

**Министерство сельского хозяйства Российской Федерации**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**имени императора Петра I»**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета технологии и товаро-  
ведения

Королькова Н.В.



« 30 » августа 2017 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

по дисциплине Б1.Б.24 Менеджмент и маркетинг

для направления подготовки 38.03.07 «Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции» (профиль подготовки «Технология производства и переработки продукции животноводства»)

прикладной бакалавриат

квалификация выпускника - бакалавр

Факультет технологии и товароведения

(указывается, для какого факультета предназначена данная рабочая программа)

Кафедра Управления и маркетинга в АПК

(указывается кафедра, на которой преподаётся данная дисциплина)

Преподаватели, подготовившие рабочую программу: к.э.н, доцент М.В. Загвозкин



Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению 35.03.07 Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции (уровень бакалавриата), утвержденным приказом от 12 ноября 2015 г. N 1330.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры «Управления и маркетинга в АПК» (протокол № 1 от 30.08.2017. )

**Заведующий кафедрой д.э.н., проф.**



**Е.В. Закшевская**

Рабочая программа рекомендована к использованию в учебном процессе методической комиссией факультета технологии и товароведения (протокол № 1 от 30.08.2017).

**Председатель методической комиссии**



**А.А. Колобаева**

## **1. Предмет. Цели и задачи дисциплины, её место в структуре образовательной программы**

**Предметом** дисциплины является совокупность общественных отношений, возникающих между людьми в процессе управления на разных уровнях и в различных звеньях социально-экономической системы.

**Цель преподавания курса** – сформировать у обучающихся представление о новом управленческом мышлении, навыки умения добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект, мотивы поведения других людей. Кроме того, сформировать представление о том, как при помощи грамотного использования рыночных законов удовлетворить потребности покупателей путем предложения им конкурентоспособных товаров, добиться адаптации и развития производства, а также получить определенную сумму прибыли, гарантирующую выживаемость предприятию в условиях рыночной экономики.

### **Основные задачи дисциплины:**

- изучение теории и практики менеджмента агропромышленным производством, включая стадии распределения, обмена и потребления сельхозпродукции и сырья (как конкретного вида материальных благ и услуг, исходя из интересов отдельно взятого работника, трудовых коллективов и всего общества).
- формирование искусства современного управления АПК на основе обучения эффективному решению хозяйственных, коммерческих и иных задач, умения использовать общие и специфические приемы управления на отраслевом и межотраслевом уровнях;
- овладение передовым опытом системного подхода к взаимодействию различных факторов системы управления АПК на региональном уровне;
- познание природно-экономических, социальных и иных особенностей управления сельским хозяйством и другими сферами АПК в современных условиях.

Дисциплина Б.1.Б.24 «Менеджмент и маркетинг» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины» модули и является обязательной по направлению подготовки 35.03.07 Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенция		Планируемые результаты обучения
код	название	
ОК-6	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<p><b>знать</b> особенности и закономерности протекания коммуникации, вербальные и невербальные средства коммуникации</p> <p><b>уметь</b> анализировать социально-психологические явления, возникающие в организации при работе с коллегами</p> <p><b>иметь навыки и /или опыт деятельности</b> межличностной кооперации и создания атмосферы сотрудничества в профессиональной деятельности</p>
ПК-17	способностью к разработке бизнес-планов производства и переработки сельскохозяйственной продукции, проведению маркетинга	<p><b>знать</b> технологии менеджмента и маркетинговых исследований рынка продукции и услуг в области производства продуктов питания животного происхождения</p> <p><b>уметь</b> организовать производственные процессы на предприятии отрасли, проводить комплексный маркетинговый анализ</p> <p><b>иметь навыки и /или опыт деятельности</b> проведение маркетинговых исследований передового отечественного и зарубежного опыта в области технологии производства пищевой продукции на автоматизированных технологических линиях</p>
ПК-18	готовностью управлять персоналом структурного подразделения организации, качеством труда и продукции	<p><b>знать</b> виды, формы и методы мотивации, включая материальное и нематериальное стимулирование, персонала на автоматизированных технологических линиях производства продуктов питания животного происхождения на автоматизированных технологических линиях</p> <p><b>уметь</b> осуществлять мероприятия по мотивации и стимулированию персонала на автоматизированных технологических линиях производства продуктов питания животного происхождения</p> <p><b>иметь навыки и /или опыт деятельности</b> проведения оценки исполнения обязанностей работника в системе управления персоналом</p>
ПК-19	готовностью систематизировать и обобщать информацию по использованию и формированию ресурсов организации	<p><b>знать</b> классификацию, виды и состав ресурсов на предприятии</p> <p><b>уметь</b> планировать и прогнозировать изменения использования и формирования ресурсов организации</p> <p><b>иметь навыки и /или опыт деятельности</b> работы с аналитическими и статистическими данными о деятельности предприятия и её ресурсном потенциале</p>

