

**Министерство сельского хозяйства Российской Федерации**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**

**«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ**  
**УНИВЕРСИТЕТ**  
**ИМЕНИ ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

ОП.07 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Специальность - 35.02.15 Кинология  
Уровень образования - среднее профессиональное образование  
Уровень подготовки по ППСЗ - базовый  
Форма обучения - очная

Воронеж 2021

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего общего образования, утвержденным Приказом Минобрнауки России от 07.05.2014 №464 по специальности 35.02.15 Кинология

Составитель:

кандидат экономических наук,  
доцент кафедры управления и  
маркетинга в АПК  
ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ



М.В. Загвозкин

Рабочая программа рассмотрена на заседании предметной (цикловой) комиссии (протокол №8 от 28.05.2021 г.)

Председатель предметной (цикловой)  
комиссии



Байлова Н.В.

Заведующий отделением СПО



Терновых С.В.

## СОДЕРЖАНИЕ

1	Паспорт рабочей программы учебной дисциплины.....	4
2	Структура и содержание учебной дисциплины .....	6
3	Условия реализации учебной дисциплины .....	12
4	Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины .....	15
5	Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации .....	17

## 1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.07 Основы экономики, менеджмента и маркетинга является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 35.02.15 Кинология.

### 1.2 Место учебной дисциплины в структуре ППССЗ

Учебная дисциплина ОП.07 Основы экономики, менеджмента и маркетинга относится к группе общепрофессиональных дисциплин профессионального учебного цикла.

Дисциплина ОП.07 Основы экономики, менеджмента и маркетинга реализуется в 4 семестре – при сроке получения среднего профессионального образования по программам подготовки специалистов среднего звена 2 года 6 месяцев.

### Цели и задачи учебной дисциплины - требования к результатам освоения учебной дисциплины

Содержание дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» направлено на достижение следующих **целей**: усвоение теоретических знаний в области основ экономики, менеджмента и маркетинга, приобретение умений и навыков работы с экономическими показателями деятельности предприятий, инструментами менеджмента и маркетинга.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- находить и использовать необходимую экономическую информацию;
- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности предприятия;
- планировать и организовывать работу подразделения;
- анализировать организационные структуры управления;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- принимать эффективные решения, используя систему методов управления;
- использовать основные категории маркетинга в практической деятельности;
- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен:

- обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

ОК-01. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК-02. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК-03. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК-04. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК-05. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК-06. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК-07. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.

ОК-08. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК-09. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

- обладать профессиональными компетенциями, включающими в себя способность:

ПК 1.1. Обеспечивать уход за собаками с использованием необходимых средств и инвентаря.

ПК 1.2. Проводить кормление собак с учетом возраста, породы и видов служб.

ПК 1.3. Проводить выгул собак.

ПК 1.4. Под руководством ветеринарных специалистов участвовать в проведении противоэпизоотических мероприятий.

ПК 1.5. Выполнять лечебные назначения по указанию и под руководством ветеринарных специалистов.

ПК 2.1. Планировать опытно-селекционную работу.

ПК 2.2. Отбирать собак по результатам бонитировки для улучшения рабочих и породных качеств.

ПК 2.3. Закреплять желаемые рабочие и породные качества в последующих поколениях, в том числе с применением инбридинга и гетерозиса.

ПК 2.4. Применять технику и различные методы разведения собак.

ПК 2.5. Ухаживать за молодняком.

ПК 3.1. Готовить собак по общему курсу дрессировки.

ПК 3.2. Готовить собак по породам и видам служб.

ПК 3.3. Проводить подготовку собак по специальным курсам дрессировки.

ПК 3.4. Проводить прикладную подготовку собак.

ПК 3.5. Проводить тестирование собак по итогам подготовки.

ПК 3.6. Использовать собак в различных видах служб.

ПК 4.1. Организовывать и проводить испытания собак.

ПК 4.2. Организовывать и проводить соревнования собак.

ПК 4.3. Проводить экспертизу и бонитировку собак.

ПК 5.1. Участвовать в планировании основных показателей деятельности по оказанию услуг в области кинологии.

ПК 5.2. Планировать выполнение работ исполнителями.

ПК 5.3. Организовывать работу трудового коллектива.

ПК 5.4. Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями.

ПК 5.5. Изучать рынок и конъюнктуру услуг в области кинологии.

ПК 5.6. Участвовать в выработке мер по оптимизации процессов оказания услуг в области профессиональной деятельности.

