

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

Пичугин А.П.

«_27_» _июня_ 2023 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ
Б1.О.41 Менеджмент и маркетинг

Направление подготовки 35.03.04. Агрономия

Направленность (профиль) Селекция и
генетика сельскохозяйственных культур

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 35.03.04 Агрономия, утвержденный приказом Минобрнауки России от 26 июля 2017 г № 699, 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 № 10 от 31.05.2023)


Заведующий кафедрой



Е.В. Закшевская

Рабочая программа рекомендована к использованию в учебном процессе методической комиссией факультета агрономии, агрохимии и экологии (протокол № 9 от 22.06.2023 г.).

Председатель методической комиссии



А.Л. Лукин

Рецензент рабочей программы: заведующий кафедрой управления, организации производства и отраслевой экономики ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет инженерных технологий», д. э. н., профессор Богомолова И.П.

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.41 Менеджмент и маркетинг относится к блоку 1 Обязательная часть, обязательная дисциплина.

1.5. Взаимосвязь с другими дисциплинами

Дисциплина Б1.О.41 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	Обучающийся должен знать:	
		ИД-3УК-2	Знает принципы постановки целей и выработки стратегий развития предприятия, принципы и методические подходы разработки, принятия и реализации управленческих решений
		Обучающийся должен уметь:	
		ИД-7УК-2	Умеет эффективно воздействовать на членов коллектива в ходе управления производственным процессом, определять пути повышения эффективности менеджмента
ОПК-6	Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности	Обучающийся должен знать:	
		ИД-2ОПК-6	Знает механизм проявления экономических законов в отрасли сельского хозяйства и других отраслях АПК
		Обучающийся должен уметь:	
		ИД-7ОПК-6	Имеет навык применения экономических методов анализа поведения потребителей, производителей, собственников ресурсов и государства
ОПК-6		Обучающийся должен иметь навыки и (или) опыт деятельности:	
		ИД-8ОПК-6	Имеет навык анализа зависимости экономических показателей от влияющих на их уровень и динамику факторов; определения резервов повышения эффективности технологий выращивания экологически безопасных сельскохозяйственных культур

3. Объём дисциплины и виды работ

3.1. Очная форма обучения

Показатели	Семестр	Всего
	3	
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
практические-всего	24	24,00
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
зачет	0,15	0,15
Самостоятельная работа при промежуточной аттестации, в т.ч. (ч)	8,85	8,85
подготовка к зачету	8,85	8,85
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет

3.2. Заочная форма обучения (не предусмотрена)

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 инструментальный 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, развертывание 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.

Распределение контактной и самостоятельной работы при подготовке к занятиям по подразделам

4.1.1. Очная форма обучения

Раздел дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СР
Раздел 1. Сущность и роль менеджмента	6	10	-	24
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
Раздел 2. Сущность и роль маркетинга	6	14	-	39
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
Всего	12	24	-	63

4.1.2. Заочная форма обучения (не предусмотрена)

4.2. Перечень тем для самостоятельного изучения студентами

№ п/п	Тема самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение	Объем, ч	
			очная	заочная
Раздел 1. Сущность и роль менеджмента			24	
1.	Сущность менеджмента: принципы, функции и методы	1. Закшевская Е. В. Менеджмент: учебное пособие для студентов, обучающихся по направ-	6	

2.	Организационные структуры управления	лению подготовки 080200 "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] 2. Балашов А. П. Менеджмент [электронный ресурс]: Учебное пособие / А. П. Балашов - Москва: Вузовский учебник, 2022 - 271 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: https://znanium.com/catalog/document?id=399994 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: http://znanium.com/catalog/document?id=320911	6	
3.	Целеполагание в управленческой деятельности и управленческие решения		6	
4.	Мотивация персонала		6	
Раздел 2. Сущность и роль маркетинга			39	
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: http://znanium.com/catalog/document?id=157112 3. Секерин В. Д. Инновационный маркетинг [электронный ресурс]: Учебник / В. Д. Секерин - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022 - 237 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: https://znanium.com/catalog/document?id=399502	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	
Всего			63	