## 3. Объём дисциплины и виды учебной работы

Виды работ	Очная форма обучения		Заочная форма обучения
	всего зач.ед./ часов	объём часов	всего часов
		8 семестр	х курс
Общая трудоёмкость дисциплины	2/72	2/72	2/72
Общая контактная работа*	31,75	31,75	8,75
Общая самостоятельная работа (по учебному плану)	31,25	31,25	63,25
Контактная работа** при проведении учебных занятий, в т.ч.	40,5	40,5	8,5
лекции	14	14	4
практические занятия	26	26	4
лабораторные работы	-	-	-
групповые консультации	0,5	0,5	0,5
Самостоятельная работа при проведении учебных занятий ***	-	-	-
Контактная работа текущего контроля, в т.ч.	-	-	-
защита контрольной работы	-	-	-
защита расчетно-графической работы	-	-	-
Самостоятельная работа текущего контроля, в т.ч.	-	-	-
выполнение контрольной работы	-	-	-
Выполнение расчетно-графической работы	-	-	-
Контактная работа промежуточной аттестации обучающихся (КТР), в т.ч.	0,25	0,25	0,25
курсовая работа	-	-	-
курсовой проект	-	-	-
зачет	-	-	-
экзамен	0,25	0,25	0,25
Самостоятельная работа при промежуточной аттестации, в т.ч.	17,75	17,75	17,75
выполнение курсового проекта	-	-	-
Выполнение курсовой работы	-	-	-
подготовка к зачету	-	-	-
подготовка к экзамену	17,75	17,75	17,75
Вид промежуточной аттестации (зачёт, экзамен, курсовой проект (работа))	экзамен	экзамен	экзамен

#### 4. Содержание дисциплины

##### 4.1. Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план).

№ п/п	Раздел дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СР
<b>Очная форма обучения</b>					
1.	Сущность и содержание управления, предмет и методы познания науки “управление”	1	1	-	3
2.	Научные основы управления: цель, процесс, функции, принципы и закономерности	1	1	-	3
3.	Методы управления. Организационный и экономический механизм управления	1	2	-	2
4.	Принципы построения и функционирования структур управле-	1	2	-	2
5.	Система управления персоналом	1	2	-	2
6.	Ведение в маркетинг	1	1	-	2
7.	Система маркетинговых исследований	1	4	-	3
8.	Сегментация рынка	1	2	-	3
9	Товарная политика предприятия	1	2	-	3
10	Инновационная политика предприятия	1	1	-	3
11	Ценовая политика предприятия	1	1	-	3
12	Формирование спроса и стимулирование сбыта	1	2	-	2
13	Организация маркетинга на предприятии, контроль маркетинговой деятельности	1	4	-	3
14	Маркетинг продукции промышленной переработки	1	1	-	1,25
	итого:	14	26	-	35,25
<b>Заочная форма обучения</b>					
1.	Сущность и содержание управления, предмет и методы познания науки “управление”	1	1	-	4
2.	Научные основы управления: цель, процесс, функции, принципы и закономерности	-	-	-	5
3.	Методы управления. Организационный и экономический механизм управления	-	1	-	4
4.	Принципы построения и функционирования структур управле-	1	-	-	4
5.	Система управления персоналом	-	-	-	5
6.	Ведение в маркетинг	1	-	-	4
7.	Система маркетинговых исследований	-	1	-	4
8.	Сегментация рынка	-	-	-	5
9.	Товарная политика предприятия	-	-	-	5
10.	Инновационная политика предприятия	-	-	-	5
11.	Ценовая политика предприятия	-	-	-	5
12.	Формирование спроса и стимулирование сбыта	1	-	-	4
13	Организация маркетинга на предприятии, контроль маркетинговой деятельности	-	1	-	4
14	Маркетинг продукции промышленной переработки	-	-	-	5,25
	итого:	4	4	-	63,25

## **4.2. Содержание разделов учебной дисциплины.**

### **1. СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ (МЕНЕДЖМЕНТА), ПРЕДМЕТ И МЕТОДЫ ПОЗНАНИЯ НАУКИ “УПРАВЛЕНИЕ”.**

Предпосылки и необходимость управления в предприятиях. Менеджмент - рыночная теория управления, как стратегия деятельности предприятия. Сущность и содержание менеджмента. Цели и задачи менеджмента.

