53;	
ИД-10УК-2	Имеет навыки постановки целей, разработки задач по ее достижению, принятия решений в наиболее сложных и не стандартных ситуациях	24; 32-33; 36; 57-58.	43-48;	1-9;

## 6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.

### 6.1. Рекомендуемая литература

№	Библиографическое описание	Тип издания	Вид учебной литературы
1	Закшевская Е. В. Менеджмент: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки 080200 "Менеджмент" (профиль "Производственный менеджмент") / Е. В. Закшевская, С. Н. Коновалова, Р. П. Белолипов; Воронеж. гос. аграр. ун-т - Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет, 2013 - 440 с. [ЦИТ 9193] [ПТ] URL: <a href="http://catalog.vsau.ru/elib/books/b91302.pdf">http://catalog.vsau.ru/elib/books/b91302.pdf</a>	Учебное	Основная
2	Маркетинг: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.]; под ред. Е. В. Закшевской - Москва: КолосС, 2012 - 247 с.	Учебное	Основная
3	Балашов А. П. Менеджмент [электронный ресурс]: Учебное пособие / А. П. Балашов - Москва: Вузский учебник, 2015 - 271 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=278449">http://znanium.com/catalog/document?id=278449</a>	Учебное	Основная
4	Виханский О. С. Менеджмент [электронный ресурс]: Учебник для ср. спец. учеб. заведений: Учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов; Институт экономики промышленности Национальной академии наук Украины; Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Высшая школа бизнеса - Москва: Издательство "Магистр", 2015 - 288 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=247747">http://znanium.com/catalog/document?id=247747</a>	Учебное	Дополнительная
5	Вырупаева Т. В. Менеджмент [электронный ресурс]: Учебник / Т. В. Вырупаева, Л. С. Драганчук - Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2016 - 380 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=320911">http://znanium.com/catalog/document?id=320911</a>	Учебное	Дополнительная

	Максимцов М. М. Менеджмент [электронный ресурс]: Учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению «Экономика и управление»: Учебник / М. М. Максимцов, М. А. Комаров; Государственный университет управления; Министерство внутренних дел Российской Федерации; Владимирский государственный университет им. А.Г. и Н.Г. Столетовых; Государственный университет по землеустройству; Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации - Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017 - 343 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL:	Учебное	Дополнительная
	Наумов В. Н. Маркетинг [электронный ресурс]: Учебник / В. Н. Наумов - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016 - 320 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=157112">http://znanium.com/catalog/document?id=157112</a>	Учебное	Дополнительная
	Секерин В. Д. Инновационный маркетинг [электронный ресурс]: Учебник / В. Д. Секерин - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020 - 237 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=353911">http://znanium.com/catalog/document?id=353911</a>	Учебное	Дополнительная
6	Менеджмент и маркетинг [Электронный ресурс] : методические указания по освоению дисциплины и для самостоятельной работы обучающихся по направлению подготовки 35.03.03 Агрохимия и агропочвоведение, профиль «Агроэкология» / Воронежский государственный аграрный университет [сост. К. С. Четверова]. - Воронеж : Воронежский государственный аграрный университет, 2022. URL: <a href="http://catalog.vsau.ru/elib/metod/m7347.pdf">http://catalog.vsau.ru/elib/metod/m7347.pdf</a> .	Методическое	Дополнительная
7	АПК : экономика, управление: ежемесячный теоретический и научно-практический журнал - Москва: Агропромиздат, 1988-	Периодическое	
	Менеджмент в России и за рубежом: журнал: 16+ - Москва: Финпресс, 1998-	Периодическое	
8	Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий: Ежемесячный теоретический и научно-практический журнал / Министерство сельского хозяйства РФ - Москва: Редакция журнала "Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий", 1988-	Периодическое	

## 6.2. Ресурсы сети Интернет

### 6.2.1. Электронные библиотечные системы

№	Название	Размещение
1	Лань	<a href="https://e.lanbook.com">https://e.lanbook.com</a>
2	ZNANIUM.COM	<a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
3	ЮРАЙТ	<a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a>

4	IPRbooks	<a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a>
5	E-library	<a href="https://elibrary.ru/">https://elibrary.ru/</a>
6	Электронная библиотека ВГАУ	<a href="http://library.vsau.ru/">http://library.vsau.ru/</a>

