

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования**

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине ОПЦ.06 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Специальности 35.02.05 Агрономия

Уровень образования среднее профессиональное образование

Уровень подготовки по ППССЗ - базовый

Форма обучения - очная

Воронеж 2023

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 35.02.05 – Агрономия, утвержденным приказом Минобрнауки России от 13.07.2021 г. №444.

Составитель:

К.э. н., доцент кафедры управления и маркетинга
ФГБОУ ВО «Воронежский ГАУ»



М.В.Загвозкин

Рабочая программа рассмотрена на заседании предметной (цикловой) комиссии (протокол №1 от 29.08.2023 г.).

Председатель предметной
(цикловой) комиссии



А.Ф. Климкин

Заведующий отделением СПО



С.А. Горланов

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОПЦ.06 Основы экономики, менеджмента и маркетинга является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 35.02.05 Агрономия.

1.2 Место учебной дисциплины в структуре ППССЗ

Учебная дисциплина ОПЦ.06 Основы экономики, менеджмента и маркетинга относится к группе общепрофессиональных дисциплин профессионального учебного цикла.

Дисциплина ОПЦ.06 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 7 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 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие;

ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности;

При организации работы растениеводческих бригад в соответствии с технологическими картами возделывания сельскохозяйственных культур:

ПК 1.7. Осуществлять подготовку информации для составления первичной отчетности.

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 136 час, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 114 часа;
- самостоятельной работы обучающегося – 22 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
	7	
Максимальная учебная нагрузка (всего)	136	136
Аудиторная учебная работа (обязательные учебные занятия)	72	72
теоретическое обучение	24	24
Лабораторные занятия		
Практические занятия	48	48
Самостоятельная) работа обучающегося (всего)	64	64
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)	64	64
Промежуточная аттестация (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)	зачет	зачет

* 7 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 ОПЦ.06 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)
1	2	3
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
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка рефератов по теме «Виды, функции рынка», «Эластичность спроса и предложения»	6
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.	4
	Практическое занятие № 1 Определение показателей экономической эффективности использования основных производственных фондов. Определение показателей экономической эффективности использования оборотного капитала на предприятии.	6
	Практическое занятие № 2 Определение средней цены реализации продукции, экономической связи цены реализации и прибыли. Определение прибыли и рентабельности производства и переработки продукции на пред- приятии. Определение и планирование основных показателей деятельности предприятия.	6

	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».	6
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
	Практическое занятие № 3 Определение показателей производительности труда.	6
	Самостоятельная работа обучающихся: Создание презентации на тему «Формы, виды и системы оплаты труда»	6
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.	2
	Практическое занятие №4 Рассмотрение функций менеджмента	4
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка реферата на тему «Школы менеджмента», создание презентации на тему «Американская и японская модель менеджмента».	6
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.	2
	Практическое занятие №5 Построение и анализ организационной структуры управления конкретного предприятия. Использование на практике методов планирования и организации работы подразделения.	6
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка реферата на тему «Управление конфликтами и стрессами».	6
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.	2
	Практическое занятие №6 Разбор ситуаций и принятие эффективных решений с использованием системы методов управления.	4
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка реферата на тему «Теории мотивации».	6
Тема 2.4 Стили управления	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.	2
	Практическое занятие №7 Разбор ситуаций и определение стиля управления и качеств руководителя.	6

	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка презентации на тем: « Стили управления», «Лидерство и власть», «Имидж руководителя».	6
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
	Практическое занятие №8 Отработка приемов делового общения.	4
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка презентации на темы «Невербальные средства общения», «Визитная карточка: правила оформления и передачи», «Информационные технологии в управлении»	6
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	2
	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.	8
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.	2
	Практическое занятие №9 Анализ ситуации на рынке товаров и услуг. Определение жизненного цикла товара и решение задач по маркетингу.	6
	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».	8
Всего		136

1.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Использование активных и интерактивных форм проведения занятий

Для подготовки специалистов среднего звена в образовательном процессе широко используются такие формы проведения занятий как:

- мозговой штурм;
- круглый стол;
- семинар;
- разбор конкретных ситуаций;
- компьютерные симуляции;
- деловые и ролевые игры;
- психологические и иные тренинги;
- групповые дискуссии,
- кейс-задание и др.

Применяются следующие современные образовательные технологии:

- технология сотрудничества;
- технология развития критического мышления;
- проблемного и личностно-ориентированного обучения;
- информационные технологии.

