

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине ОП.09 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Специальности 36.02.01 Ветеринария
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 профессионального образования по специальности 36.02.01 Ветеринария, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации N 657 от 23 ноября 2020 г.

Составитель: к.э.н.,
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.09 Основы экономики, менеджмента и маркетинга является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 36.02.01 Ветеринария

1.2 Место учебной дисциплины в структуре ППССЗ

Учебная дисциплина ОП.09 Основы экономики, менеджмента и маркетинга относится к группе общепрофессиональных дисциплин профессионального учебного цикла.

Дисциплина ОП.09 Основы экономики, менеджмента и маркетинга реализуется во 5 семестре при сроке получения среднего профессионального образования по программам подготовки специалистов среднего звена 2 года 10 месяцев и в 5 семестре – при сроке получения среднего профессионального образования по программам подготовки специалистов среднего звена 3 года 10 месяцев.

1.3 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 у учащегося должны быть сформированы следующие компетенции, включающие в себя способность:

ОК-01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.

ОК-02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК-03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

ОК-04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

ОК-05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК-06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения.

ОК-09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК-10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ОК-11. Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

ПК 1.2. Проведение ветеринарно-санитарных мероприятий для предупреждения возникновения болезней животных.

ПК 1.3. Проведение ветеринарно-санитарных мероприятий в условиях специализированных животноводческих хозяйств.

ПК 2.1. Предупреждение заболеваний животных, проведение санитарно-просветительской деятельности.

ПК 2.2. Выполнение лечебно-диагностических ветеринарных манипуляций.

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.

1.4 Общая трудоемкость дисциплины

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 76 час, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 56 часа;
- самостоятельной работы обучающегося – 16 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме

Вид учебных занятий	Объем часов
---------------------	-------------

	семестр		итого
	5*	5*	
Максимальная учебная нагрузка (всего)	76	76	76
Аудиторная учебная работа (обязательные учебные занятия)	56	56	56
теоретическое обучение	28	28	28
Лабораторные занятия			
Практические занятия	28	28	28
Самостоятельная) работа обучающегося (всего)	16	16	16
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)	16	16	16
Консультации	4	4	4
Промежуточная аттестация (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)	Другие формы аттестации	Другие формы аттестации	Другие формы аттестации

* 5 семестр - при сроке получения среднего профессионального образования по программам подготовки специалистов среднего звена 2 года 10 месяцев

* 5 семестр - при сроке получения среднего профессионального образования по программам подготовки специалистов среднего звена 3 года 10 месяцев.

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	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1	Основы экономики		
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.	4	1
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка рефератов по теме «Виды, функции рынка», «Эластичность спроса и предложения»	2	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). Технико-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.	4	1
	Практическое занятие № 1 Определение показателей экономической эффективности использования основных производственных фондов. Определение показателей экономической эффективности использования оборотного капитала на предприятии.	4	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.	4	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.	2	1
	Практическое занятие № 3 Определение показателей производительности труда.	4	2
	Самостоятельная работа обучающихся: Создание презентации на тему «Формы, виды и системы оплаты труда»	1	3
	Консультации по темам раздела 1	1	
Раздел 2	Основы менеджмента		
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.	4	1
	Практическое занятие №5 Построение и анализ организационной структуры управления конкретного предприятия. Использование на практике методов планирования и организации работы подразделения.	4	2
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка реферата на тему «Управление конфликтами и стрессами».	2	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.	4	2
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка реферата на тему «Теории мотивации».	1	3
Тема 2.4	Содержание учебного материала: Власть и влияние: понятие. Виды власти. Методы влияния. Лидерство и власть: понятие.	2	1

Стили управления	Подходы к лидерству. Источники власти. Стили управления: авторитарный, либеральный, демократический.		
	Практическое занятие №7 Разбор ситуаций и определение стиля управления и качеств руководителя.	4	2
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка презентации на тем: « Стили управления», «Лидерство и власть», «Имидж руководителя».	2	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.	2	1
	Практическое занятие №8 Отработка приемов делового общения.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка презентации на темы «Невербальные средства общения», «Визитная карточка: правила оформления и передачи», «Информационные технологии в управлении»	2	3
	Консультации по темам раздела 2	2	
Раздел 3	Основы маркетинга		
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	4	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.	1	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.	4	1
	Практическое занятие №9 Анализ ситуации на рынке товаров и услуг. Определение жизненного цикла товара и решение задач по маркетингу.	2	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».	2	3
	Консультации по темам раздела 3	1	
Всего		76	

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

3.1 Образовательные технологии

3.1.1 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.

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

Активные и интерактивные формы проведения занятий, используемые в учебном процессе

№ п/п	Форма занятия	Тема занятия	Активный, интерактивный метод	Объем, ч
1	практическое	Основные понятия об экономике и ее структуре	Активный (презентация)	1
2	практическое	Содержание экономики отрасли и предприятия	Интерактивный (конкретные ситуации)	4
3	практическое	Трудовые ресурсы и эффективность их использования	Интерактивный (конкретные ситуации)	2
4	практическое	Сущность менеджмента и история его развития	Активный (презентация)	2
5	практическое	Организационные структуры управления предприятием	Интерактивный (конкретные ситуации)	2
6	практическое	Система методов управления. Процесс управления	Интерактивный (конкретные ситуации)	2
7	практическое	Стили управления	Интерактивный (конкретные ситуации)	1
8	практическое	Маркетинг на предприятии	Интерактивный (конкретные ситуации)	2
Всего				16

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Образовательные технологии

3.1.1. Образовательные технологии, применяемые в процессе изучения дисциплины:

- 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.