ПК 5.7. Вести утвержденную учетно-отчетную документацию.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **знать**:

- принципы рыночной экономики;

- роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;

- современное состояние и перспективы развития отрасли;

- методики расчета основных технико-экономических показателей деятельности организации;

- механизмы ценообразования на продукцию (услуги);

- формы оплаты труда;

- сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;

- основы организации работы коллектива исполнителей;

- производственную и организационную структуру организации;

- принципы построения организационной структуры управления;

- процесс принятия и реализации управленческих решений;
- функции менеджмента;
- систему методов управления;
- стили управления, коммуникации, принципы делового общения;
- особенности менеджмента (по отраслям);
- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;

- составные элементы маркетинговой деятельности;
- этапы жизненного цикла продукции;
- маркетинговые коммуникации и их характеристику;
- основные методы изучения рынка и анализа окружающей среды.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- проводить анализ среды предприятия;
- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности предприятия;
- строить эффективных моделей коммуникации;
- планировать работу подразделения.

#### **Общая трудоемкость дисциплины**

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 51 час, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 34 часа;
- самостоятельной работы обучающегося – 13 часов.

## **2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **2.1 Объём дисциплины и виды учебной работы по очной форме**

Вид учебных занятий	Объём часов	
	семестр	итого
	4	
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	33	33
<b>Аудиторная учебная работа (обязательные учебные занятия)</b>	22	22
теоретическое обучение	10	10
Лабораторные занятия		
Практические занятия	12	12
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	7	7
в том числе:		
Виды самостоятельной работы: работа с конспектом лекций, подготовка к лабораторным занятиям, текущему контролю, контрольной работе (коллоквиум), к зачету по итогам изучения дисциплины, работа над учебным материалом (учебник, учебное пособие, методические указания)	7	7
<b>Консультации</b>	4	4
<b>Промежуточная аттестация</b> (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)	Диф. зачет	Диф. зачет

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.09 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов (очная)	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1	<b>Основы экономики</b>		
Тема 1.1 Основные понятия об экономике и ее структуре	Содержание учебного материала: Понятие экономики. Экономические потребности общества. Свободные и экономические блага общества. Основные проблемы экономики: ограниченность ресурсов и проблема их выбора. Основные понятия экономической теории: потребности, блага, ресурсы, экономический выбор, экономическая эффективность: эффективность в производстве и эффективность в распределении. Структура экономики, ее взаимосвязанные сферы: производство, распределение, обмен и потребление. Экономические системы: традиционная экономическая система, командная экономическая система, рыночная система, смешанная экономическая система. Принципы рыночной экономики.	1	1
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка рефератов по теме «Виды, функции рынка», «Эластичность спроса и предложения»	1	3
Тема 1.2 Содержание экономики отрасли и предприятия	Содержание учебного материала: Сферы и отрасли экономики. Их характеристика и взаимосвязь. Межотраслевые комплексы. Современное состояние и перспективы развития отрасли сельского хозяйства. Роли и организация хозяйствующих субъектов в рыночной экономике. Предприятие как хозяйствующий субъект рыночной экономики. Виды предприятий и их классификация. Организационно-правовые формы предприятий (организаций). Техничко-экономические особенности предприятий сельского хозяйства. Эффективность деятельности предприятия: факторы, показатели. Значение, классификация и структура основных фонды предприятия, показатели эффективности их использования. Материально-вещественный состав, структура и особенности оборотных средств предприятия, показатели эффективности их использования. Издержки производства и обращения. Классификация и структура издержек и себестоимость продукции. Ценообразование.	1	1
	Практическое занятие № 1. Определение показателей экономической эффективности использования основных производственных фондов. Определение показателей экономической эффективности использования оборотного капитала на предприятии.	2	2
	Практическое занятие № 2. Определение средней цены реализации продукции, экономической связи цены реализации и прибыли. Определение прибыли и рентабельности производства и переработки продукции на предприятии. Определение и планирование основных показателей деятельности предприятия.	2	2