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)	2
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)	4
6	практическое	Система методов управления. Процесс управления	Интерактивный (конкретные ситуации)	2
7	практическое	Стили управления	Интерактивный (конкретные ситуации)	2
8	практическое	Маркетинг на предприятии	Интерактивный (конкретные ситуации)	4
Всего				22

3.2. Учебно-методическое обеспечение

Сведения об электронных полнотекстовых ресурсах, доступ к которым обеспечивается на основании прямых договоров

Перечень документов, подтверждающих наличие/право использования цифровых (электронных) библиотек, ЭБС			
2023-2024	1.	Контракт № 656/ДУ от 30.12.2022. (ЭБС «ZNANOUМ.COM»)	01.01.2023 – 31.12.2023
	2.	Контракт № 411-ДУ от 10.10.2022. (ЭБС «ЛАНЬ»)	12.10.2022 – 11.10.2023
	3.	Лицензионный контракт № 225/ДУ от 25.07.2023 (ЭБС Юрайт – ВО)	05.08.2023 – 04.08.2024
	4.	Лицензионный контракт № 226/ДУ от 25.07.2023 (ЭБС Юрайт – СПО)	05.08.2023 – 04.08.2024
	5.	Лицензионный контракт № 62/ДУ от 23.03.2023. (ЭБС НЭБеLIBRARY)	01.01.2023 – 31.12.2023
	6.	Контракт № 493/ДУ от 11.11.2022. (Электронные формы учебников для СПО)	11.11.2022 – 11.11.2023
	7.	Договор №101/НЭБ/2097 от 28.03.2017. (Национальная электронная библиотека (НЭБ))	28.03.2017 - 28.03.2022 (продолгация до 28.03.2027)
	8.	Акт ввода в эксплуатацию Электронной библиотеки ВГАУ № 33 от 19.01.2016	Бессрочно

Обеспеченность учебной литературой при реализации рабочей программы

3.2.1 Основные источники

- Океанова, З. К. Основы экономики : учебное пособие / З.К. Океанова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2023. — 287 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/24634. - ISBN 978-5-8199-0728-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2012564>
- Климович, Л. К. Основы менеджмента : учебник / Л. К. Климович. - 4-е изд., испр. и доп. - Минск : РИПО, 2021. - 283 с. - ISBN 978-985-7253-59-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1854602>
- Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю.Н. Егоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 292 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014862-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1372729>
- Овчаренко, Н. А. Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебник для бакалавров / Н. А. Овчаренко. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 162 с. - ISBN 978-5-394-04333-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232442>

3.2.1 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", 2018 - 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, 2019 - 370 [ЭИ] [ЭБС Юрайт]

3.2.3. Методические издания

3.2.4. Периодические издания

1. Вестник Воронежского государственного аграрного университета: теоретический и научно-практический журнал / Воронеж. гос. аграр. ун-т - Воронеж: ВГАУ, 1998-2023.

3.3. Материально-техническое и программное обеспечение

Сведения о программном обеспечении общего назначения

№	Название	Размещение
1	Операционные системы MS Windows /Linux /Ред ОС	ПК в локальной сети ВГАУ
2	Пакеты офисных приложений MS Office / 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

Специализированное программное обеспечение

№	Название	Размещение
1	Платформа 1С v7.7/8	ПК в локальной сети ВГАУ

Помещения для ведения образовательного процесса и оборудование

№ 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 всех видов практических занятий: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, видеопроекционное оборудование для презентаций; средства звуковоспроизведения; экран; выход в локальную сеть и Интернет, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1
2	Помещение для самостоятельной работы: комплект учебной мебели, компьютерная техника с возможностью выхода в сеть "Интернет" и доступом к справочным системам и профессиональным базам данных, электронным учебно-методическим материалам, библиотечному электронному каталогу, ЭБС, электронной информационно-образовательной среде. 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. Мичурина, 1

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 03,7; ПК 1.7	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.	Текущий контроль успеваемости: - оценка выполнения заданий; - устный опрос; - контроль за работой обучающихся на практических занятиях; - оценка работы в малых группах. Промежуточная аттестация: дифференцированный зачет.

	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.	Текущий контроль успеваемости: - оценка выполнения заданий; - устный опрос; - контроль за работой обучающихся на практических занятиях; - оценка работы в малых группах. Промежуточная аттестация: дифференцированный зачёт.
	В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен приобрести практический опыт: проведения анализа среды предприятия;	Текущий контроль успеваемости: - оценка выполнения заданий; - устный опрос; - контроль за работой обучающихся
	- расчета основных технико-экономических показателей деятельности предприятия; - построения эффективных моделей коммуникации; - планирования работы подразделения.	на практических занятиях; - оценка работы в малых группах. Промежуточная аттестация: дифференцированный зачёт.

Компетенции	Основные показатели оценки результата	Формы и методы оценки
ОК 7. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать: - принципы рыночной экономики; - роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; - методики расчета основных технико-экономических показателей деятельности организации; - основные методы изучения рынка и анализа окружающей среды.	Текущий контроль успеваемости: - оценка выполнения заданий; - устный опрос; - контроль за работой обучающихся на практических занятиях; - оценка работы в малых группах. Промежуточная аттестация: зачёт.