3.1.2. Реализация компетентного подхода с использованием активных и интерактивных форм проведения занятий

Семестр	Вид занятия	Используемые активные и интерактивные формы проведения занятий
5 / 5 семестр	ЛР	Имя существительное. Его грамматические категории - Групповая дискуссия
	ЛР	Степени сравнения прилагательных - Групповая дискуссия
	ЛР	Правила оформления латинской части рецепта - Разбор конкретных ситуаций

3.2. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

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

№ п/п	Наименование объекта, подтверждающего наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объекта, подтверждающего наличие материально-технического обеспечения (с указанием номера такого объекта в соответствии с документами по технической инвентаризации)
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного, семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций «Кабинет социально-экономических дисциплин»: мультимедийное оборудование, используемое программное обеспечение: MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Google Chrome / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice, комплект учебной мебели.	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Ломоносова, д. 112, а. 419а
2	Учебная аудитория для самостоятельной работы: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия, 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, Google Chrome / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice.	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Ломоносова, д. 114б, а. 18 (с 16.00 до 20.00)

3.3 Информационное обеспечение дисциплины

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

Основные источники

1. 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", 2020 - 288 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]

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

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

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

5. 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:

1. 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]

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

3. 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]

4. 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]

5. 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 36.02.01 Ветеринария [Электронный ресурс] / Воронежский государственный аграрный университет; [сост. И. Ю. Федулова] - Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет, 2018 [ПТ]

Периодические издания

1. АПК: экономика, управление: ежемесячный теоретический и научно-практический журнал - Москва: Агропромиздат, 1988-

2. Вестник Воронежского государственного аграрного университета: теоретический и научно-практический журнал / Воронеж. гос. аграр. ун-т - Воронеж: ВГАУ, 1998-

3. Вестник Московского университета. Серия экономики, философии и права: научный журнал - М.: МГУ, 1957-1965

4. Вопросы экономики: советский и российский ежемесячный теоретический и научно-практический журнал общэкономического содержания / учредитель : Институт экономики РАН; учредитель : Редакция журнала "Вопросы экономики", Институт экономики РАН - Москва: Правда, 1948-

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

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

7. Экономика сельского хозяйства России: Массовый научно-производственный ежемесячный журнал / учредитель : Автономная некоммерческая организация "Редакция журнала "Экономика сельского хозяйства России" - Москва: Редакция журнала "Экономика сельского хозяйства России", 1994-

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), **необходимых для освоения дисциплины.**

1. Официальная Россия: сервер органов государственной власти Российской Федерации. – <http://www.gov.ru/>

2. Министерство образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России). – <http://минобрнауки.рф/>

3. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации (Минсельхоз России): официальный интернет-портал. – <http://www.mcx.ru/>

4. Аграрная российская информационная система – <http://aris.ru>

5. Агропортал по сельскому хозяйству России и мира – <http://www.farmit.ru>

6. Сельское хозяйство в России и за рубежом – <http://www.agro.ru/>

7. Сельское хозяйство в сети Интернет – <http://www.agropoisk.ru/>

Электронные образовательные и информационные ресурсы, доступ к которым обеспечивается на основании прямых договоров

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), **необходимых для освоения дисциплины**

Электронные полнотекстовые ресурсы Научной библиотеки ВГАУ (<http://library.vsau.ru/>).

Электронные ресурсы:

1. ЭБС «Znanium.com» <http://znanium.com>

2. ЭБС издательства «Лань» <http://e.lanbook.com>

3. ЭБС «Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» <http://rucont.ru/>

4. Электронные информационные ресурсы ФГБНУ ЦНСХБ (терминал удаленного доступа) <http://www.cnsnb.ru/terminal>

5. Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU www.elibrary.ru

6. Электронный архив журналов зарубежных издательств <http://archive.neicon.ru>

7. Национальная электронная библиотека <https://нэб.рф>

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 1-11, ПК 1.2-1.3, ПК 2.2	<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. 	<p>Текущий контроль успеваемости:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценка выполнения заданий; - устный опрос; - контроль за работой обучающихся на практических занятиях; - оценка работы в малых группах. <p>Промежуточная аттестация: другая форма аттестации.</p>
ОК 1-11, ПК 1.2-1.3, ПК 2.2	<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - находить и использовать необходимую экономическую информацию; - рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности предприятия; 	<p>Текущий контроль успеваемости:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценка выполнения заданий; - устный опрос; - контроль за работой обучающихся на практических занятиях; - оценка работы в малых группах. <p>Промежуточная аттестация: другая</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - 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. 	форма аттестации.
ПК 1.2-1.3, ПК 2.2	<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен приобрести практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проведения анализа среды предприятия; - расчета основных технико-экономических показателей деятельности предприятия; - построения эффективных моделей коммуникации; - планирования работы подразделения. 	<p>Текущий контроль успеваемости:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценка выполнения заданий; - устный опрос; - контроль за работой обучающихся на практических занятиях; - оценка работы в малых группах. <p>Промежуточная аттестация: другая форма аттестации.</p>

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

5.1. Критерии оценки результатов обучения

5.1.1. 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

5.1.2. 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.

5.1.3. Критерии постановки зачета

«Зачтено» по дисциплине выставляется по итогам проведенного текущего контроля и при выполнении заданий всех практических и лекционных занятий и самостоятельной работы студентов. Решающим фактором при выставлении зачета является успешное выполнение итогового теста, отражающего уровень и глубину знаний студента по изучаемому курсу.

«Не зачтено» по дисциплине выставляется, если студент не выполняет задания практических и лекционных занятий, а также текущего контроля и самостоятельной работы. Решающим фактором при выставлении оценки «не зачтено» является безуспешное выполнение итогового теста, отражающего уровень и глубину знаний студента по изучаемому курсу.

5.2. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости

5.2.1. 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.

5.2.2. 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