	Самостоятельная работа обучающихся: Создание презентации на тему «Собственность – основа социально-экономических отношений». Создание презентации на тему «Доходы предприятия». Реферат на тему «Организация предпринимательской деятельности: проблемы и перспективы».	1	3
Тема 1.3 Трудовые ресурсы и эффективность их использования.	Содержание учебного материала: Кадры предприятия, их классификация. Производительность труда на предприятии: понятие, показатели, функции. Понятие оплаты труда, сущность и функции заработной платы. Организация оплаты труда. Принципы формирования, регулирование заработной платы.	1	1
	Практическое занятие № 3. Определение показателей производительности труда.	1	2
	Самостоятельная работа обучающихся: Создание презентации на тему «Формы, виды и системы оплаты труда»	1	3
	Консультации по темам раздела 1.	1	
Раздел 2	<b>Основы менеджмента</b>		
Тема 2.1 Сущность менеджмента и история его развития	Содержание учебного материала: Понятие менеджмента. Предмет и задачи. Этапы развития менеджмента. Сущность и характерные черты современного менеджмента. Функции менеджмента: планирование, организация, мотивация, координация, учет, анализ, контроль.	1	1
	Практическое занятие №4. Рассмотрение функций менеджмента	1	2
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка реферата на тему «Школы менеджмента», создание презентации на тему «Американская и японская модель менеджмента».	1	3
Тема 2.2 Организационные структуры управления предприятием	Содержание учебного материала: Понятие об организационной структуре управления, ее взаимосвязь с производственным процессом и производственной структурой предприятия. Виды звеньев управления, их взаимное расположение, связи и подчиненность. Типы и виды организационных структур управления.	1	1
	Практическое занятие №5. Построение и анализ организационной структуры управления конкретного предприятия. Использование на практике методов планирования и организации работы подразделения.	1	2
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка реферата на тему «Управление конфликтами и стрессами».	0,5	3
Тема 2.3 Система методов управления. Процесс управления	Содержание учебного материала: Система методов управления. Экономическое, административное и социально-психологическое воздействие. Необходимость сочетания всех методов управления. Процесс управления. Управленческие решения и их классификация. Организация и контроль исполнения управленческих решений. Методы принятия эффективных управленческих решений.	1	1
	Практическое занятие №6. Разбор ситуаций и принятие эффективных решений с использованием системы методов управления.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка реферата на тему «Теории мотивации».	0,5	3
Тема 2.4 Стили	Содержание учебного материала: Власть и влияние: понятие. Виды власти. Методы влияния. Лидерство и власть: понятие. Подходы к лидерству. Источники власти. Стили управления: авторитарный, либеральный, демократический.	1	1

управления	Практическое занятие №7. Разбор ситуаций и определение стиля управления и качеств руководителя.	1	2
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка презентации на тем: «Стили управления», «Лидерство и власть», «Имидж руководителя».	0,5	3
Тема 2.5 Коммуникации и деловое общение	Содержание учебного материала: Коммуникация: понятие и виды. Коммуникационный процесс. Коммуникации между уровнями и подразделениями. Формы общения. Деловые беседы и совещания, их виды и особенности проведения. Техника телефонных переговоров. Поза, мимика, жесты в процессе делового общения.	1	1
	Практическое занятие №8. Отработка приемов делового общения.	1	2
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка презентации на темы «Невербальные средства общения», «Визитная карточка: правила оформления и передачи», «Информационные технологии в управлении»	0,5	3
	Консультации по темам раздела 2.	2	
Раздел 3	<b>Основы маркетинга</b>		
Тема 3.1 Сущность маркетинга	Содержание учебного материала: Маркетинг как экономическая категория. Сущность и цели маркетинга. Основные принципы и функции маркетинга и его связь с менеджментом. Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации	1	1
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка реферата на тему «История развития маркетинга»; составление глоссария по теме на следующие термины: виды маркетинга: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, демаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий маркетинг; конъюнктура рынка, рыночный сегмент, жизненный цикл товара.	0,5	3
Тема 3.2 Маркетинг на предприятии	Содержание учебного материала: Понятие товара в маркетинге. Товар как средство удовлетворения потребностей. Элементы товарной политики: упаковка, ассортимент, товарный знак, сервис и т.д., их характеристика. Жизненный цикл продукции. Цена и ценовая политика. Основные методы распространения товара. Факторы и функции каналов товародвижения. Содержание и структура каналов сбыта. Комплекс маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда, метод прямых продаж.	1	1
	Практическое занятие №9. Анализ ситуации на рынке товаров и услуг. Определение жизненного цикла товара и решение задач по маркетингу.	1	2
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка презентаций на темы: «Окружающая среда маркетинга», «Оптовая и розничная торговля»; «Понятие и методы добросовестной и недобросовестной конкуренции», «Виды рекламы и их эффективность».	0,5	3
	Консультации по темам раздела 3.	1	
<b>Всего</b>		<b>33</b>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

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

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Образовательные технологии

##### Образовательные технологии, применяемые в процессе изучения дисциплины

В учебном процессе, помимо теоретического обучения, которое составляет 50% аудиторных занятий, широко используются активные и интерактивные формы проведения занятий. В сочетании с внеаудиторной самостоятельной работой это способствует формированию и развитию общих и профессиональных компетенций обучающихся.

- модульные технологии;
- технология критического мышления;
- технология проблемного обучения;
- технология проектного обучения;
- информационно-коммуникативные технологии;
- кейс-технологии.

Применение данных технологий позволит сократить временные затраты на подготовку обучающихся к учебным занятиям; будут способствовать формированию ключевых компетенций, а также получению качественно нового образовательного продукта как квинтэссенции всех ключевых компетенций, востребованных в современном обществе.