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-7УК-2
1.3. Целеполагание в управленческой деятельности и управленческие решения	УК-2	ИД-7УК-2 ИД-3УК-2
1.4. Мотивация персонала	УК-2	ИД-7УК-2
2.1. Понятие и сущность маркетинга, его цели, принципы и функции	ОПК-6	ИД-2ОПК-6 ИД-7ОПК-6
2.2. Информационное обеспечение маркетинга и маркетинговые исследования	ОПК-6	ИД-2ОПК-6 ИД-7ОПК-6

2.3. Товар и товарная политика	ОПК-6	ИД-2ОПК-6 ИД-7ОПК-6
2.4. Товародвижение и сбыт в системе маркетинга	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
2.5. Комплекс маркетинговых коммуникаций	ОПК-6	ИД-2ОПК-6 ИД-7ОПК-6
2.6. Особенности организации маркетинга на предприятии	ОПК-6	ИД-7ОПК-6

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, но 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 ИД-10УК-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?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
31	Каковы основные концепции маркетинга?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
32	Перечислите основные принципы маркетинга.	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
33	Дайте классификацию функций маркетинга.	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
34	Какие вы знаете виды маркетинга?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
35	Что такое нужда, потребность, спрос и какова их роль в деятельности предприятия?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
36	Что такое рынок и какие виды рынков вы знаете?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
37	Какова роль службы маркетинга в деятельности предприятия?	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
38	Какие требования предъявляются к работникам службы маркетинга?	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
39	Каковы основные функции работников службы маркетинга?	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
40	Каково содержание программы маркетинга фирмы?	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
41	Какова роль товара в системе маркетинга?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
42	Приведите классификацию товаров по различным критериям.	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
43	Каковы этапы жизненного цикла товара?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
44	Каковы способы продления жизненного цикла товара?	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
45	Как разрабатывается и внедряется новый товар на рынок?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
46	Какова роль службы маркетинга в разработке и внедрении нового товара на рынок?	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
47	Какие типы каналов распределения существуют?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
48	Из каких этапов состоит процесс товародвижения?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
49	Рассмотрите особенности оптовой торговли.	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
50	Приведите классификацию предприятий розничной торговли.	ОПК-6	ИД-2ОПК-6

51	Что такое канал распределения и какова его структура?	УК-2	ИД-2ОПК-6
52	Каковы основные направления маркетинговых исследований?	УК-2	ИД-2ОПК-6
53	Какие источники маркетинговой информации используются при проведении маркетинговых исследований?	УК-2	ИД-7ОПК-6
54	В чем особенности первичных и вторичных данных при проведении маркетинговых исследований?	УК-2	ИД-7ОПК-6
55	Перечислите этапы процесса маркетингового исследования.	УК-2	ИД-2ОПК-6
56	В чем заключается сущность маркетинговых коммуникаций?	УК-2	ИД-2ОПК-6
57	Что такое реклама и каковы ее особенности по сравнению с другими видами маркетинговых коммуникаций?	УК-2	ИД-7ОПК-6
58	Что собой представляет стимулирование сбыта?	УК-2	ИД-2ОПК-6
59	Каковы основные методы стимулирования потребителей?	УК-2	ИД-2ОПК-6
60	Как осуществляются связи с общественностью?	УК-2	ИД-7ОПК-6

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

Не предусмотрены

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

Не предусмотрены

Оценочные материалы текущего контроля

5.3.1.7. **Вопросы тестов**

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1	Что означает профессионализм менеджера? 1. знание технологии отрасли 2. опыт практической работы в отрасли 3. работу на постоянной профессиональной основе 4. управленческую подготовку	УК-2	ИД-3УК-2
2	Функция менеджмента, заключающаяся в оценке соответствия и обнаружении несоответствия требованиям путем наблюдения и заключения, на основании соответствующих измерений, испытаний или проверок – это....?	УК-2	ИД-3УК-2
3	Лицо или группа людей принимающие решения и управляющие объектами, процессами или отношениями путём воздействия на управляемую систему для достижения поставленных целей – это управления?	УК-2	ИД-3УК-2
4	К основным функциям в менеджменте относят (указать несколько вариантов): 1. планирование 2. контроль 3. организация 4. управление инвестициями	УК-2	ИД-3УК-2