### **2. НАУЧНЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ: ЦЕЛЬ, ПРОЦЕСС, ФУНКЦИИ, ПРИНЦИПЫ И ЗАКОНОМЕРНОСТИ.**

Миссия организации. Процесс управления, его структура и особенности. Функции менеджмента, их характеристика и закономерности. Принципы и закономерности в управлении.

### **3. МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ.**

Сущность и классификация методов управления. Экономические методы управления и их содержание. Административные методы управления и их содержание. Социально-психологические методы управления и их содержание.

### **4. ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ.**

Понятие субъекта и объекта управления. Организационная структура сельскохозяйственных предприятий. Внутренняя и внешняя среда организации. Структура управления. Типы и виды структур управления.

### **5. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ.**

Руководитель в системе управления: основные качества руководителя, особенности его работы. Управление человеком, управление коллективом и группой. Лидерство и властные отношения в системе менеджмента. Деловое общение в системе управления. Конфликты и стрессы. Корпоративная культура и организационное поведение.

Сущность и виды коммуникаций: коммуникация, внутренние коммуникации, внешние коммуникации, и пр. Процесс коммуникации: формулировка идеи, кодирование информации и формирование сообщения, выбор канала связи и передача сообщения, декодирование и восприятие информации, интерпретация сообщения и формирование ответа, передача ответа. Проблемы в межличностных контактах. Характеристики коммуникационных сетей.

### **6. ВВЕДЕНИЕ В МАРКЕТИНГ.**

Маркетинг как стратегия деятельности предприятия. Необходимость маркетинговой организации предприятия в условиях рынка. Основные категории маркетинга. Концепции маркетинговой ориентации фирмы. Основные цели, принципы и функции маркетинга.

### **7. СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

Комплексное исследование рынка. Цель основные направления маркетинговых исследований. Процедура маркетинговых исследований (четкое определение проблемы, разработка плана сбора информации, сбор информации, анализ собранной информации, основные результаты). Методические основы маркетинговых исследований.

### **8. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА.**

Сегментация рынка. Критерии сегментации рынка. Выбор целевого сегмента и позиционирование товара.

### **9. ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ.**

Товар в системе маркетинга. Классификация товаров. Характер потребления товаров. Сущность и основные направления товарной политики предприятия. Упаковка и маркировка товаров. Использование товарных марок. Организация сервиса. Качество и конкурентоспособность продукции.

### **10. ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ.**

Жизненный цикл товара. Этапы жизненного цикла товара и способы его продления. Понятие нового товара. Типы нового товара. Этапы реализации инновационной политики.

Ассортиментная политика предприятия. Задачи ассортиментной политики. Товарный ассортимент и номенклатура.

#### 11. ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ.

Ценообразование в системе маркетинга. Функции и виды цен. Зависимость ценообразования от типов рынка. Задачи и методы ценообразования. Ценовые стратегии предприятия. Политика снижения или повышения цен. Эластичность цен.

#### 12. ФОРМИРОВАНИЕ СПРОСА И СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА.

Организация товародвижения. Каналы распределения товаров. Структура товародвижения. Выбор наилучшего канала распределения. Оценка эффективности каналов товародвижения. Реклама. Планирование рекламной компании. Стимулирование сбыта. Паблик релейшенз. Оценка результатов управления рекламной деятельностью и использование различных средств стимулирования сбыта.

#### 13. ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ, КОНТРОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

Организационные структуры управления маркетингом. Распределение задач, прав и ответственности в системе управления маркетингом. Основные принципы планирования маркетинга. Контроль маркетинга. Контроль качества.