##### Реализация компетентного подхода с использованием активных и интерактивных форм проведения занятий

Семестр	Вид занятия**	Активные и интерактивные формы проведения занятий
6 семестр	ПЗ	Активный (презентация): Основные понятия об экономике и ее структуре
	ПЗ	Интерактивный (конкретные ситуации): Содержание экономики отрасли и предприятия
	ПЗ	Интерактивный (конкретные ситуации): Трудовые ресурсы и эффективность их использования
	ПЗ	Активный (презентация): Сущность менеджмента и история его развития
	ПЗ	Интерактивный (конкретные ситуации): Организационные структуры управления предприятием
	ПЗ	Интерактивный (конкретные ситуации): Система методов управления. Процесс управления
	ПЗ	Интерактивный (конкретные ситуации): Стили управления
	ПЗ	Интерактивный (конкретные ситуации): Маркетинг на предприятии

\* 6 семестр - при сроке получения среднего профессионального образования по программам подготовки специалистов среднего звена 3 года 6 месяцев.

\*\* ТО – теоретическое обучение, ПЗ – практические занятия, ЛР – лабораторные

### 3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины ОП.07 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» требует наличия оборудованного фонда для аудиторных занятий и самостоятельной работы обучающихся.

№п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения занятий	Перечень основного оборудования, приборов и материалов
1	Аудитории для проведения лекций, уроков №168	мультимедийный проектор, акустическая система, интерактивная доска, столы, стулья
2	Аудитории для проведения лекций, уроков №222 «Учебная аудитория»	мультимедийный проектор, проекционный экран, моноблок с сенсорным экраном, акустическая система, столы, стулья.
6	Аудитории для проведения практических занятий № 273	Аудитория, оборудованная специализированной мебелью, доской, персональным компьютерами с выходом в локальную сеть и Интернет, доступом к справочно-правовым системам «Гарант» и «Консультант Плюс».
7	Аудитории для групповых и индивидуальных консультаций № 273	Аудитория, оборудованная специализированной мебелью, доской, персональным компьютерами с выходом в локальную сеть и Интернет, доступом к справочно-правовым системам «Гарант» и «Консультант Плюс».
8	Аудитории для самостоятельной работы обучающихся 119, 232а.	Компьютеры с выходом в интернет, доступом к справочно-правовым системам «Гарант» и «Консультант Плюс», электронные учебно-методические материалы, библиотечному электронному каталогу, ЭБС, к электронной информационно-образовательной среде, столы 2-х местные аудиторные, стулья.
9	Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования 117, 118, 272.	Компьютеры, сканер, принтеры, специализированное оборудование для ремонта компьютеров и оргтехники. Столы, шкафы.

### 3.3 Информационное обеспечение дисциплины

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы.**

#### Основные источники

Виханский О. С. Менеджмент [электронный ресурс]: Учебник: Среднее профессиональное образование / 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", 2019 - 288 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]

Кузьмина Е. Е. Маркетинг [электронный ресурс]: Учебник и практикум Для СПО / Кузьмина Е. Е. - Москва: Издательство Юрайт, 2020 - 383 [ЭИ] [ЭБС Юрайт]

Михалева Е. П. Маркетинг [электронный ресурс]: Учебное пособие Для СПО / Михалева Е. П. - Москва: Издательство Юрайт, 2020 - 213 [ЭИ] [ЭБС Юрайт]

Михалева Е. П. Менеджмент [электронный ресурс]: Учебное пособие Для СПО / Михалева Е. П. - Москва: Издательство Юрайт, 2020 - 191 [ЭИ] [ЭБС Юрайт]

Реброва Н. П. Основы маркетинга [электронный ресурс]: Учебник и практикум Для СПО / Реброва Н. П. - Москва: Издательство Юрайт, 2020 - 277 [ЭИ] [ЭБС Юрайт]

**Дополнительные источники:**

Гапоненко А. Л. Менеджмент [электронный ресурс]: Учебник и практикум Для СПО / Гапоненко А. Л.; отв. ред. Гапоненко А. Л. - Москва: Издательство Юрайт, 2020 - 396 [ЭИ] [ЭБС Юрайт]

Гукасян Г. М. Экономика от "А" до "Я": Тематический справочник [электронный ресурс]: ВО - Бакалавриат / Г. М. Гукасян - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020 - 480 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]

Иванова И. А. Менеджмент [электронный ресурс]: Учебник и практикум Для СПО / Иванова И. А., Сергеев А. М. - Москва: Издательство Юрайт, 2020 - 305 [ЭИ] [ЭБС Юрайт]

Карпова С. В. Основы маркетинга. Практикум [электронный ресурс]: Учебное пособие Для СПО / под общ. ред. Карповой С.В. - Москва: Издательство Юрайт, 2020 - 325 [ЭИ] [ЭБС Юрайт]

Лукичёва Т. А. Маркетинг [электронный ресурс]: Учебник и практикум Для СПО / под ред. Лукичёвой Т.А., Молчанова Н. Н. - Москва: Издательство Юрайт, 2020 - 370 [ЭИ] [ЭБС Юрайт]

