

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 товароведения

К.с.-х.н., доцент Н.В. Королькова

«17» 12 2015г



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

По дисциплине: **Б1.Б.5 «Менеджмент и маркетинг»**

Направление подготовки: 35.03.07 – «Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции» - прикладной бакалавриат

Квалификация выпускника: бакалавр

Все профили

Факультет технологии и товароведения

Кафедра управления и маркетинга в АПК

Форма обучения	Всего зач. ед./ часов	Курс	Семестр	Лекции	Семинарские занятия	Практические занятия	Лабораторные занятия	Курсовая работа (проект), (указать семестр)	Самостоятельная работа	Зачёт (указать семестр)	Экзамен (указать семестр)
очная	4/144	4	7	12	-	26	-	-	70	-	7/36
заочная	4/144	2	3	4	-	-	4	-	100	-	3/36

Преподаватели, подготовившие рабочую программу:

к.э.н., доцент

доцент

М.В. Загвозкин

А.Д. Селиверстов

Воронеж 2015

Рабочая программа по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки: 35.03.07 - «Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции», утвержденная приказом Министерства образования и науки РФ № 1330 от 12 ноября 2015 г.

Рабочая программа по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» утверждена на заседании кафедры «Управления и маркетинга в АПК» (протокол № 5 от 04.12.2015г)

Заведующий кафедрой д.э.н. профессор



Е.В. Закшевская

Рабочая программа рекомендована к использованию в учебном процессе методической комиссией факультета технологии и товароведения (протокол № 3 от 17.12.2015 г.).

Председатель методической комиссии



А.А. Колобаева

1. Предмет. Цели и задачи дисциплины

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.5 «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-4	способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	<ul style="list-style-type: none">- знать основы нормативно-правовых документов касающиеся менеджмента и маркетинга- уметь оперативно действовать в условиях меняющейся нормативной базы- иметь навыки применения нормативных и правовых документы в профессиональной деятельности.
ПК-17	способностью к разработке бизнес-планов производства и переработки сельскохозяйственной продукции, проведению маркетинга	<ul style="list-style-type: none">- знать сущность менеджмента, его основные законы и принципы, методы и функции, технологию менеджмента, сущность концепций маркетинга, его основные принципы, методы и функции, теоретические основы и методологию изучения конъюнктуры рынка сельскохозяйственных и промышленных товаров в АПК- уметь организовать произ-

		<p>водственные процессы на предприятии отрасли, проводить комплексный маркетинговый анализ</p> <ul style="list-style-type: none"> - иметь навыки разработки организационно-управленческих структур предприятия, навыками проведения комплексного анализа конъюнктуры рынка сельскохозяйственных товаров
ПК-18	готовностью управлять персоналом структурного подразделения организации, качеством труда и продукции	<ul style="list-style-type: none"> - знать методы и процедуры управления персоналом - уметь рассчитать численность и профессиональный состав структурного подразделения организации - иметь навыки оценки исполнения обязанностей работника в системе управления персоналом

3. Объём дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1 - Объём дисциплины и виды учебной работы.

Виды учебной работы	Очная форма обучения		Заочная форма обучения
	всего зач.ед./ часов	объём часов	всего часов
		7 семестр	3 семестр
Общая трудоёмкость дисциплины	3/144	144	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем всего, в т.ч.	38	38	8
Аудиторная занятость	38	38	8
Лекции	12	12	4
Практические занятия	26	26	-
Семинары	-	-	-
Лабораторные работы	-	-	4
Другие виды аудиторных занятий	-	-	-
Самостоятельная работа обучающихся, час, в т.ч.	70	70	100
Подготовка к аудиторным занятиям	70	70	100
Выполнение курсовой работы (курсового проекта)	-	-	-
Подготовка и защита рефератов, расчетно-графических работ	-	-	-
Другие виды самостоятельной работы	-	-	-

Экзамен/часы	36	36	36
Вид промежуточного контроля (зачёт, экзамен)	экзамен	экзамен	экзамен