#### 14. МАРКЕТИНГ ПРОДУКЦИИ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПЕРЕРАБОТКИ.

Объективная необходимость организации первичной обработки и промышленной переработки некоторых видов сельскохозяйственной продукции на предприятии. Окупаемость и доходность инвестиций в промышленную переработку с.-х. продукции как фактор конкурентного преимущества и реакции на кризисное состояние основных отраслей сельского хозяйства. Качество товара, его научно-технологический уровень и патентная защита. Проблемы повышения качества товаров с.-х. происхождения, роль и значение упаковки для таких товаров, ФОССТИС сельскохозяйственных товаров промышленной переработки.

### 4.3. Перечень тем лекций.

№ п/п	Тема лекции	Объём, ч	
		форма обучения	
		очная	заочная форма обу- чения
1.	Сущность и содержание управления, предмет и методы познания науки “управление”	1	1
2.	Научные основы управления: цель, процесс, функции, принципы и закономерности	1	-
3.	Методы управления. Организационный и экономический механизм управления	1	1
4.	Принципы построения и функционирования структур управления	1	-
5.	Система управления персоналом	1	-
6.	Ведение в маркетинг	1	1
7.	Система маркетинговых исследований	1	-
8.	Сегментация рынка	1	-
9.	Товарная политика предприятия	1	-
10.	Инновационная политика предприятия	1	-
11.	Ценовая политика предприятия	1	-
12.	Формирование спроса и стимулирование сбыта	1	1

13.	Организация маркетинга на предприятии, контроль маркетинговой деятельности	1	-
14.	Маркетинг продукции промышленной переработки	1	-
Всего:		14	4

#### 4.4. Перечень тем практических занятий (семинаров).

№ п/п	Тема лекции	Объём, ч	
		форма обучения	
		очная	заочная форма обучения
1.	Сущность и содержание управления, предмет и методы познания науки “управление”	1	1
2.	Научные основы управления: цель, процесс, функции, принципы и закономерности	1	-
3.	Методы управления. Организационный и экономический механизм управления	2	1
4.	Принципы построения и функционирования структур управления	2	-
5.	Система управления персоналом	2	-
6.	Ведение в маркетинг	1	-
7.	Система маркетинговых исследований	4	1
8.	Сегментация рынка	2	-
9.	Товарная политика предприятия	2	-
10.	Инновационная политика предприятия	1	-
11.	Ценовая политика предприятия	1	-
12.	Формирование спроса и стимулирование сбыта	2	-
13.	Организация маркетинга на предприятии, контроль маркетинговой деятельности	4	1
14.	Маркетинг продукции промышленной переработки	1	-
Всего:		26	4

#### 4.5. Перечень тем лабораторных работ.

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

#### 4.6. Виды самостоятельной работы студентов.

##### 4.6.1. Подготовка к аудиторным занятиям

Студенты самостоятельно изучают темы непрочитанные на лекциях, используют материалы лекций и рекомендуемую литературу.

##### 4.6.2. Перечень тем курсовых работ (проектов).

Не предусмотрены

##### 4.6.3. Перечень тем рефератов, расчетно-графических работ.

Не предусмотрены

**4.6.4. Перечень тем для самостоятельного изучения студентами.**

№ п/п	Тема лекции	Учебно-методическое обеспечение	Объём, ч	
			форма обучения	
			очная	заочная
1.	Сущность и содержание управления, предмет и методы познания науки “управление”	Менеджмент: учебное пособие / Е.В. Закшевская, С.Н. Коновалова, Р.П. Белолыпов. – Воронеж: ФГБОУ ВПО Воронежский ГАУ, 2013. – 439 с. Менеджмент: Учебник [электронный ресурс] / Вырупаева Т.В., Драганчук Л.С., Егошина О.Л. - Краснояр.: СФУ, 2016. - 380 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] Маркетинг: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.]; под ред. Е. В. Закшевской .— Москва : КолосС, 2012 .— 247 с.	3	4
2.	Научные основы управления: цель, процесс, функции, принципы и закономерности		3	5
3.	Методы управления. Организационный и экономический механизм управления		2	4
4.	Принципы построения и функционирования структур управления		2	4
5.	Система управления персоналом		2	5
6.	Ведение в маркетинг		2	4
7.	Система маркетинговых исследований		3	4
8.	Сегментация рынка		3	5
9.	Товарная политика предприятия		3	5
10.	Инновационная политика предприятия		3	5
11.	Ценовая политика предприятия		3	5
12.	Формирование спроса и стимулирование сбыта		2	4
13.	Организация маркетинга на предприятии, контроль маркетинговой деятельности		3	4
14.	Маркетинг продукции промышленной переработки		1,25	5,25
Всего:			31,25	63,25

**4.6.5. Другие виды самостоятельной работы студентов.**

Самостоятельная подготовка обучающихся и подбор материала для рассмотрения на практических занятиях. Изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, который обсуждают на практическом занятии; изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание темы, обсуждаемой на практическом занятии.

