

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП


Удалова О.В.

УТВЕРЖДАЮ
И.о.заведующий кафедрой агротехнологий


А.С.Бабакова

«04» апреля 2024 г.

«04» апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Менеджмент и маркетинг в АПК»

Составитель(и)	Цымбал О.Н. , доцент, к.б.н., доцент кафедры агротехнологий
Согласовано с работодателями:	Кущева А.А. , ассистент кафедры агротехнологий Мирошниченко Е.В. , директор ФГБНУ Астраханская опытная станция ВНИИ растениеводства им. Н.И. Вавилова Нестеренко А.И. , руководитель службы государственного технического надзора Астраханской области
Направление подготовки / специальность	35.03.07. Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции
Направленность (профиль) / специализация ОПОП	Организация контроля качества сельскохозяйственного сырья и продуктов его переработки
Квалификация (степень)	бакалавр
Форма обучения	Очная, заочная
Год приёма	2024
Курс	3 (по очной форме) 3 (по заочной форме)
Семестр	5 (по очной форме) 5 (по заочной форме)

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целями освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг в АПК» формирование у студентов теоретических знаний о сущности, развитии, современном состоянии и особенностях управленческой деятельности, методах и инструментах управления, систематизация существующих знаний и алгоритмов рациональных действий в управленческой сфере для повышения эффективности и конструктивности управленческой деятельности; познание и систематизация основ теории и практики маркетинговой деятельности в современных рыночных условиях.

1.2. Задачи освоения дисциплины:

- способствовать получению базовых знаний экономики в сфере сельскохозяйственного производства, рыночного механизма, экономической политики государства, мирового хозяйства и других проблемах экономической науки; формирование понимания сущности, принципов, функций и задач маркетинга сельскохозяйственной продукции.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Менеджмент и маркетинг в АПК» относится к обязательной части, модулю «Предметная подготовка» и осваивается в 5 семестре.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы следующие знания, умения, навыки, формируемые предшествующими учебными дисциплинами (модулями):

- «Экономическая и финансовая грамотность».

2.3. Последующие учебные дисциплины (модули) и (или) практики, для которых необходимы знания, умения, навыки, формируемые данной учебной дисциплиной (модулем):

- Производственная практика.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки / специальности:

- а) универсальной (УК): УК-9 - способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности;
- б) общепрофессиональной (ОПК): ОПК-6 - способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности.

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
УК-9 - способен принимать обоснованные экономические решения в	УК-9.1. Понимает базовые принципы экономического развития и функционирования	Базовые принципы экономического развития и функционирования экономики,	Применять базовые принципы экономического развития и функционирования	Базовыми принципами экономического развития и функционирования экономики,

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
различных областях жизнедеятельности	я экономики, цели и формы участия государства в экономике	цели и формы участия государства в экономике.	я экономики, цели и формы участия государства в экономике.	цели и формы участия государства в экономике.
	УК-9.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски	Методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), методы контроля собственных экономических и финансовых рисков.	Применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использовать финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролировать собственные экономические и финансовые риски.	Методами личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, финансовыми инструментами для управления личными финансами (личным бюджетом).
ОПК-6 - способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Демонстрирует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства	Базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства.	Демонстрировать базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства.	базовыми знаниями экономики в сфере сельскохозяйственного производства.
	ОПК-6.2. Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений,	Способы определения экономической эффективности применения технологических приемов, внесения удобрений,	Определять экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования	Методами определения экономической эффективности применения технологических приемов, внесения удобрений,

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
	использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур	использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур.	средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур.	использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур.
	ОПК-6.3. Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов в области производства, переработки и хранения продукции растениеводства и животноводства	Способы определения экономической эффективности применения технологических приемов в области производства, переработки и хранения продукции растениеводства и животноводства.	Определять экономическую эффективность применения технологических приемов в области производства, переработки и хранения продукции растениеводства и животноводства.	Методами определения экономической эффективности применения технологических приемов в области производства, переработки и хранения продукции растениеводства и животноводства

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

Трудоемкость отдельных видов учебной работы студентов очной формы обучения приведена в таблице 2.1.

