

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>знать особенности и закономерности протекания коммуникации, вербальные и невербальные средства коммуникации</p> <p>уметь анализировать социально-психологические явления, возникающие в организации при работе с коллегами</p> <p>иметь навыки и /или опыт деятельности 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>знать технологии менеджмента и маркетинговых исследований рынка продукции и услуг в области производства продуктов питания животного происхождения</p> <p>уметь организовать производственные процессы на предприятии отрасли, проводить комплексный маркетинговый анализ</p> <p>иметь навыки и /или опыт деятельности 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>знать 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>уметь осуществлять мероприятия по мотивации и стимулированию персонала на автоматизированных технологических линиях производства продуктов питания животного происхождения</p> <p>иметь навыки и /или опыт деятельности проведения оценки исполнения обязанностей работника в системе управления персоналом</p>
ПК-19	готовностью систематизировать и обобщать информацию по использованию и формированию ресурсов организации	<p>знать классификацию, виды и состав ресурсов на предприятии</p> <p>уметь планировать и прогнозировать изменения использования и формирования ресурсов организации</p> <p>иметь навыки и /или опыт деятельности 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
Очная форма обучения					
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
Заочная форма обучения					
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 неп прочитанные 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»	http://znanium.com
ЭБС издательства «Лань»	ООО «Издательство Лань»	http://e.lanbook.com
ЭБС издательства «Перспектива науки»	ООО «Перспектива науки»	www.prospektnauki.ru
ЭБС «Национальный цифровой ресурс РУКОНТ»	ООО «ТРАНСЛОГ»	http://rucont.ru/
Электронные информационные ресурсы ФГБНУ ЦНСХБ (терминал удаленного доступа)	Федеральное гос. бюджетное учреждение «Центральная научная сельскохозяйственная библиотека»	http://www.cnshb.ru/terminal/
Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU	ООО «РУНЭБ»	www.elibrary.ru
Электронный архив журналов зарубежных издательств	НП «Национальный Электронно-Информационный Консорциум»	http://archive.neicon.ru/
Национальная электронная библиотека	Российская государственная библиотека	https://нэб.рф/

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