5	Управленческие решения принимаются руководителями и направлены на: 1. достижение целей развития организации 2. реализацию собственных интересов руководителя 3. выявление динамики развития ситуации под воздействием тех или иных факторов 4. расчет эффективности решаемой задачи	УК-2	ИД-7УК-2	
6	Что из перечисленного ниже характеризует сущность эффективности управления: 1. достижение запланированного результата 2. способность эффективно управлять 3. достижение максимального эффекта при минимальных затратах 4. быстрое и точное распоряжение руководителя	УК-2	ИД-3УК-2	
7	Какая из перечисленных функций менеджмента позволяет выявить отклонения от плана, возникающие в ходе функционирования организации (предприятия)? 1. планирование 2. организация 3. контроль 4. мотивация	УК-2	ИД-3УК-2	
8	Что из перечисленного ниже характеризует сущность эффективности управления: 1. достижение запланированного результата 2. способность эффективно управлять 3. достижение максимального эффекта при минимальных затратах 4. быстрое и точное распоряжение руководителя	УК-2	ИД-7УК-2	
9	Обособленное объединение людей, взаимодействующих между собой для достижения определенных целей – это?	УК-2	ИД-3УК-2	
10	Установите правильное соответствие между понятиями и их определениями:		УК-2	ИД-7УК-2
	Понятия	Определения		
	А. Административные	1. Методы менеджмента, основанные на совокупности способов воздействия путем создания экономических условий для достижения поставленных целей		
	Б. Экономические	2. Методы менеджмента, основанные на способах воздействия на организационные отношения посредством прямых директивных указаний		
	В. Социально-психологические	3. Методы менеджмента, основанные на способах активного воздействия на сознание работников и осуществляющие моральное стимулирование трудовой деятельности		

11	<p>Специалист в области управления, наемный управляющий, организующий работу предприятия, руководящий деятельностью подчиненных ему работников и выполняющий одновременно определенные управленческие функции называется:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. бизнесмен 2. учредитель 3. сотрудник 4. менеджер 	УК-2	ИД-3УК-2
12	<p>Вид управленческой деятельности, который характеризуется однородностью целей, действий или объектов их приложения – это ...?</p>	УК-2	ИД-3УК-2
13	<p>SWOT- это один из самых распространенных аналитических методов, который позволяет в комплексе оценить сильные и слабые стороны компании, а также возможности и угрозы, влияющие на нее?</p>	УК-2	ИД-3УК-2 ИД-10УК-2
14	<p>В системе управления организацией источник управленческого воздействия называется:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. объект управления 2. субъект управления 3. система управления 4. менеджмент 	УК-2	ИД-3УК-2
15	<p>Совокупность экономических, политических, правовых, научных и технических, коммуникационных, природно-географических и других условий и факторов, которые оказывают прямое или косвенное воздействие на функционирование организации – это</p>	УК-2	ИД-3УК-2
	<p>среда организации?</p>		
16	<p>Какой уровень управления организацией должен вырабатывать и проводить политику взаимодействия с внешней средой?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. все уровни 2. низовой 3. высший 4. средний 	УК-2	ИД-3УК-2
17	<p>Организационная структура, позволяющая гибко реагировать на изменения в окружающей среде?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. дивизиональная 2. линейная 3. функциональная 4. адаптивная 	УК-2	ИД-3УК-2
18	<p>Способы воздействия на управляемую систему посредством повышения уровня сознания работников, формирование коллектива и личности, морального стимулирования и демократических основ в управлении – это....?</p>	УК-2	ИД-7УК-2