Таблица 2.1. Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения	для очно-заочной формы обучения	для заочной формы обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	4	не предусмотрено	4
Объем дисциплины в академических часах	144	не предусмотрено	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	36	не предусмотрено	14
- занятия лекционного типа, в том числе:	18	не	6

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения	для очно-заочной формы обучения	для заочной формы обучения
- практическая подготовка (если предусмотрена)	0	предусмотрено не предусмотрено	0
- занятия семинарского типа (семинары, практические, лабораторные), в том числе: - практическая подготовка (если предусмотрена)	18 0	не предусмотрено не предусмотрено	8 0
- в ходе подготовки и защиты курсовой работы	0	не предусмотрено	0
- консультация (предэкзаменационная) ¹	0	не предусмотрено	0
- промежуточная аттестация по дисциплине ²	0	не предусмотрено	0
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	108	не предусмотрено	130
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен), семестр (ы)	Диф. зачет - 5 семестр	не предусмотрено	Диф. зачет - 5 семестр

Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий и самостоятельной работы, для каждой формы обучения представлено в таблице 2.2.

**Таблица 2.2. Структура и содержание дисциплины
для очной формы обучения**

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.						КР / КП	СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР					
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Семестр 5.										
<i>Раздел 1. Менеджмент</i>	3		2					13	18	Собеседование
Тема 1. Методологические основы менеджмента и эволюция управленческой мысли										
Тема 2. Организация как объект менеджмента	2		2					14	18	Собеседование
Тема 3. Управленческие решения	2		2					14	18	Собеседование
Тема 4. Управление персоналом	2		2					14	18	Собеседование
Тема 5. Управление качеством	2		3					14	19	Собеседование

¹ Числовые данные в данной строке соответствуют трудоемкости, указанной в учебном плане в столбце «Конс. (для гр.)»

² Числовые данные в данной строке соответствуют трудоемкости, указанной в учебном плане в столбце «КПА»

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости и,форма промежуточ ной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
продукции										ие, реферат
<i>Раздел 2. Маркетинг</i> Тема 6. Методологические основы маркетинга и его развитие	3		2					13	18	Собеседован ие
Тема 7. Особенности маркетинга в АПК	2		2					13	17	Собеседован ие
Тема 8. Комплекс инструментального маркетинга	2		3					13	18	Собеседован ие, реферат, тестировани е
Консультации										
Контроль промежуточной аттестации										Диф.зачет (зачет с оценкой)
ИТОГО за семестр:	18		18					108	144	

для заочной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости и,форма промежуточ ной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Семестр 5.										
<i>Раздел 1. Менеджмент</i> Тема 1. Методологические основы менеджмента и эволюция управленческой мысли	1		1					16	18	Собеседован ие
Тема 2. Организация как объект менеджмента	1		1					16	18	Собеседован ие
Тема 3. Управленческие решения	1		1					16	18	Собеседован ие
Тема 4. Управление персоналом	1		1					16	18	Собеседован ие
Тема 5. Управление качеством продукции			1					18	19	Собеседован ие, реферат
<i>Раздел 2. Маркетинг</i> Тема 6. Методологические основы маркетинга и его развитие	1		1					16	18	Собеседован ие
Тема 7. Особенности маркетинга в АПК	1		1					15	17	Собеседован ие

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.						КР / КП	СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточ ной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР					
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 8. Комплекс инструментального маркетинга			1					17	18	Собеседован ие, реферат, тестировани е
Консультации										
Контроль промежуточной аттестации										
ИТОГО за семестр:	6		8					130	144	Диф.зачет (зачет с оценкой)

Примечание: Л – лекция; ПЗ – практическое занятие, семинар; ЛР – лабораторная работа; ПП – практическая подготовка; КР / КП – курсовая работа / курсовой проект; СР – самостоятельная работа

Таблица 3. Матрица соотнесения разделов, тем учебной дисциплины и формируемых компетенций