4. Содержание дисциплины

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

Таблица 2 – 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	2	-	5
2.	Научные основы управления: цель, процесс, функции, принципы и закономерности	1	2	-	5
3.	Методы управления. Организационный и экономический механизм управления	-	2	-	5
4.	Принципы построения и функционирования структур	2	2	-	5
5.	Система управления персоналом	-	2	-	5
6.	Ведение в маркетинг	2	-	-	5
7.	Система маркетинговых исследований	2	2	-	5
8.	Сегментация рынка	-	2	-	5
9.	Товарная политика предприятия	1	2	-	5
10.	Инновационная политика предприятия	-	2	-	5
11.	Ценовая политика предприятия	-	2	-	5
12.	Формирование спроса и стимулирование сбыта	-	2	-	5
13.	Организация маркетинга на предприятии, контроль маркетинговой деятельности	2	2	-	5
14.	Маркетинг продукции промышленной переработки	1	2	-	5
	итого:	12	26	-	70
Заочная форма обучения					
1.	Сущность и содержание управления, предмет и методы познания науки “управление”	1	-	1	7
2.	Научные основы управления: цель, процесс, функции, принципы и закономерности	-	-	-	8
3.	Методы управления. Организационный и экономический механизм управления	-	-	-	8
4.	Принципы построения и функционирования структур	1	-	1	7
5.	Система управления персоналом	-	-	-	7
6.	Ведение в маркетинг	1	-	-	7
7.	Система маркетинговых исследований	-	-	1	7
8.	Сегментация рынка	-	-	-	7
9.	Товарная политика предприятия	-	-	1	7
10.	Инновационная политика предприятия	-	-	-	7
11.	Ценовая политика предприятия	-	-	-	7
12.	Формирование спроса и стимулирование сбыта	-	-	-	7

13	Организация маркетинга на предприятии, контроль маркетинговой деятельности	1	-	-	7
14	Маркетинг продукции промышленной переработки	-	-	-	7
	итого:	4	-	4	100

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.

Таблица 3 – Перечень тем лекций.

№ п/п	Тема лекции	Объем, 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	-	-
4.	Принципы построения и функционирования структур управления	2	1
5.	Система управления персоналом	-	-
6.	Ведение в маркетинг	2	1
7.	Система маркетинговых исследований	2	-
8.	Сегментация рынка	-	-
9.	Товарная политика предприятия	1	-
10.	Инновационная политика предприятия	-	-
11.	Ценовая политика предприятия	-	-
12.	Формирование спроса и стимулирование сбыта	-	-

13.	Организация маркетинга на предприятии, контроль маркетинговой деятельности	2	1
14.	Маркетинг продукции промышленной переработки	1	-
Всего:		12	4

4.4. Перечень тем практических занятий (семинаров).

Таблица 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”	2	-
2.	Научные основы управления: цель, процесс, функции, принципы и закономерности	-	-
3.	Методы управления. Организационный и экономический механизм управления	2	-
4.	Принципы построения и функционирования структур управления	2	-
5.	Система управления персоналом	2	-
6.	Ведение в маркетинг	-	-
7.	Система маркетинговых исследований	2	-
8.	Сегментация рынка	-	-
9.	Товарная политика предприятия	2	-
10.	Инновационная политика предприятия	-	-
11.	Ценовая политика предприятия	-	-
12.	Формирование спроса и стимулирование сбыта	-	-
13.	Организация маркетинга на предприятии, контроль маркетинговой деятельности	2	-
14.	Маркетинг продукции промышленной переработки	-	-
Всего:		26	-

4.5. Перечень тем лабораторных работ.

Таблица 5 – Перечень тем лабораторных работ.

№ п/п	Тема лекции	Объём, ч	
		форма обучения	
		очная	заочная форма обучения
1.	Сущность и содержание управления, предмет и методы познания науки “управление”	-	1
2.	Научные основы управления: цель, процесс, функции, принципы и закономерности	-	-
3.	Методы управления. Организационный и экономический механизм управления	-	-

4.	Принципы построения и функционирования структур управления	-	1
5.	Система управления персоналом	-	-
6.	Ведение в маркетинг	-	-
7.	Система маркетинговых исследований	-	-
8.	Сегментация рынка	-	-
9.	Товарная политика предприятия	-	1
10.	Инновационная политика предприятия	-	-
11.	Ценовая политика предприятия	-	-
12.	Формирование спроса и стимулирование сбыта	-	-
13.	Организация маркетинга на предприятии, контроль маркетинговой деятельности	-	-
14.	Маркетинг продукции промышленной переработки	-	1
Всего:		-	4

4.6. Виды самостоятельной работы студентов.

4.6.1. Подготовка к аудиторным занятиям

Обучающиеся 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.