Обучающиеся на дневной форме по собственному желанию могут подготовить доклады и сообщения для выступления на практических занятиях в рамках выносимой на занятия темы.

**4.7.Перечень тем и видов занятий, проводимых в интерактивной форме**

№	Форма занятия	Тема занятия	Интерактивный метод	Объем, ч
1	Лекция	Сущность и содержание управления, предмет и методы познания науки “управление”	Интерактивная лекция	2
2	Лекция	Ведение в маркетинг	Интерактивная лекция	2
6	Лабораторное	Система маркетинговых исследований	Творческое задание	2
9	Лабораторное	Инновационная политика предприятия	Обсуждение в группе	2
10	Лабораторное	Ценовая политика предприятия	Дискуссия	2
11	Лабораторное	Формирование спроса и стимулирование сбыта	Деловая игра	2
Итого:				12

**5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации**

Полное описание фонда оценочных средств текущей и промежуточной аттестации обучающихся с перечнем компетенций, описанием показателей и критериев оценивания компетенций, шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы представлены в фонде оценочных средств по данной дисциплине (в виде отдельного документа).

**6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.****6.1. Рекомендуемая литература.****6.1.1. Основная литература.**

№ п/п	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Кол-во экз. в библиотеке.
1	Менеджмент: учебное пособие / Е.В. Закшевская, С.Н. Коновалова, Р.П. Белолипов. – Воронеж: ФГБОУ ВПО Воронежский ГАУ, 2013. – 439 с.	200
2	Менеджмент: Учебник [электронный ресурс] / Вырупаева Т.В., Драганчук Л.С., Егошина О.Л. - Краснояр.: СФУ, 2016. - 380 с. [ЭИ] [ЭБС ЗнаНИУМ]	-
3	Маркетинг: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.]; под ред. Е. В. Закшевской .— Москва : КолосС, 2012 .— 247 с.	169

**6.1.2. Дополнительная литература.**

№ п/п	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Кол-во экз. в библиотеке.
1	Менеджмент: Учебник для ср. спец. учеб. заведений [электронный ресурс] / Виханский О. С., Наумов А. И. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 288 с.. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	-
2	Менеджмент: Учебное пособие [электронный ресурс] / Балашов А. П. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 271 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	-
3	Менеджмент: Учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, по направлению "Менеджмент" / Под ред. Максимцов М.М., - 4-е изд., перераб. и доп. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 343 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	-
4	Маслова, Е. Л. Менеджмент: Учебник для бакалавров / Е. Л. Маслова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 336 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	-
5	Наумов В. Н. Маркетинг: Учебник - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016 - 320 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	
6	Секерин В. Д. Инновационный маркетинг: Учебник - Нальчик: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016 - 237 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	

**6.1.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.**

№ п/п	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Кол-во экз. в библиотеке.
1	Методические указания для самостоятельной работы по анализу и проектированию рациональной структуры управления, разработке регламентирующих документов сельскохозяйственного предприятия (для студентов экономических и неэкономических специальностей) / Воронеж. гос. аграр. ун-т ; [сост.: Е.В. Закшевская, Д.С. Климентов, А.М. Шумейко, Р.П. Белолипов, А.Д. Селиверстов, С.Н. Коновалова] .— Воронеж : Воронежский государственный аграрный университет, 2013 .— 11 с .	90

**6.1.4. Периодические издания.**

№ п/п	Перечень периодических изданий
1.	АПК: Экономика, управление / Москва, ФГБНУ ФНЦ ВНИИЭСХ, 1921 -
2.	Вестник Воронежского государственного аграрного университета: теоретический и научно-практический журнал / Воронеж. гос. аграр. ун-т - Воронеж: ВГАУ, 1998-
3.	«Менеджмент в России и за рубежом» / Москва, ООО «Финпресс», 1997-
	Маркетинг в России и за рубежом / Москва, ООО «Финпресс», 1997-