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Кол-во часов	Код компетенции				Общее количество компетенций
		УК-9	ОПК-6			
<i>Раздел 1. Менеджмент</i>	18	+	+			2
Тема 1. Методологические основы менеджмента и эволюция управленческой мысли	18	+	+			2
Тема 2. Организация как объект менеджмента	18	+	+			2
Тема 3. Управленческие решения	18	+	+			2
Тема 4. Управление персоналом	18	+	+			2
Тема 5. Управление качеством продукции	19	+	+			2
<i>Раздел 2. Маркетинг</i>	18	+	+			2
Тема 6. Методологические основы маркетинга и его развитие	18	+	+			2
Тема 7. Особенности маркетинга в АПК	17	+	+			2
Тема 8. Комплекс инструментального маркетинга	18	+	+			2
Итого	144					

Краткое содержание каждой темы дисциплины

Раздел 1. Менеджмент

Тема 1. Методологические основы менеджмента и эволюция управленческой мысли
Содержание и сущность управления: цели, задачи и разновидности менеджмента. Менеджмент как вид деятельности. Принципы, функции и методы менеджмента. Менеджер на предприятии, его функции. Экономические учения и формирование управленческих концепций в зарубежных странах. Управленческие школы и течения 20 столетия. Развитие управленческой мысли в России.

Тема 2. Организация как объект менеджмента

Понятие организации, её характеристики. Значение внешней среды в бизнесе. Внутренняя среда предприятия. Понятие и сущность структуры управления. Типы структур управления и их характеристики. Социальная ответственность и этика менеджмента.

Тема 3. Управленческие решения

Понятие управленческого решения, их типы. Требования к принятию и выполнению управленческих решений в условиях рыночных отношений. Сущность, свойства и роль управленческого решения в системе управления производством. Процесс разработки и принятия управленческих решений. Классификация управленческих решений.

Тема 4. Управление персоналом.

Личность и коллектив в системе менеджмента. Коллектив и его особенности. Система управления персоналом. Подбор и приём на работу. Профессиональное развитие и обучение персонала. Оценка персонала. Лидер, его роль в коллективе. Теории лидерства. Понятие власти и влияния. Стили управления (руководства). Управление конфликтами. Управление стрессами.

Тема 5. Управление качеством продукции

Качество и его составляющие элементы. Элементы, цели, принципы и функции управления качеством. Методы управления качеством. Факторы, влияющие на качество сельскохозяйственной продукции.

Раздел 2. Маркетинг

Тема 6. Методологические основы маркетинга и его развитие

Сущность и принципы маркетинга как науки. Основные задачи, решаемые маркетингом. Стратегии и тактики маркетинга. Классификация маркетинга по областям применения, целям и характеру организаций. Факторы, способствующие становлению и развитию рыночных отношений в России. Основные концепции маркетинга, применяемые в практике работы организаций.

Тема 7. Особенности маркетинга в АПК

Специфика маркетинга в аграрном секторе, связанная с особенностями сельского хозяйства. Функции агромаркетинга. Система управления агромаркетингом. Маркетинговые исследования, сущность, виды, особенности. Механизм и организация управления маркетингом на предприятиях АПК. Особенности рынков в комплексе агробизнеса. Основные направления совершенствования маркетинговой деятельности в сфере производства, переработки и реализации продукции растениеводства и животноводства. Профессиональные требования к руководителям и специалистам в области маркетинга.

Тема 8. Комплекс инструментального маркетинга

Товарная политика. Понятие товара (продукция и услуги) и его виды. Упаковка товара: функции, основные требования, виды. Марка товара: значение, основные требования и виды. Жизненный цикл товара: понятие, стадии жизненного цикла, виды кривых жизненного цикла техники и оборудования, сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. Особенности товаров различных сфер АПК (продукция сельскохозяйственного

машиностроения; минеральные удобрения, средства защиты растений). Система товародвижения. Уровни каналов распределения товаров. Решение о структуре канала: типы посредников, число посредников. Вертикальная и горизонтальная маркетинговые системы. Методы распространения товара (продукции и услуг). Оптовая и розничная торговля. Функции системы сбыта аграрных продуктов. Ценовая стратегия. Сущность и функции цен в маркетинге. Виды цен и их классификация. Состав и структура цены. Государственное регулирование цен. Задачи и политика ценообразования. Особенности ценообразования на продукцию АПК.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине

Методические указания к изучению дисциплины

При изучении данной дисциплины и подготовке к практическим занятиям, итоговой форме контроля, студенты пользуются учебной и методической литературой, электронными учебниками и пособиями.