Таблица 6 - Перечень тем рефератов

№ п/п	Тема реферата, расчетно-графических работ
1.	Эволюция теории управления
2.	Научная школа управления
3.	Классическая (административная) школа управления
4.	Школа «человеческих» отношений
5.	Особенности японского менеджмента
6.	Школа «ситуационного анализа»
7.	Отечественный опыт: развитие теории и практики управления до 1917 года
8.	Отечественный опыт: развитие теории и практики управления с 1917 по 1941 гг.
9.	Отечественный опыт: развитие теории и практики управления с 1941 по 1991 гг.
10.	Отечественный опыт: развитие теории и практики управления с 1991 по 2009 гг.
11.	Миссия и цель организации
12.	Модели и механизм мотивации
13.	Теория мотивации: X, Y, Z
14.	Теория мотивации А.Маслоу
15.	Процессуальные теории: теория ожидания и равенства
16.	Комплексная теория (Портера-Лоулера)
17.	Конфликт: сущность, признаки, причины, этапы, виды и стратегия преодоления
18.	Власть и лидерство
19.	Эволюция маркетинга
20.	Основоположники маркетинга и их вклад в развитие маркетинга
21.	Вклад российских и зарубежных ученых в развитие маркетинга как науки
22.	Основные виды и формы маркетинга (промышленный, прямой, сетевой, услуг, роз-

	ничной торговли, интеграционный)
23.	Использование ситуационного анализа при решении маркетинговых проблем
24.	Карьера в маркетинге и требования к специалистам
25.	Управление маркетингом на уровне предприятия, отрасли, региона и страны
26.	Особенности маркетинга средств производства
27	Маркетинг продукции промышленной переработки

4.6.4. Перечень тем для самостоятельного изучения студентами.

Таблица 7 – Перечень тем для самостоятельного изучения студентами.

№ п/п	Тема лекции	Учебно-методическое обеспечение	Объем, ч	
			форма обучения	
			очная	заочная
1.	Сущность и содержание управления, предмет и методы познания науки “управление”		5	7
2.	Научные основы управления: цель, процесс, функции, принципы и закономерности		5	8
3.	Методы управления. Организационный и экономический механизм управления		5	8
4.	Принципы построения и функционирования структур управления		5	7
5.	Система управления персоналом		5	7
6.	Ведение в маркетинг		5	7
7.	Система маркетинговых исследований		5	7
8.	Сегментация рынка		5	7
9.	Товарная политика предприятия		5	7
10.	Инновационная политика предприятия		5	7
11.	Ценовая политика предприятия		5	7
12.	Формирование спроса и стимулирование сбыта		5	7
13.	Организация маркетинга на предприятии, контроль маркетинговой деятельности		5	7
14.	Маркетинг продукции промышленной переработки		5	7
Всего:			70	100

4.6.5. Другие виды самостоятельной работы студентов.

Не предусмотрено

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	2

			лекция	
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
12	Лабораторное	Организация маркетинга на предприятии, контроль маркетинговой деятельности	Публичная презентация проекта	2
Итого:				24

5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

5.1. ФОС текущего контроля.

Текущий контроль знаний обучающихся имеет следующие виды:

- устный опрос на занятиях;
- тестирование – письменное или компьютерное;
- контроль самостоятельной работы обучающихся (в письменной или устной форме).

Результаты текущей аттестации используются в контроле и управлении учебным процессом.

5.2. ФОС промежуточного контроля.

А) «Зачет» - «Не предусмотрен»

Б) «Экзамен».

Критерии оценки знаний студентов на экзамене:

«Отлично» - Обучающийся должен показать глубокое знание предмета, хорошо ориентироваться в аппаратурно-технологических схемах, знать параметры технологических процессов производства, уметь анализировать возникающие изменения в технологическом процессе и находить правильное компоновочное решение технологических линий переработки эфиромасличного сырья и производства парфюмерных жидкостей. Аргументировано и логично излагать материал. Знать особенности работы технологического оборудования для анализа технологических процессов,- нормативно-технологическую документацию, методы оптимизации технологических процессов. Знать особенности эфиромасличного сырья, свойств эфирных масел, способов переработки, хранения, подработки эфиромасличного сырья, хранения эфирных масел, и использование производственных отходов. Химические, физические и органолептические свойства душистых веществ. Виды эфирных масел, виды и характеристики парфюмерной продукции, побочных продуктов и отходы эфирного и парфюмерного производства. Основы составления парфюмерных композиций