**Методические издания**

Методические указания для самостоятельной работы по дисциплине "Основы экономики, менеджмента и маркетинга" для обучающихся по специальности 35.02.15 Кинология [Электронный ресурс] / Воронежский государственный аграрный университет ; [сост. И. Ю. Федулова] - Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет, 2018 [ПТ]

**Периодические издания**

Маркетинг в России и за рубежом: научно-практическое издание: 16+ - Москва: Финпресс, 1998-

Менеджмент в России и за рубежом: журнал: 16+ - Москва: Финпресс, 1998-

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.**

1. Электронные полнотекстовые ресурсы Научной библиотеки ВГАУ ([http:// library.vsau.ru/](http://library.vsau.ru/))

1.	Контракт № 488/ДУ от 16.07.2019 (ЭБС «ЛАНЬ»)	24.09.2019 – 24.09.2020
2.	Контракт № 4204 ЭБС/959/ДУ от 24.12.2019 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	01.01.2020-31.12.2020
3.	Контракт № 1184/ДУ от 28.12.2018 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	01.01.2019 – 31.12.2019
4.	Контракт 358/ДУ от 24.05.2019 (ЭБС ЮРАЙТ) - СПО	01.08.2019 – 30.07.2020
5.	Договор на безвозмездное использование произведений в ЭБС ЮРАЙТ № 7-ИУ от 11.06.2019	01.08.2019 – 30.07.2020
6.	Контракт № 487/ДУ от 16.07.2019 (ЭБС IPRbooks)	01.08.2019 - 31.07.2020
7.	Контракт № 919/ДУ от 22.10.2018 (ЭБС E-library)	22.10.2018 – 21.10.2019
8.	Контракт № 878/ДУ от 28.11.2019 (ЭБС E-library)	28.11.2019-27.11.2020
9.	Договор №101/НЭБ/2097 от 28.03.2017 (Национальная электронная библиотека (НЭБ))	28.03.2017 -28.03.2022
10.	Контракт № 416/ДТ от 17.07.2019, Электронные формы учебников издательств «Просвещение», «Русское слово», «Дрофа», «Вентана-Граф» (СПО)	17.06.2019 – 16.07.2022
11.	Лицензионный контракт № 0622/ЭБ-19/466/ДУ от 02.07.2019	02.07.2019 – 01.07.2022

	(Электронная библиотека издательства «Академия») (СПО)	
12.	Лицензионный контракт № 761/ДТ от 17.10.2019 (Электронные формы учебников издательства «Просвещение») (СПО)	17.10.2019 - 16.10.2022
13.	Акт ввода в эксплуатацию Электронной библиотеки ВГАУ № 33 от 19.01.2016	Бессрочно

## 2. Программное обеспечение общего назначения

№	Название	Размещение
1	Операционные системы MS Windows / Linux (ALT Linux)	ПК в локальной сети ВГАУ
2	Пакеты офисных приложений Office MS Windows / OpenOffice / LibreOffice	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 / Microsoft Edge	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

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Компетенции	Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ОК 1-9, ПК 1.1-1.5, ПК 3.1-3.8, ПК 4.1-4.5	<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <b>знать</b>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы рыночной экономики;</li> <li>- роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;</li> <li>- современное состояние и перспективы развития отрасли;</li> <li>- методики расчета основных технико-экономических показателей деятельности организации;</li> <li>- механизмы ценообразования на продукцию (услуги);</li> <li>- формы оплаты труда;</li> <li>- сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;</li> <li>- основы организации работы коллектива исполнителей;</li> <li>- производственную и организационную структуру организации;</li> <li>- принципы построения организационной структуры управления;</li> <li>- процесс принятия и реализации управленческих решений;</li> <li>- функции менеджмента;</li> <li>- систему методов управления;</li> <li>- стили управления, коммуникации, принципы делового общения;</li> <li>- особенности менеджмента (по отраслям);</li> <li>- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;</li> <li>- составные элементы маркетинговой деятельности;</li> <li>- этапы жизненного цикла продукции;</li> <li>- маркетинговые коммуникации и их характеристику;</li> <li>- основные методы изучения рынка и анализа окружающей среды.</li> </ul>	<p>Текущий контроль успеваемости:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка выполнения заданий;</li> <li>- устный опрос;</li> <li>- контроль за работой обучающихся на практических занятиях;</li> <li>- оценка работы в малых группах.</li> </ul> <p>Промежуточная аттестация: дифференцированный зачёт.</p>
ОК 1-9, ПК 1.1-1.5, ПК 2.1-2.5, ПК 3.1-3.6, ПК 4.1-4.3, ПК 5.1-5.7	<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <b>уметь</b>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- находить и использовать необходимую экономическую информацию;</li> <li>- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности предприятия;</li> </ul>	<p>Текущий контроль успеваемости:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка выполнения заданий;</li> <li>- устный опрос;</li> <li>- контроль за работой обучающихся на практических занятиях;</li> <li>- оценка работы в малых группах.</li> </ul> <p>Промежуточная аттестация:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- планировать и организовывать работу подразделения;</li> <li>- анализировать организационные структуры управления;</li> <li>- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;</li> <li>- принимать эффективные решения, используя систему методов управления;</li> <li>- использовать основные категории маркетинга в практической деятельности;</li> <li>- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.</li> </ul>	дифференцированный зачёт.
ОК 1-9, ПК 1.1-1.5, ПК 2.1-2.5, ПК 3.1-3.6, ПК 4.1-4.3, ПК 5.1-5.7	<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен приобрести <b>практический опыт</b>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проведения анализа среды предприятия;</li> <li>- расчета основных технико-экономических показателей деятельности предприятия;</li> <li>- построения эффективных моделей коммуникации;</li> <li>- планирования работы подразделения.</li> </ul>	<p>Текущий контроль успеваемости:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка выполнения заданий;</li> <li>- устный опрос;</li> <li>- контроль за работой обучающихся на практических занятиях;</li> <li>- оценка работы в малых группах.</li> </ul> <p>Промежуточная аттестация: дифференцированный зачёт.</p>