Методические указания для проведения практических (лабораторных) занятий

Практическое занятие – небольшой научный отчет, обобщающий проведенную студентом работу, которую представляют для защиты преподавателю. Целями проведения практических работ являются:

- установление связей теории с практикой в форме экспериментального подтверждения положений теории;
- обучение студентов умению анализировать полученные результаты, сопоставлять их с теоретическими положениями;
- контроль самостоятельной работы студентов по освоению курса.

Перед началом очередного занятия преподаватель должен удостовериться в готовности студентов к выполнению очередной работы путем короткого собеседования.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины

Для успешного усвоения курса необходимо не только посещать аудиторные занятия, но и вести активную самостоятельную работу. При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную основную и дополнительную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств;
- выполнять домашние задания по указанию преподавателя.

**Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся
для очной формы обучения**

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол- во часов	Форма контроля
<i>Раздел 1. Менеджмент</i> Тема 1. Методологические основы менеджмента и эволюция управленческой мысли Биографическая справка А. Файоль и Ф. Тейлор. Принципы менеджмента по Файолю.	13	Собеседование

Системный подход в изучении менеджмента. Менеджер на предприятии, его функции. Организация личного труда менеджера (самоменеджмент).		
Тема 2. Организация как объект менеджмента Управленческие полномочия и организация делегирования. Типы структур управления и их характеристика. Инновационные структуры управления. Социальная ответственность менеджмента.	14	Собеседование
Тема 3. Управленческие решения Требования к принятию и выполнению управленческих решений в условиях рыночных отношений. Классификация индивидуальных стилей принятия управленческих решений. Модели и методы принятия решений.	14	Собеседование
Тема 4. Управление персоналом Организационное поведение. Организационная культура. Деловая карьера. Служебная этика. Стили управления (руководства). Конфликты и стрессы в менеджменте. Управление конфликтами. Управление стрессами. Критерии и показатели эффективности управления.	14	Собеседование
Тема 5. Управление качеством продукции История развития управления качеством и сертификации. Факторы, влияющие на качество сельскохозяйственной продукции. Понятие метрологии. Понятие квалитметрии.	14	Собеседование
<i>Раздел 2. Маркетинг</i> Тема 6. Методологические основы маркетинга и его развитие Факторы, способствующие становлению и развитию рыночных отношений в России. Организация маркетинга на предприятии. Профессиональные требования к руководителям и специалистам в области маркетинга.	13	Собеседование
Тема 7. Особенности маркетинга в АПК Служба маркетинга на предприятии. Маркетинговые исследования рынка (на примере любой отрасли АПК). Основные направления совершенствования маркетинговой деятельности в сфере производства, переработки и реализации продукции растениеводства и животноводства.	13	Собеседование
Тема 8. Комплекс инструментального маркетинга Особенности товаров различных сфер АПК (продукция семеноводства; сельскохозяйственного машиностроения; минеральные удобрения, средства защиты растений). Функции системы сбыта аграрных продуктов. Задачи и политика ценообразования. Состав и структура цены.	13	Собеседование

Особенности ценообразования на продукцию АПК. Реклама. Международный маркетинг.		
---	--	--