Отлично решать типовые ситуационные задачи

«Хорошо» - Обучающийся должен иметь твердые знания по предмету, аргументировано излагать материал, уметь применить знания в практической ситуации. Хорошо ориентироваться в аппаратурно-технологических схемах, знать параметры технологических процессов производства, уметь анализировать возникающие изменения в технологическом процессе и находить правильное компоновочное решение технологических линий эфиромасличного сырья и производства парфюмерных жидкостей. Аргументировано и логично излагать материал. Знать особенности работы технологического оборудования для анализа техноло-

гических процессов,- нормативно-технологическую документацию, методы оптимизации технологических процессов. Знать особенности эфиромасличного сырья, свойств эфирных масел, способов переработки, хранения, подработки эфиромасличного сырья, хранения эфирных масел, и использование производственных отходов. Химические, физические и органолептические свойства душистых веществ. Виды эфирных масел, виды и характеристики парфюмерной продукции, побочных продуктов и отходы эфирного и парфюмерного производства. Основы составления парфюмерных композиций

Хорошо решать типовые ситуационные задачи

«Удовлетворительно» - Обучающийся в основном знает предмет, умеет применить свои знания на практике. С помощью преподавателя ориентироваться в аппаратурно-технологических схемах, знает параметры технологических процессов производства, уметь анализировать возникающие изменения в технологическом процессе и находить правильное компоновочное решение технологических линий. Имеет общее представление об особенностях эфиромасличного сырья, свойствах эфирных масел, способах переработки, хранения, подработки эфиромасличного сырья, хранения эфирных масел, и использование производственных отходов. Иметь представление о химических, физических и органолептических свойствах душистых веществ, об основах составления парфюмерных композиций

С помощью преподавателя решать типовые ситуационные задачи.

«Неудовлетворительно» - При ответе обучающегося выявились существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины

Полное описание фонда оценочных средств для промежуточной аттестации обучающихся с перечнем компетенций, описанием показателей и критериев оценивания компетенций, шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы представлены в отдельном документе.

6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.

6.1. Рекомендуемая литература.

6.1.1. Основная литература.

№ п/п	Автор	Заглавие	Гриф издания	Издательство	Год издания	Кол-во экз. в библи.
1.	Е.В. Закшевская	Маркетинг: Учебник	УМО	М.: КолосС	2012	
2.	Е. В. Закшевская, С. Н. Коновалова, Р. П. Белолипов	Менеджмент: учебное пособие	УМО	ВГАУ	2013	

6.1.2. Дополнительная литература.

№ п/п	Автор	Заглавие	Издательство	Год издания
1	Басовский Л.Е.	Менеджмент	М.: НИЦ ИНФРА-М	2014
2	Б.А. Соловьев, А.А. Мешков	Маркетинг: Учебник	ИНФРА-М	2013

6.1.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

№ п/п	Номер заказа	Автор	Заглавие	Издательство	Год издания
1	7185	Е.В. Закшевская, Р.П. Белолипов, А.Д. Селиверстов, С.Н. Коновалова]	Методические указания для самостоятельной работы по анализу и проектированию рациональной структуры управления, разработке регламентирующих документов сельскохозяйственного предприятия	ВГАУ	2013

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

1. <http://znanium.com> – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I
2. <http://e.lanbook.com> – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I
3. www.prospektnauki.ru – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I
4. <http://rucont.ru/> – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I
5. <http://www.cnsnb.ru/terminal/> – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I
6. www.elibrary.ru – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I
7. <http://archive.neicon.ru/> – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I
8. <https://нэб.рф/> – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I

6.3 Средства обеспечения освоения дисциплины

6.3.1. Компьютерные обучающие и контролирующие программы.

№ п/п	Вид учебного занятия	Наименование программного продукта	Функция программного обеспечения		
			контроль	моделирующая	обучающая
1	Лекции	MS Office	-	-	1
2	Тестирование	АСТ (конструктор тестов)	1	-	-

6.3.2. Аудио- и видео пособия.

«Не предусмотрены»

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	Специализированная аудитория лекционного типа	Комплект мультимедийного оборудования Комплект компьютерных презентация лекция
2	Аудитория для самостоятельной работы студентов (Читальный зал)	Читальный зал научной библиотеки ВГАУ оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ВГАУ.
3	Аудитория для индивидуальных консультаций 167	Оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ВГАУ.
4	Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	167 – аудитории для профилактического обслуживания и ремонта оборудования

8. Междисциплинарные связи

Протокол

согласования рабочей программы с другими дисциплинами специальности

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