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

1. Справочная, методическая и аналитическая информация, относящаяся к управлению компанией, инвестициям, финансам, маркетингу. <URL: <http://www.marketing.spb.ru/>
2. Электронные полнотекстовые ресурсы Научной библиотеки ВГАУ (<http://library.vsau.ru/>)

3. Наименование ресурса	Сведения о правообладателе	Адрес в сети Интернет
ЭБС «Znanium.com»	ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М»	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>
ЭБС издательства «Лань»	ООО «Издательство Лань»	<a href="http://e.lanbook.com">http://e.lanbook.com</a>
ЭБС издательства «Перспектива науки»	ООО «Перспектива науки»	<a href="http://www.prospektnauki.ru">www.prospektnauki.ru</a>
ЭБС «Национальный цифровой ресурс РУКОНТ»	ООО «ТРАНСЛОГ»	<a href="http://rucont.ru/">http://rucont.ru/</a>
Электронные информационные ресурсы ФГБНУ ЦНСХБ (терминал удаленного доступа)	Федеральное гос. бюджетное учреждение «Центральная научная сельскохозяйственная библиотека»	<a href="http://www.cnshb.ru/terminal/">http://www.cnshb.ru/terminal/</a>
Научная электронная библиотека <a href="http://elibrary.ru">ELIBRARY.RU</a>	ООО «РУНЭБ»	<a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>
Электронный архив журналов зарубежных издательств	НП «Национальный Электронно-Информационный Консорциум»	<a href="http://archive.neicon.ru/">http://archive.neicon.ru/</a>
Национальная электронная библиотека	Российская государственная библиотека	<a href="https://нэб.рф/">https://нэб.рф/</a>

## 6.3. Средства обеспечения освоения дисциплины.

### 6.3.1. Компьютерные обучающие и контролирующие программы.

№ п/п	Вид учебного занятия	Наименование программного обеспечения	Функция программного обеспечения		
			контроль	моделирующая	обучающая
1	Лекции	Microsoft Office 2010 Std	-	+	+
2	Практические	Microsoft Office 2010 Std. AST. Гарант, Консультант +	+	+	+

### 6.3.2. Аудио- и видеопособия.

Не используются

### 6.3.3. Компьютерные презентации учебных курсов

1. Принципы построения и функционирования структур управления
2. Система управления персоналом
3. Организация маркетинга на предприятии, контроль маркетинговой деятельности

## 7. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения занятий	Перечень основного оборудования, приборов и материалов
1	Лекционные аудитории	- видеопроекционное оборудование для презентаций; - средства звуковоспроизведения; - экран; - выход в локальную сеть и Интернет.
2	Аудитории для проведения практических занятий	Аудитория, оборудованная специализированной мебелью, доской.
3	Аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	15 компьютеров в каждой аудитории с программой промежуточного и текущего тестирования AST-Test Player 3.1.3)
4	Аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Аудитория, оборудованная специализированной мебелью, доской, персональными компьютерами с выходом в локальную сеть и Интернет, доступом к справочно-правовым системам «Гарант» и «Консультант Плюс».
5	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.
6	Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования 117, 118, 272.	Компьютеры, сканер, принтеры, специализированное оборудование для ремонта компьютеров и оргтехники. Столы, шкафы.

## 8. Междисциплинарные связи

### Протокол

согласования рабочей программы с другими дисциплинами

Наименование дисциплины, с которой проводилось согласование	Кафедра, с которой проводилось согласование	Предложения об изменениях в рабочей программе. Заключение об итогах согласования
Документирование управленческой деятельности	Управления и маркетинга в АПК	согласовано



## Приложение 2

**Лист периодических проверок рабочей программы**

Должностное лицо, проводившее проверку Ф.И.О., должность, подпись	Дата	Потребность в корректировке	Перечень пунктов, стр., разделов, требующих изменений
Закшевская Е.В. Зав. кафедрой управления и маркетинга в АПК 	26.06.2018г.	Не имеется Рабочая программа актуализирована для 2018-2019 учебного года	-
Колобаева А.А. председатель методической комиссии факультета технологии и товароведения 	18.06.2019	Нет  Рабочая программа, фонд оценочных средств, адаптационная РП актуализированы на 2019-2020 учебный год	Нет