для заочной формы обучения

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол- во часов	Форма контроля
<i>Раздел 1. Менеджмент</i> Тема 1. Методологические основы менеджмента и эволюция управленческой мысли Биографическая справка А. Файоль и Ф. Тейлор. Принципы менеджмента по Файолю. Системный подход в изучении менеджмента. Менеджер на предприятии, его функции. Организация личного труда менеджера (самоменеджмент).	16	Собеседование
Тема 2. Организация как объект менеджмента Управленческие полномочия и организация делегирования. Типы структур управления и их характеристика. Инновационные структуры управления. Социальная ответственность менеджмента.	16	Собеседование
Тема 3. Управленческие решения Требования к принятию и выполнению управленческих решений в условиях рыночных отношений. Классификация индивидуальных стилей принятия управленческих решений. Модели и методы принятия решений.	16	Собеседование
Тема 4. Управление персоналом Организационное поведение. Организационная культура. Деловая карьера. Служебная этика. Стили управления (руководства). Конфликты и стрессы в менеджменте. Управление конфликтами. Управление стрессами. Критерии и показатели эффективности управления.	16	Собеседование
Тема 5. Управление качеством продукции История развития управления качеством и сертификации. Факторы, влияющие на качество сельскохозяйственной продукции. Понятие метрологии. Понятие квалитметрии.	18	Собеседование
<i>Раздел 2. Маркетинг</i> Тема 6. Методологические основы маркетинга и его развитие Факторы, способствующие становлению и развитию рыночных отношений в России. Организация маркетинга на предприятии. Профессиональные требования к руководителям и специалистам в области маркетинга.	16	Собеседование
Тема 7. Особенности маркетинга в АПК	15	Собеседование

<p>Служба маркетинга на предприятии. Маркетинговые исследования рынка (на примере любой отрасли АПК). Основные направления совершенствования маркетинговой деятельности в сфере производства, переработки и реализации продукции растениеводства и животноводства.</p>		
<p>Тема 8. Комплекс инструментального маркетинга Особенности товаров различных сфер АПК (продукция семеноводства; сельскохозяйственного машиностроения; минеральные удобрения, средства защиты растений). Функции системы сбыта аграрных продуктов. Задачи и политика ценообразования. Состав и структура цены. Особенности ценообразования на продукцию АПК. Реклама. Международный маркетинг.</p>	17	Собеседование

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно

Требования к реферату

Реферат подготавливается по одной из выбранных теме из числа предложенных для изучаемого раздела/темы дисциплины/модуля. Для подготовки реферата студенту необходимо изучить теоретический материал учебника и дополнительной литературы (монографии, научные статьи, диссертации, ГОСТы, ТУ, справочники, патенты) по заданной теме. Рекомендовано использовать источники за последние 10-12 лет.

Содержание реферата должно включать следующие элементы: титульная часть, содержание, введение, основная часть, заключение, использованные источники. В реферате должны быть освещены все существенные элементы заданной темы.

Объем реферата должен соответствовать 8-10 листам стандартного текста (14400- 18000 печатных знаков). Текст и иллюстрации в реферате должны быть выполнены лично автором и отвечать требованиям оригинальности. При проверке в системах антиплагиата уровень оригинальности влияет на оценку.

Оформление реферата выполняется в текстовом редакторе по рекомендованным параметрам. Параметры страницы: поля – по 2 см снизу и сверху, 3 см слева, 1,5 см справа, ориентация – книжная, размер листа – А4. Параметры абзаца: выравнивание – по ширине, отступ первой строки – 1,25 см, междустрочный интервал – полуторный. Параметры шрифта: шрифт Times New Roman, обычный, размер – 14.

Таблицы шириной не более 100%, таблицы должны быть пронумерованы (если их более одной) и должны иметь название (указывается сверху таблицы). Таблице должна обязательно предшествовать ссылка на нее в тексте.

Рисунки должны быть встроены в текст статьи, высота рисунка не более 16 см, ширина рисунка – не более 16 см. Рисунки должны быть пронумерованы (если их более одного) и иметь название (указывается под рисунком). Рисунку должна обязательно предшествовать ссылка на него в тексте.

Формулы вставляются в текст в виде объекта Microsoft Equation и должны быть пронумерованы.

Ссылки на литературные источники вставляются в текст номером из списка в квадратных скобках: например [1].