19	<p>Под организационной структурой управления понимается?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. искусство управлять интеллектуальными, финансовыми, сырьевым, материальными ресурсами 2. вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение потребностей посредством обмена 3. система управления, определяющая состав, взаимодействие и подчиненность ее элементов 4. метод имитации выработки управленческих решений по заданным правилам в различных производственных ситуациях 	УК-2	ИД-3УК-2
20	<p>Какой этап является исходным в стратегическом управлении организацией?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. определение целей; 2. анализ внешней и внутренней среды? 3. анализ финансовой деятельности организации; 4. определение миссии; 	УК-2	ИД-3УК-2
21	<p>Риск – это:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. потенциально существующая опасность потери ресурсов или неполучения доходов, связанная с конкретной альтернативой управленческого решения; 2. опасность неполучения доходов вследствие невыполнения плана; 3. альтернатива успеху; 4. скрытый потенциал увеличения эффективности работы организации. 	УК-2	ИД-3УК-2
22	<p>Система управления организацией – это:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. совокупность всех служб организации, всех подсистем и коммуникаций между ними, а также процессов, обеспечивающих заданное функционирование 2. непрерывный процесс влияния на производительность работника, группы или организации в целом для достижения наилучших результатов с позиций достижения поставленной цели 3. это различные производственные и функциональные подразделения, занятые обеспечением производственного процесса 	УК-2	ИД-7УК-2
23	<p>Способы активного воздействия на сознание работников и осуществляющие моральное стимулирование трудовой деятельности, включают методы кадрового менеджмента (тестирование, анкетирование, беседа, опрос и др.), методы решения экстренных проблем (открытое наблюдение, эксперимент) и методы активного обучения (деловые игры, управленческие ситуации) – это методы управления?</p>	УК-2	ИД-7УК-2
24	<p>Основные требования, предъявляемые к управленческим решениям:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. информативность, адресность, экономичность 2. целенаправленность, своевременность, полномочность, контролируемость, выполнимость 3. 1 и 2 4. нет верного ответа 	УК-2	ИД-10УК-2

25	Технология менеджмента рассматривает управленческое решение как процесс, состоящий из трех стадий, установите их правильную последовательность: 1. реализация решения 2. подготовка решения 3. принятие решения	УК-2	ИД-10УК-2	
26	Установите правильное соответствие между видом управленческого решения по характеру и лицом, имеющим полномочия для его принятия:	УК-2	ИД-10УК-2	
	Вид управленческого решения			Лицо, имеющее полномочия для принятия управленческого решения
	А. Оперативно - распорядительное решение			1. Директор предприятия
	Б. Хозяйственно-руководящее решение			2. Начальник отдела
	В. Нормативное решение	3. Президент РФ		
27	Определенная система поведения, которую использует руководитель для влияния на своих сотрудников и побуждения их к эффективной деятельности (авторитарный, демократический и либеральный) – это управления?	УК-2	ИД-3УК-2	
28	Какой стиль управления руководителя характеризуется как: «главное в управлении – сохранить хорошие межличностные отношения в коллективе»?:	УК-2	ИД-7УК-2	
	1. демократичный 2. либеральный 3. социально – психологический 4. нет правильного ответа			
29	Какие теории мотивации основаны на изучении внутренних побуждений, заставляющих людей трудиться? 1. теории подкрепления 2. процессуальные 3. содержательные 4. системные теории	УК-2	ИД-3УК-2	
30	Если потребитель в своем поведении ориентируется на покупку товара только наивысшего качества, то необходимо реализовать маркетинговую концепцию? 1. совершенствование товара 2. совершенствование производства 3. интенсификации коммерческих усилий 4. все	ОПК-6	ИД-8ОПК-6	
31	Гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности – это...?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6	
32	К принципам маркетинга не относится: 1. всестороннее изучение потребностей рынка 2. адаптация к требованиям рынка 3. активное влияние на рынок 4. анализ бизнес портфеля	ОПК-6	ИД-2ОПК-6	