ОК 9. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- Уметь пользоваться различными источниками информации, сопоставлять и анализировать их, выявлять закономерности, делать прогнозы и выводы. - Систематизировать и организовывать информацию в виде таблиц и схем. - находить и использовать необходимую экономическую информацию; - рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности предприятия; - анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.	Текущий контроль успеваемости: - оценка выполнения заданий; - устный опрос; - контроль за работой обучающихся на практических занятиях; - оценка работы в малых группах. Промежуточная аттестация: зачёт.
ПК 1.7. Осуществлять подготовку информации для составления первичной отчетности.	В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен приобрести практический опыт: - проведения анализа среды предприятия; - расчета основных технико-экономических показателей деятельности предприятия; - построения эффективных моделей коммуникации; - планирования работы подразделения.	Проверочные работы по теме. Оценка выполнения практических работ Беседы, дискуссии, опросы на семинарских занятиях Разбор ситуационных заданий по темам дисциплины. Рефераты Другая форма контроля

4.2 Критерии оценки результатов обучения

4.2.1 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

4.2.2. 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.

4.2.3. Критерии оценки тестовых заданий

Оценка	Критерии	Тестовые нормы (% правильных ответов)
«отлично»	Обучающийся воспроизводит термины, основные понятия, способен узнавать языковые явления.	Не менее 90 % баллов за задания теста.
«хорошо»	Обучающийся выявляет взаимосвязи, классифицирует, упорядочивает, интерпретирует, применяет на практике пройденный материал.	Не менее 75 % баллов за задания теста.
«удовлетворительно»	Обучающийся анализирует, оценивает, прогнозирует, конструирует.	Не менее 55 % баллов за задания теста.
«неудовлетворительно»	Обучающийся не обладает вышеперечисленными отличительными признаками	Менее 55 % баллов за задания теста.

4.2.4. Критерии оценки рефератов

Оценка	Критерии
«отлично»	выставляется, если работа написана грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на основные и дополнительные источники литературы, периодические научные издания. Приводятся нормативно-справочные данные по теме реферата. Обучающийся в реферате проводит самостоятельный анализ, описанного теоретического материала. Обучающийся проявляет отличительный творческий подход в стиле изложения текста, прочтении доклада и грамотных ответов по теме.
«хорошо»	выставляется, если работа написана грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, в работе присутствуют ссылки на основную литературу, приводятся нормативные справочные данные по теме реферата. Обучающийся хорошо ориентируется в материале реферата, отвечает на вопросы по теме работы. Но отсутствует самостоятельный анализ материала и использование дополнительной рекомендуемой литературы и периодических научных изданий.
«удовлетворительно»	выставляется, если обучающийся выполнил задание, однако не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в структуре и оформлении реферата, использовал мало литературных

	источников и нормативных требований. Обучающийся затрудняется отвечать на вопросы по теме реферата и делать доклад.
«неудовлетворительно»	выставляется, если обучающийся не выполнил задание, или выполнил его формально, проявив небрежность. Реферат неудовлетворительно оформлен. Нарушены; структура, объем, правила библиографического оформления. Нет ссылок на нормативно-справочные документы, рекомендуемую литературу. Обучающийся не отвечает на вопросы по теме работы, не ориентируется в тексте доклада. Тема реферата не раскрыта.

4.2.5. Критерии оценки экзамена

Оценка	Описание критериев
«Отлично»	Обучающийся показал полные и глубокие знания программного материала, логично и аргументировано ответил на все вопросы экзаменационного билета, а также на дополнительные вопросы, способен самостоятельно решать сложные задачи профессионального модуля
«Хорошо»	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно его излагает, не допускает существенных неточностей в ответе, достаточно полно ответил на вопросы экзаменационного билета и дополнительные вопросы, способен самостоятельно решать стандартные задачи профессионального модуля
«Удовлетворительно»	Обучающийся показал знание только основ программного материала, усвоил его поверхностно, но не допускал грубых ошибок или неточностей, требует наводящих вопросов для правильного ответа, не ответил на дополнительные вопросы, способен решать стандартные задачи дисциплины с помощью преподавателя
«Неудовлетворительно»	Обучающийся не знает основ программного материала, допускает грубые ошибки в ответе, не способен решать стандартные задачи дисциплины даже с помощью преподавателя

4.3. 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

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

**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 предметной (цикловой) комиссии по специальности 35.02.05 	Протокол №1 от 29.08.2023 г.	Да П. 3.2 П. 3.3 Рабочая программа актуализирована для 2023-2024 учебного года	Скорректированы литературные источники, электронные полнотекстовые ресурсы Научной библиотеки ВГАУ. Обновлены сведения о программном обеспечении общего назначения, пересмотрены помещения для ведения образовательного процесса
Председатель предметной (цикловой) комиссии по специальности 35.02.05 	Протокол №3 от 27.05.2024 г.	Рабочая программа актуализирована для 2024-2025 учебного года	нет
Председатель предметной (цикловой) комиссии по специальности 35.02.05 	Протокол №1 от 29.08.2025 г.	Рабочая программа актуализирована для 2025-2026 учебного года	нет