Список использованных источников необходимо оформлять согласно действующим нормативным требованиям к оформлению библиографических ссылок.

Название файла реферата включает фамилию исполнителя, слово «реферат» и номер темы учебной дисциплины например: «Иванов_реферат_тема7».

Подготовленный реферат представляется на проверку следующим образом:

- реферат в формате текстового редактора и PDF на электронную почту преподавателя и /или загружается в личный кабинет системы Moodle университета.

- реферат (доработанный с учетом замечаний преподавателя) на бумажном носителе в скоросшивателе с подписью студента-исполнителя на титульном листе.

Структура реферата:

- 1) титульный лист;
- 2) план или содержание работы с указанием страниц каждого вопроса;
- 3) введение;
- 4) текстовое изложение материала, разбитое на вопросы и подвопросы (пункты, подпункты) с необходимыми ссылками на источники, использованные автором;
- 5) заключение;
- 6) список использованной литературы;
- 7) приложения, которые состоят из таблиц, диаграмм, графиков, рисунков, схем (необязательная часть реферата).

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

Учебные занятия по дисциплине могут проводиться с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) интерактивном взаимодействии обучающихся и преподавателя в режимах on-line и/или off-line в формах: видеолекций, лекций-презентаций, видеоконференции, собеседования в режиме чат, форума, чата, выполнения виртуальных практических и/или лабораторных работ и др.

Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
<i>Раздел 1. Менеджмент</i> Тема 1. Методологические основы менеджмента и эволюция управленческой мысли	лекция –презентация, лекция с опорным конспективом	Собеседование	Не предусмотрено
Тема 2. Организация как объект менеджмента	лекция –презентация, лекция с опорным конспективом	Собеседование	Не предусмотрено
Тема 3. Управленческие решения	лекция –презентация, лекция с опорным конспективом	Собеседование	Не предусмотрено
Тема 4. Управление персоналом	лекция –презентация, лекция с опорным конспективом	Собеседование	Не предусмотрено
Тема 5. Управление качеством продукции	лекция –презентация, лекция с опорным конспективом	Собеседование, реферат	Не предусмотрено
<i>Раздел 2. Маркетинг</i> Тема 6. Методологические основы маркетинга и его развитие	лекция –презентация, лекция с опорным конспективом	Собеседование	Не предусмотрено

Тема 7. Особенности маркетинга в АПК	лекция –презентация, лекция с опорным конспективом	Собеседование	Не предусмотрено
Тема 8. Комплекс инструментального маркетинга	лекция –презентация, лекция с опорным конспективом	Собеседование, реферат, тестирование	Не предусмотрено

6.2. Информационные технологии

В ходе изучения дисциплины предусмотрено

- использование возможностей Интернета в учебном процессе (использование информационного сайта преподавателя (рассылка заданий, предоставление выполненных работ, ответы на вопросы, ознакомление учащихся с оценками и т.д.
- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации
- использование возможностей электронной почты преподавателя
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т.д.)
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle«Электронное образование») или иных информационных систем, сервисов и мессенджеров.

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

Наименование программного обеспечения	Назначение
Adobe Reader	Программа для просмотра электронных документов
Платформа дистанционного обучения LMS Moodle	Виртуальная обучающая среда
Mozilla FireFox	Браузер
Microsoft Office 2013, Microsoft Office Project 2013, Microsoft Office Visio 2013	Пакет офисных программ
7-zip	Архиватор
Microsoft Windows 10 Professional	Операционная система
Kaspersky Endpoint Security	Средство антивирусной защиты
Google Chrome	Браузер
Notepad++	Текстовый редактор
OpenOffice	Пакет офисных программ
Opera	Браузер
Paint .NET	Растровый графический редактор
Microsoft Security Assessment Tool. Режим доступа: http://www.microsoft.com/ru-ru/download/details.aspx?id=12273 (Free) Windows Security Risk Management Guide Tools and Templates. Режим доступа: http://www.microsoft.com/en-us/download/details.aspx?id=6232 (Free)	Программы для информационной безопасности
WinDjView	Программа для просмотра файлов в формате DJV и

Наименование программного обеспечения	Назначение
	DjVu
GIMP	Многоплатформенное программное обеспечение для работы над изображениями.
LibreOffice	Пакет офисных программ.