### 6.2.2. Профессиональные базы данных и информационные системы

№	Название	Размещение
1	Единая межведомственная информационно-статистическая система	<a href="https://fedstat.ru/">https://fedstat.ru/</a>
2	База данных показателей муниципальных образований	<a href="http://www.gks.ru/free_doc/new_site/bd_munst/munst.htm">http://www.gks.ru/free_doc/new_site/bd_munst/munst.htm</a>
3	Портал государственных услуг	<a href="https://www.gosuslugi.ru/">https://www.gosuslugi.ru/</a>
4	Единая информационная система в сфере закупок	<a href="http://zakupki.gov.ru">http://zakupki.gov.ru</a>
5	Электронный сервис "Прозрачный бизнес"	<a href="https://pb.nalog.ru">https://pb.nalog.ru</a>
6	Справочная правовая система Гарант	<a href="http://ivo.garant.ru">http://ivo.garant.ru</a>
7	Справочная правовая система Консультант Плюс	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>
8	Профессиональные справочные системы «Кодекс»	<a href="https://техэксперт.сайт/sistema-kodeks">https://техэксперт.сайт/sistema-kodeks</a>
9	Росреестр: Публичная кадастровая карта	<a href="https://pkk5.rosreestr.ru/">https://pkk5.rosreestr.ru/</a>
10	Аграрная российская информационная система	<a href="http://www.aris.ru/">http://www.aris.ru/</a>
11	Информационная система по сельскохозяйственным наукам и технологиям	<a href="http://agris.fao.org/">http://agris.fao.org/</a>

### 6.2.3. Сайты и информационные порталы

№	Название	Размещение
1	Министерство науки и высшего образования Российской Федерации	<a href="https://edu.gov.ru">https://edu.gov.ru</a>
2	Правительство РФ	<a href="http://government.ru">http://government.ru</a>
3	Российская газета	<a href="https://rg.ru">https://rg.ru</a>
4	Информационная система по сельскохозяйственным наукам и технологиям	<a href="http://www.cnshb.ru/cataloga.shtm">www.cnshb.ru/cataloga.shtm</a>
5	AGRIS: International Information System for the Agricultural Sciences and Technology: Международная информационная система по сельскохозяйственным наукам и технологиям	<a href="http://agris.fao.org">http://agris.fao.org</a>
6	Официальный сайт Министерства сельского хозяйства	<a href="http://www.mcx.ru">http://www.mcx.ru</a>



## 7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

### 7.1. Помещения для ведения образовательного процесса и оборудование

#### 7.1.1. Для контактной работы

<p>Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения</p>	<p>Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)</p>
<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия: планшеты, гербарии, растительный и табличный материал, диапозитивы и слайды, фильмы, определители растений., используемое программное обеспечение : MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice</p>	<p>394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1</p>
<p>Учебная аудитория для проведения семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации: 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, видеопроекторное оборудование для презентаций, используемое программное обеспечение : MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice</p>	<p>394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1</p>
<p>Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, индивидуальных и групповых консультаций: комплект учебной мебели, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, используемое программное обеспечение...MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice .....</p>	<p>394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а.246 а</p>

<p>Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: мебель для хранения и обслуживания учебного оборудования, специализированное оборудование для ремонта компьютеров</p>	<p>394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а.117, 118</p>
<p>Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: комплект мебели, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice, мебель для хранения и обслуживания учебного оборудования, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия</p>	<p>394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а.240</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду</p>	<p>394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а.232 а</p>

#### 7.1.2. Для самостоятельной работы

<p>Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения</p>	<p>Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)</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, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice</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 Яндекс Браузер / 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

Дисциплина, с которой необходимо согласование	Кафедра, на которой преподается дисциплина	Подпись заведующего кафедрой
Управление проектами	Управления и маркетинга в АПК	Зав. кафедрой Закшевская Е.В. 

## Приложение 1

Лист периодических проверок рабочей программы  
и информация о внесенных изменениях

Должностное лицо, проводившее проверку: Ф.И.О., должность, подпись	Дата	Потребность в корректировке указанием соответствующих разделов рабочей программы	Информация о внесенных изменениях
Зав. кафедрой Закшевская Е.В. 	Протокол № 11 от 15.06.2021	Актуализирована на 2021-2022 уч. г	нет
Зав. кафедрой Закшевская Е.В. 	Протокол №10 от 17.05.2022 г.	Актуализирована на 2022-2023 уч. г	Имеется: п. 3.1,3.2; п. 4.2,4.3; п. 6.1,6.2; п. 7.1,7.2.
Зав. кафедрой Закшевская Е.В. 	Протокол №10 от 31.05.2023 г.	Актуализирована на 2023-2024 уч. г	нет
Зав. кафедрой Закшевская Е.В. 	Протокол №10 от 20.05.2024 г.	Актуализирована на 2024-2025 уч. г	нет