33	Любое предприятие может воздействовать на рынок: 1. ценой 2. через модель 4Р (комплекс маркетинга) 3. товаром (продукцией) 4. рекламой	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
34	Маркетинговое исследование начинается со: 1. сбора информации 2. выявления проблемы и формулирования цели 3. представления полученных данных 4. анализа собранной информации	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
35	Нужда в маркетинге определяется как... 1. потребность, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и индивидуальностью человека 2. потребность человека, обеспеченная его покупательской способностью 3. чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
36	Одним из принципов маркетинга является: 1. все, что произведено должно быть куплено 2. производить только то, что будет куплено 3. любите клиента, а не товар	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
37	Расположите последовательно этапы жизненного цикла товара? 1. создание или разработка продукта 2. уход с рынка 3. внедрение товара на рынок и его продажи 4. рост продаж 5. зрелость продукта 6. этап спада	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
38	Гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности – это?	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
39	Как утверждает Ф. Котлер: - это «все, что может удовлетворить нужду или потребность и предлагается рынку с целью привлечения внимания, использования или потребления»?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
40	При выведении нового продукта на рынок, торговых посредников интересует? 1. методы производства 2. рекламный бюджет 3. упаковка и расфасовка 4. ожидаемая прибыль	ОПК-6	ИД-7ОПК-6 ИД-8ОПК-6
41	К прямому каналу сбыта относится?	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
42	Полевыми называются исследования, для которых используется информация: 1. вторичная 2. специально собранная 3. опубликованная ранее 4. случайная информация	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
43	Кто несет ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе в части оформления, производства и подготовки?	ОПК-6	ИД-7ОПК-6

44	<p>К кабинетным исследованиям относят</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. анализ конкурентов по официальным печатным источникам 2. фокус-группа по проблеме конкурентных позиций фирмы 3. опрос специалистов конкурирующих фирм 4. все ответы верны 	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
45	Под набором товаров, предлагаемых предприятием - изготовителем, в маркетинге понимают... ?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
46	Физическое лицо или зарегистрированная компания, которая изготавливает готовую продукцию из сырья с целью получения прибыли – это ...? Затем товары распределяются среди оптовых и розничных продавцов, которые реализуют их покупателям	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
47	Тип рынка, на котором присутствует единственный продавец уникального (не имеющего заменителя) товара?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
48	<p>Рынку покупателя в маркетинге соответствует определение...?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. спрос намного превышает предложение, а главную роль на рынке играет покупатель 2. предложение намного выше спроса, а главную роль на рынке играет продавец 3. предложение намного ниже спроса, а главную роль на рынке играет продавец 4. спрос намного ниже предложения, а главную роль на рынке играет покупатель 	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
49	<p>Сегментом рынка является...</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. рынок, специализирующийся на определенном виде товара 2. целевой рынок 3. группа потребителей, сформированная по определенным признакам 4. все ответы верны 	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
50	Результативность экономической деятельности, экономических программ и мероприятий, характеризуемая отношением полученного экономического эффекта, результата к затратам факторов, ресурсов, обусловившим получение этого результата, достижение наибольшего объема производства с применением ресурсов определенной стоимости – это?	ОПК-6	ИД-8ОПК-6
	Чтобы быть успешной в течение долгого времени, чтобы выжить и достичь своих целей, организация должна быть как эффективной, так и результативной. Установите правильное соответствие между понятиями и их определениями:		
	Понятия	Определения	

51	А. Результативность управления	1. Результативность экономической деятельности, экономических программ и мероприятий, характеризуемая отношением полученного экономического эффекта, результата к затратам факторов, ресурсов, обусловившим получение этого результата, достижение наибольшего объема производства с применением ресурсов определенной стоимости	ОПК-6	ИД-8ОПК-6
	Б. Эффективность	2. Уровень реализации целей и стратегий, достижения определенных качественных и количественных, а также экономических результатов организации		
	В. Производительность	3. Отражает комплексную результативность использования ресурсов (труда, капитала, технологии, информации). Например, количество продукции, произведенное в единицу времени.		