6.3.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

<p>Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО «ИВИС» http://dlib.eastview.com Имя пользователя: AstrGU Пароль: AstrGU</p>
<p>Электронные версии периодических изданий, размещённые на сайте информационных ресурсов www.polpred.com</p>
<p>Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARKSQL НПО «Информ-систем» https://library.asu.edu.ru/catalog/</p>
<p>Электронный каталог «Научные журналы АГУ» https://journal.asu.edu.ru/</p>
<p>Корпоративный проект Ассоциации региональных библиотечных консорциумов (АРБИКОН) «Межрегиональная аналитическая роспись статей» (МАРС) – сводная база данных, содержащая полную аналитическую роспись 1800 названий журналов по разным отраслям знаний. Участники проекта предоставляют друг другу электронные копии отсканированных статей из книг, сборников, журналов, содержащихся в фондах их библиотек. http://mars.arbicon.ru</p>
<p>Справочная правовая система КонсультантПлюс. Содержится огромный массив справочной правовой информации, российское и региональное законодательство, судебную практику, финансовые и кадровые консультации, консультации для бюджетных организаций, комментарии законодательства, формы документов, проекты нормативных правовых актов, международные правовые акты, правовые акты, технические нормы и правила. http://www.consultant.ru</p>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг в АПК» проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе Настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6. Соответствие разделов, тем дисциплины, результатов обучения по дисциплине и оценочных средств

Контролируемые разделы дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
-----------------------------------	--------------------------------	----------------------------------

<i>Раздел 1. Менеджмент</i> Тема 1. Методологические основы менеджмента и эволюция управленческой мысли	УК-9, ОПК-6	Собеседование
Тема 2. Организация как объект менеджмента	УК-9, ОПК-6	Собеседование
Тема 3. Управленческие решения	УК-9, ОПК-6	Собеседование
Тема 4. Управление персоналом	УК-9, ОПК-6	Собеседование
Тема 5. Управление качеством продукции	УК-9, ОПК-6	Собеседование, реферат
<i>Раздел 2. Маркетинг</i> Тема 6. Методологические основы маркетинга и его развитие	УК-9, ОПК-6	Собеседование
Тема 7. Особенности маркетинга в АПК	УК-9, ОПК-6	Собеседование
Тема 8. Комплекс инструментального маркетинга	УК-9, ОПК-6	Собеседование, реферат, тестирование

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7. Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

Таблица 8. Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания

Шкала оценивания	Критерии оценивания
	преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание по подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задания

7.3. Контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)

Раздел 1. Менеджмент

Тема 1. Методологические основы менеджмента и эволюция управленческой мысли

Вопросы к собеседованию

1. Понятие менеджмента. Цели и задачи менеджмента.
2. Менеджмент как вид деятельности.
3. Принципы, функции и методы менеджмента.
4. Менеджер на предприятии и его функции.
5. Экономические учения и формирование управленческих концепций в зарубежных странах.
6. Управленческие школы и течения 20 столетия.
7. Развитие управленческой мысли в России.

Тема 2. Организация как объект менеджмента

Вопросы к собеседованию

1. Понятие организации, её характеристики.
2. Значение внешней среды в бизнесе.
3. Внутренняя среда предприятия.
4. Понятие и сущность структуры управления.
5. Типы структур управления и их характеристики.
6. Социальная ответственность и этика менеджмента.

Тема 3. Управленческие решения

Вопросы к собеседованию

1. Понятие управленческого решения, их типы.
2. Требования к принятию и выполнению управленческих решений в условиях рыночных отношений.
3. Сущность, свойства и роль управленческого решения в системе управления производством.
4. Процесс разработки и принятия управленческих решений.
5. Классификация управленческих решений.