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### Критерии оценки результатов обучения

#### Критерии оценки устного опроса

Оценка	Критерии
«отлично»	выставляется обучающемуся, если он четко выражает свою точку зрения по рассматриваемым вопросам, приводя соответствующие примеры
«хорошо»	выставляется обучающемуся, если он допускает отдельные погрешности в ответе
«удовлетворительно»	выставляется обучающемуся, если он обнаруживает пробелы в знаниях основного учебно-программного материала
«неудовлетворительно»	выставляется обучающемуся, если он обнаруживает существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины

#### Критерии оценки устного опроса

Оценка	Критерии
«отлично»	выставляется обучающемуся, если он четко выражает свою точку зрения по рассматриваемым вопросам, приводя соответствующие примеры
«хорошо»	выставляется обучающемуся, если он допускает отдельные погрешности в ответе
«удовлетворительно»	выставляется обучающемуся, если он обнаруживает пробелы в

	знаниях основного учебно-программного материала
«неудовлетворительно»	выставляется обучающемуся, если он обнаруживает существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины

#### Критерии оценки практических заданий

Оценка	Критерии
Зачтено	Практическое задание выполнено верно, в полном объеме, проведен правильный анализ, сделаны аргументированные выводы. Проявлен творческий подход и демонстрация рациональных способов решения конкретных задач. Обучающийся дает ответы на дополнительные вопросы.
Не зачтено	Практическое задание выполнено, но абсолютно неверно. Допущены существенные ошибки, исправляемые с непосредственной помощью преподавателя.

#### Критерии оценки на дифференцированном зачете

Оценка экзаменатора	Критерии
зачтено «отлично»	Обучающийся показал прочные знания основных положений учебной дисциплины, умение самостоятельно решать конкретные практические задачи повышенной сложности, свободно использовать справочную литературу, делать обоснованные выводы
«зачтено «хорошо»	Обучающийся показал прочные знания основных положений учебной дисциплины, умение самостоятельно решать конкретные практические задачи, предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в рекомендованной справочной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты.
«зачтено «удовлетворительно»	Обучающийся показал знание основных положений учебной дисциплины, умение получить с помощью преподавателя правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой, знакомство с рекомендованной справочной
незачтено «неудовлетворительно»	При ответе обучающегося выявились существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины

### Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости

Перечень вопросов для зачета по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»:

1. Современное состояние и перспективы развития сельского хозяйства.
2. Предприятие: понятие, цели деятельности, классификация предприятий.
3. Средства производства: понятие, средства труда и предметы труда.
4. Средства обращения: понятие, виды.
5. Основные фонды предприятия: понятие, классификация, виды износа, амортизация.
6. Оборотные фонды: понятие, структура.
7. Экономическая теория: понятие, предмет, методы, разделы.
8. Типы экономических систем, формы ведения общественного хозяйства.
9. Рынок: понятие, классификация рынков, составляющие инфраструктуры.
10. Функции и принципы рынка.
11. Трудовые ресурсы и рынок труда: понятие, функции, составные компоненты и основные субъекты рынка труда.
12. Виды труда, сегменты рынка труда.
13. Трудовой потенциал общества: понятие, качественная и количественная сторона трудового потенциала.
14. Персонал: понятие, группы показатели, характеризующие персонал.
15. Издержки производства: понятие, виды.
16. Издержки обращения: понятие, виды, классификация, факторы, влияющие на издержки.
17. Себестоимость продукции: понятие, функции, виды, факторы, влияющие на себестоимость.
18. Ценообразование: понятие, функции цены, виды цен.
19. Формы оплаты труда: сдельная и повременная, понятие, подвиды.
20. Доходы и прибыль организации: понятие, виды, факторы, влияющие на прибыль.
21. Основные характеристики организации.
22. Деловая среда организации.
23. Макроокружение организации.
24. Менеджмент: понятие, принципы, виды.
25. Функция менеджмента: планирование.
26. Функция менеджмента: организация.
27. Функция менеджмента: контроль.
28. Функция менеджмента: мотивация и стимулирование.
29. Методы управления: понятие, виды.
30. Стиль руководства: понятие, характеристика авторитарного стиля.
31. Стиль руководства: понятие, характеристика демократического и либерального стилей.
32. Коммуникации: понятие, виды, функции.
33. Деловое общение: понятие, стороны.
34. Виды делового общения.
35. Спор: понятие, цели, разновидности спора.
36. Управленческое решение: понятие, субъекты и объекты решений, составляющие решений.
37. Классификация управленческих решений.
38. Процесс принятия управленческих решений, факторы, влияющие на решения.
39. Конфликт: понятие, функции, компоненты, виды.
40. Товар в маркетинге: понятие, классификация товаров.

41. Услуги в маркетинге: классификация, характеристика.
42. Методы и процесс создания нового товара.
43. Ассортимент товаров: понятие, виды, характеристики.
44. Характеристика стадий жизненного цикла товаров.
45. Виды информации, используемой в маркетинговых исследованиях.
46. Продвижение товара: понятие, функции, составляющие элементы коммуникаций.
47. Виды продвижения товара: реклама и личная продажа, их характеристика.
48. Маркетинг: понятие, объекты, субъекты и принципы.
49. Функции и стратегии маркетинга.
50. Характеристика внутренней и внешней среды маркетинга.

### Тестовые задания

#### Раздел 1 Основы экономики

1. Какие применяются показатели производительности труда?  
Показатели снижения производительности труда  
Показатели роста производительности труда  
Показатели уровня производительности труда  
Показатели темпов роста производительности труда
2. Какие существуют показатели индивидуальной производительности труда?  
Годовая выработка основного рабочего  
Дневная выработка основного рабочего  
Месячная выработка основного рабочего  
Часовая выработка основного рабочего
3. Какие исходные данные нужны для расчета численности рабочих повременщиков?  
Норма обслуживания  
Количество рабочих мест  
Норма времени  
Количество точек обслуживания
4. Какие элементы включает тарифная система?  
Системы оплаты труда  
Тарифные сетки  
24  
Тарифно-квалификационные справочники  
Тарифные ставки
5. Какие элементы включает тарифная система?  
Тарифные ставки  
Тарифные сетки  
Формы оплаты труда  
Системы оплаты труда
6. Какие существуют разновидности сдельной формы оплаты труда?  
Сдельно-прогрессивная  
Сдельно-премиальная  
Прямая сдельная  
Бестарифная
7. По каким объектам определяются показатели локальной производительности труда?  
по хозяйству страны в целом  
по отраслям промышленности

по отраслям хозяйства

по отдельным предприятиям

8. Какие из перечисленных функций заработной платы направлены на повышение эффективности труда?

Производственно-долевая

Регулирующая

Стимулирующая

Воспроизводственная

9. Какие существуют способы вознаграждения?

Моральное

Материальное

Статусное

Социальное

10. Какие принято выделять категории персонала?

Уборщицы

Специалисты

Инженеры

Рабочие

#### Раздел 2 Основы менеджмента

1. Содержанию какого понятия соответствует следующее определение - процесс целенаправленного воздействия на объект -это?

Менеджмент

Управление

Функция менеджмента

2. Содержание какого понятия отражает следующее определение -особый вид деятельности, который позволяет объединить усилия работников организации по достижению общей цели - это?

Менеджмент

Управление

Функция менеджмента

3. Содержание какого понятия отражает следующее определение - совокупность приемов методов и средств осуществления управления - это?

Менеджмент

Управление

Функция менеджмента

4. Содержание какого понятия отражает следующее определение – вид управленческой деятельности, который характеризуется однородностью целей, действий или объектов их приложения - это?

Менеджмент

Функция менеджмента

Метод менеджмента

5. Какому понятию соответствует следующее определение – способ воздействия на объект управления - это?

Менеджмент

Функция менеджмента

Метод менеджмента

6. В системе управления организацией - субъект управления - это?

Управляющая подсистема

Управляемая подсистема

Связующая подсистема

7. В системе управления организацией - объект управления - это?

Управляющая подсистема

Управляемая подсистема

Связующая подсистема

8. В каком виде может реализовано в процессе управления управляющее воздействие?