5.3.1.8. Вопросы для устного опроса

№	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	
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?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
32	Перечислите основные принципы маркетинга.	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
33	Дайте классификацию функций маркетинга.	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
34	Какие вы знаете виды маркетинга?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
35	Что такое нужда, потребность, спрос и какова их роль в деятельности предприятия?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
36	Что такое рынок и какие виды рынков вы знаете?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
37	Какова роль службы маркетинга в деятельности предприятия?	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
38	Какие требования предъявляются к работникам службы маркетинга?	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
39	Каковы основные функции работников службы маркетинга?	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
40	Каково содержание программы маркетинга фирмы?	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
41	Какова роль товара в системе маркетинга?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
42	Приведите классификацию товаров по различным критериям.	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
43	Каковы этапы жизненного цикла товара?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
44	Каковы способы продления жизненного цикла товара?	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
45	Как разрабатывается и внедряется новый товар на рынок?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
46	Какова роль службы маркетинга в разработке и внедрении нового товара на рынок?	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
47	Какие типы каналов распределения существуют?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
48	Из каких этапов состоит процесс товародвижения?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
49	Рассмотрите особенности оптовой торговли.	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
50	Приведите классификацию предприятий розничной торговли.	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
51	Что такое канал распределения и какова его структура?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
52	Каковы основные направления маркетинговых исследований?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
53	Какие источники маркетинговой информации используются при проведении маркетинговых исследований?	ОПК-6	ИД-7ОПК-6

54	В чем особенности первичных и вторичных данных при проведении маркетинговых исследований?	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
55	Перечислите этапы процесса маркетингового исследования.	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
56	В чем заключается сущность маркетинговых коммуникаций?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
57	Что такое реклама и каковы ее особенности по сравнению с другими видами маркетинговых коммуникаций?	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
58	Что собой представляет стимулирование сбыта?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
59	Маркировка товаров, разработка фирменного стиля предприятия	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
60	Упаковка продукции, ее виды значение	ОПК-6	ИД-7ОПК-6
61	Каковы основные методы стимулирования потребителей?	ОПК-6	ИД-2ОПК-6
62	Как осуществляются связи с общественностью?	ОПК-6	ИД-7ОПК-6

5.3.1.9. 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"> <thead> <tr> <th>№</th> <th>Фактор</th> <th>Оценка</th> <th>Вес</th> <th>Направление влияния</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Рентабельность</td> <td>10</td> <td>0,25</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Оборудование и технология</td> <td>9</td> <td>0,25</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Доля рынка предприятия</td> <td>7</td> <td>0,10</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Квалификация производственного персонала</td> <td>7</td> <td>0,10</td> <td>+</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Рациональная организационная структура организации</td> <td>6</td> <td>0,10</td> <td>+</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Имидж</td> <td>6</td> <td>0,10</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>Качество продукции</td> <td>7</td> <td>0,10</td> <td>-</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	-	ОПК-6	ИД-8ОПК-6
№	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 реализовать 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.</p> <p>Исходные данные:</p> <ul style="list-style-type: none"> - себестоимость 1 кг яблок - 22,5 руб.; - цена реализации 1 кг в г. Воронеже - 26,0 руб.; - цена реализации 1кг в г. Мурманске - 38,0 руб.; 	ОПК-6	ИД-8ОПК-6
	<ul style="list-style-type: none"> - 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 - 70 руб. за 1 т; - длительность маршрута: авто - 3 дня, ж.-д. - 180 км в сутки по нормативу (вагонные и контейнерные перевозки), самолетом - 3 часа. 		
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> <ol style="list-style-type: none"> 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. 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. 3. Целью компании является сочетание обеспечения рентабельности производства в настоящее время со значительными расходами на НИОКР для создания продукции, конкурентоспособной на рынках сбыта. 	ОПК-6	ИД-8ОПК-6

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> <ol style="list-style-type: none"> 1) Не оспаривая задания начальника, будете строго придерживаться должностной субординации, предложите подчиненному отложить выполнение текущей работы. 2) Все зависит от того, насколько авторитетен для вас начальник. 3) Выразите подчиненному свое несогласие с заданием начальника, предупредите его, что впредь в подобных случаях будете отменять задания, порученные подчиненному без согласования с вами. 4) В интересах дела предложите подчиненному выполнить начатую работу. 	УК-2	ИД-10УК-2
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"> 1. Наем заведующим специалиста в исследовательскую лабораторию компании, производящей сложную техническую продукцию. 2. Доведение мастером до рабочих дневного задания. 3. Определение финансовым директором размера дивидендов, которые должны быть выплачены акционерам на девятый год последовательной успешной финансовой деятельности компании. 4. Решение начальника о допущении официального отсутствия подчиненного на рабочем месте в связи с посещением им врача. 5. Выбор членами правления места для очередного филиала банка, уже имеющего 50 отделений в крупном городе. 6. Выбор авторами печатного издания для размещения рекламы о новом вузовском учебнике. 7. Выбор правлением компании места для строительства пекарни «Яблоневый сад» в небольшом, городе, находящемся между двумя очень большими городами. 	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"> 1. Вы должны пресечь конфликт на работе, а разрешать конфликтные ситуации между работниками — это их личное дело. 2. Лучше всего попросить разобраться в конфликте представителей общественных организаций. 3. Прежде всего, лично попытаетесь разобраться в мотивах конфликта и найдете приемлемый для обоих способ примирения. 4. Выясните, кто из членов коллектива служит авторитетом для конфликтующих, и попытаетесь через него воздействовать на этих людей. 	УК-2	ИД-10УК-2

9	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%.	ОПК-6	ИД-8ОПК-6
---	---	-------	-----------

5.3.1.10. Перечень тем рефератов, контрольных, расчетно-графических работ
Не предусмотрен

5.3.1.11. Вопросы для контрольной (расчетно-графической) работы
Не предусмотрен

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;	
ИД-7УК-2	Умеет эффективно воздействовать на членов коллектива в ходе управления производственным процессом; определять пути повышения эффективности менеджмента			4-12; 17-29	
ИД-10УК-2	Имеет навыки постановки целей, разработки задач по ее достижению, принятия решений в наиболее сложных и не стандартных ситуациях			14	
ОПК-6 Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности.					
Индикаторы достижения компетенции ОПК-6		Номера вопросов и задач			
Код	Содержание	вопросы к экзамену	задачи к экзамену	вопросы к зачету	вопросы по курсовому проекту (работе)
ИД-2ОПК-6	Знает механизм проявления экономических законов в отрасли сельского хозяйства и других отраслях АПК			30-36; 41-43; 45; 47-48; 50-52;55-56; 58-59;	

ИД-7ОПК-6	Имеет навык применения экономических методов анализа поведения потребителей, производителей, собственников ресурсов и государства			37-40; 44; 46; 49; 53-54; 57; 60	
ИД-8ОПК-6	Имеет навык анализа зависимости экономических показателей от влияющих на их уровень и динамику факторов; определения резервов повышения эффективности технологий выращивания экологически безопасных сельскохозяйственных культур			30; 40	

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-3УК-2	Знает принципы постановки целей и выработки стратегий развития предприятия, принципы и методические подходы разработки, принятия и реализации управленческих решений	1-4; 6-7; 9; 11-17; 19-21; 27; 29	1-3; 13-16; 30;	
ИД-7УК-2	Умеет эффективно воздействовать на членов коллектива в ходе управления производственным процессом; - определять пути повышения эффективности менеджмента	5; 8; 10; 18; 22-23; 28;	4-12; 17-29;	
ИД-10УК-2	Имеет навыки постановки целей, разработки задач по ее достижению, принятия решений в наиболее сложных и не стандартных ситуациях	13; 24; 25; 26		2-3; 6-8
ОПК-6 Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности.				
Индикаторы достижения компетенции ОПК-6		Номера вопросов и задач		
Код	Содержание	вопросы тестов	вопросы устного опроса	задачи для проверки умений и навыков
ИД-2ОПК-6	Знает механизм проявления экономических законов в отрасли сельского хозяйства и других отраслях АПК	31-32; 35; 37; 39; 42; 45; 47	31-36; 41-43; 45; 47-48; 50-52; 55-56; 58; 61;	