Приказ, распоряжение, указание

План, задание

Отчет

Данные контроля

9. В каком виде может быть реализована в процессе управления обратная связь?

Приказ, распоряжение, указание

План, задание

Отчет

Данные контроля

10. Можно ли представить процесс управления в виде схемы, общей для всех организаций, предприятий, фирмы?

Можно

Нельзя

11. Что поступает в организацию из внешней среды?

Цели

Информация

Ресурсы

Директивные указания

Отчетные данные

12. Что поступает во внешнюю среду из организации?Информация

Ресурсы

Отчетные данные

Готовая продукция

13. Что является результатом деятельности объекта управления?

Информация

Функция управления

Готовая продукция организации

Управленческое решение

14. Что является результатом деятельности субъекта управления?

План, приказ, задание

Управленческое решение

Готовая продукция организации

15. Что является предметом труда работников управления?

Сырье, материалы

Готовая продукция

Информация

Ресурсы

### Раздел 3 Основы маркетинга

1. Услуга относящаяся к элементу комплекса маркетинга - ...  
продукт

цена

продвижение

распределение

2. К одной классификационной группе относятся:

региональный маркетинг

международный маркетинг

маркетинг услуг

микро-маркетинг

стратегический маркетинг

3. Современный подход к осуществлению маркетинговой деятельности основан на:

удовлетворении потребностей потребителей через достижение целей компании

максимальном удовлетворении потребностей потребителей

получении большей прибыли, чем конкуренты

достижении целей компании через удовлетворение потребностей потребителей

комплексном подходе к использованию инструментов маркетинга

4. Цель процесса управления маркетингом - определить перспективные направления маркетинговой деятельности, которые обеспечат ...

максимально широкий ассортимент

монопольное положение на рынке

максимальную загрузку производственных мощностей

минимальные затраты ресурсов

конкурентные преимущества компании

5. Комплекс маркетинга разрабатывается для каждого ...

посредника

сегмента рынка

рынка в целом

непосредственного конкурента

товара

6. При осуществлении товарной концепции под понятием "маркетинговая близорукость" понимают

отказ от стратегического планирования

использование только оптовых посредников

агрессивные усилия по сбыту товара

совершенствование товара без учёта нужд потребителей

отказ от выпуска нового товара

7. Утверждение "не пытайтесь производить то, что продаётся кое-как, а производите то, что будет безусловно куплено" характерно для концепции

современного маркетинга

совершенствования производства

совершенствования товара

интенсификации коммерческих усилий

социально-этичного маркетинга

8. В отношении маркетинга услуг существует дополнительный пятый элемент комплекса маркетинга (пятое "P") - это ...

личные продажи

персонал

презентация

позиционирование

9. "Не денежная" цена в бесприбыльном маркетинге - это ...

независимость существования организации от результатов на рынке

субсидии на душу человека, выраженные в рублях

дар

время и усилия, потраченные потребителями

цена, выраженная в товарах, а не деньгах

10. В бесприбыльном секторе концепция покрытия расходов означает зависимость от денег третьих сторон  
ценовую политику, направленную на покрытие расходов  
измерение эффективности услуг на основе затрат  
затраты на сбор средств  
вклад правительства для покрытия затрат

11. Основными принципами маркетинга являются  
сегментирование рынка  
статичность  
управление по контракту  
ориентация на потребителя  
гибкость и адаптивность

12. Анализ, планирование, реализация и контроль программ, разработанных для формирования и сохранения выгодных отношений с целевыми покупателями ради достижения целей организации - управление ...  
маркетингом  
организацией

поведением потребителей  
предложением  
общественным мнением

13. Основой концепции социально-этичного маркетинга являются идеи ...  
оптимизации производства  
гармонии с природой  
получения прибыли  
удовлетворения потребностей  
благополучия человечества

14. Элементами стратегического планирования предприятия являются:  
возможности рынка  
стратегические бизнес-подразделения компании  
поведение потребителей  
акционеры  
оперативные планы  
корпоративные цели

15. Рекламное сообщение, в котором подчеркивается необходимость покупать не менее четырёх зубных щёток в год является частью стратегии проникновения на рынок  
развития продукта  
развития рынка  
диверсификации

**Приложение 1**  
**Лист периодических проверок рабочей программы**  
**и информация о внесенных изменениях**

Должностное лицо, проводившее проверку: Ф.И.О., должность	Дата	Потребность в корректировке указанием соответствующих разделов рабочей программы	Информация о внесенных изменениях
Председатель ПЦК доцент Байлова Н.В. 	Протокол ПЦК № 5 от 14.06.2022 г.	Рабочая программа актуализирована для 2022-2023 учебного года	-
Председатель ПЦК доцент Шомина Е.И. 	Протокол ПЦК № 10 от 14.06.2023 г.	Рабочая программа актуализирована для 2023-2024 учебного года	-