ИД-70ПК-6	Имеет навык применения экономических методов анализа поведения потребителей, производителей, собственников ресурсов и государства	33-34; 36; 38; 40-41; 43-44; 46; 48-49;	37-40; 44; 46; 49; 53; 54; 57; 59-60; 62;	
ИД-80ПК-6	Имеет навык анализа зависимости экономических показателей от влияющих на их уровень и динамику факторов; определения резервов повышения эффективности технологий выращивания экологически безопасных сельскохозяйственных культур	30; 40; 50; 51.		1; 4-5; 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: http://catalog.vsau.ru/elib/books/b91302.pdf	Учебное	Основная
2	Маслова Е. Л. Менеджмент [электронный ресурс]: Учебник / Е. Л. Маслова - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020 - 332 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: http://znanium.com/catalog/document?id=358214	Учебное	Основная
3	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
4	Балашов А. П. Менеджмент [электронный ресурс]: Учебное пособие / А. П. Балашов - Москва: Вузовский учебник, 2022 - 271 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: https://znanium.com/catalog/document?id=399994	Учебное	Дополнительная
5	Виханский О. С. Менеджмент [электронный ресурс]: 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", 2021 - 288 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: https://znanium.com/catalog/document?id=364040	Учебное	Дополнительная
6	Вырупаева Т. В. Менеджмент [электронный ресурс]: Учебник / Т. В. Вырупаева, Л. С. Драганчук - Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2016 - 380 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: http://znanium.com/catalog/document?id=320911	Учебное	Дополнительная

7	Никулин Л. Ф. Менеджмент [электронный ресурс]: Учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению «Экономика и управление»: Учебник / Л. Ф. Никулин, Н. В. Родионова, А. М. Столяренко, Ю. А. Цыпкин, Н. Д. Эриашвили, Е. Н. Барикаев, И.В. Бизюкова, А. В. Игнатьева, В. Б. Ременников, 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: https://znanium.com/catalog/document?id=341365	Учебное	Дополнительная
8	Наумов В. Н. Маркетинг [электронный ресурс]: Учебник / В. Н. Наумов - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016 - 320 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: http://znanium.com/catalog/document?id=157112	Учебное	Дополнительная
9	Секерин В. Д. Инновационный маркетинг [электронный ресурс]: Учебник / В. Д. Секерин - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022 - 237 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: https://znanium.com/catalog/document?id=399502	Учебное	Дополнительная
10	Менеджмент и маркетинг [Электронный ресурс]: методические указания для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине для направления подготовки 35.03.04 "Агрономия", профиль подготовки "Агрономия" / Воронежский государственный аграрный университет; [сост. С. Н. Коновалова] - Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет, 2019 [ПТ] URL: http://catalog.vsau.ru/elib/metod/ml150537.pdf	Методическое	Дополнительная
11	Менеджмент и маркетинг [Электронный ресурс]: методические указания по освоению дисциплины для направления подготовки 35.03.04 "Агрономия", профиль подготовки "Агрономия" / Воронежский государственный аграрный университет; [сост. С. Н. Коновалова] - Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет, 2019 [ПТ] URL: http://catalog.vsau.ru/elib/metod/ml150536.pdf	Методическое	Дополнительная
12	АПК : экономика, управление: ежемесячный теоретический и научно-практический журнал - Москва: Агропромиздат, 1988-	Периодическое	
13	Менеджмент в России и за рубежом: журнал: 16+ - Москва: Финпресс, 1998-	Периодическое	
14	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	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/

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	Портал государственных услуг	https://www.gosuslugi.ru/
4	Единая информационная система в сфере закупок	http://zakupki.gov.ru
5	Электронный сервис "Прозрачный бизнес"	https://pb.nalog.ru
4	ГАС РФ "Правосудие"	https://sudrf.ru/
6	Справочная правовая система Гарант	http://ivo.garant.ru
7	Справочная правовая система Консультант Плюс	http://www.consultant.ru/
8	Профессиональные справочные системы «Кодекс»	https://техэксперт.сайт/sistema-kodeks
9	Росреестр: Публичная кадастровая карта	https://pkk5.rosreestr.ru/
10	Аграрная российская информационная система	http://www.aris.ru/
11	Информационная система по сельскохозяйственным наукам и технологиям	http://agris.fao.org/

6.2.3. Сайты и информационные порталы

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

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

7.1. Помещения для ведения образовательного процесса и оборудование

7.1.1. Для контактной работы

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	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>Помещение для проведения учебных занятий: 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>Помещение для проведения учебных занятий: 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>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. 122а</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

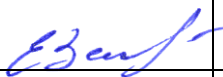
Не требуется

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. каф. управления и маркетинга в АПК Закшевская Е.В. 	протокол № 10 от 31.05.2023 г.	Рабочая программа актуализирована на 2023-2024 уч. г.	-