Тема 4. Управление персоналом

Вопросы к собеседованию

1. Личность и коллектив в системе менеджмента.
2. Коллектив и его особенности.
3. Система управления персоналом.
4. Подбор и приём на работу.
5. Профессиональное развитие и обучение персонала.
6. Оценка персонала.
7. Лидер, его роль в коллективе. Теории лидерства.

8. Стили управления (руководства).
9. Управление конфликтами.
10. Управление стрессами.

Тема 5. Управление качеством продукции

Вопросы к собеседованию

1. Качество и его составляющие элементы.
2. Элементы, цели, принципы и функции управления качеством.
3. Методы управления качеством.
4. Факторы, влияющие на качество сельскохозяйственной продукции.

Темы рефератов

1. Характеристика основных категорий теории и практики менеджмента
2. Концепция научного управления Ф.У. Тейлора
3. Классическая школа менеджмента
4. Школа человеческих отношений
5. Поведенческая школа менеджмента
6. Школа науки управления
7. Системный подход к управлению
8. Целевой подход к управлению
9. Ситуационный подход к управлению
10. Процессный подход к управлению
11. Миссия и цели организации.
12. Основные модели принятия решений.
13. Современная модель управления организацией.
14. Реинжиниринг: характеристика и значение.
15. Характеристика тайм-менеджмента.
16. Управление издержками на предприятии.
17. Виды рисков в менеджменте.
18. Отличительные черты систем управления зарубежных стран.
19. История развития менеджмента как науки
20. Концепции и функции менеджмента
21. Характеристика и виду организационных структур управления
22. Влияние внешней на деятельность организации
23. Особенности ведения деловых переговоров
24. Власть и лидерство: сущность и значение
25. Виды конфликтов в организации и пути выхода из них
26. Управление персоналом на предприятии
27. Мотивация персонала: виды и значение для деятельности фирмы
28. Коммуникация и коммуникационные процессы в организации
29. Основные модели принятия решений
30. Современная модель управления организацией

Раздел 2. Маркетинг

Тема 6. Методологические основы маркетинга и его развитие

Вопросы к собеседованию

1. Сущность и принципы маркетинга как науки.
2. Основные задачи, решаемые маркетингом.
3. Стратегии и тактики маркетинга.
4. Классификация маркетинга по областям применения, целям и характеру организаций.
5. Основные концепции маркетинга, применяемые в практике работы организаций.

Тема 7. Особенности маркетинга в АПК

Вопросы к собеседованию

1. Специфика маркетинга в аграрном секторе, связанная с особенностями сельского хозяйства.
2. Функции агромаркетинга.
3. Система управления агромаркетингом.
4. Маркетинговые исследования, сущность, виды, особенности.
5. Механизм и организация управления маркетингом на предприятиях АПК.
6. Особенности рынков в комплексе агробизнеса.
7. Основные направления совершенствования маркетинговой деятельности в сфере производства, переработки и реализации продукции растениеводства и животноводства.
8. Профессиональные требования к руководителям и специалистам в области маркетинга.

Тема 8. Комплекс инструментального маркетинга

Вопросы к собеседованию

1. Понятие товара (продукция и услуги) и его виды.
2. Упаковка товара: функции, основные требования, виды.
3. Марка товара: значение, основные требования и виды.
4. Жизненный цикл товара: понятие, стадии жизненного цикла, виды кривых жизненного цикла техники и оборудования, сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия.
5. Особенности товаров различных сфер АПК (продукция сельскохозяйственного машиностроения; минеральные удобрения, средства защиты растений).
6. Система товародвижения.
7. Вертикальная и горизонтальная маркетинговые системы.
8. Методы распространения товара (продукции и услуг).
9. Оптовая и розничная торговля.
10. Ценовая стратегия.
11. Сущность и функции цен в маркетинге.

Темы рефератов

1. Эволюция маркетинга. Определение маркетинга. Цели маркетинга.
2. Социально-этический маркетинг. Комаркетинг.
3. Типы рынков. Состояние спроса и виды маркетинга им соответствующие.
4. Процесс управления маркетингом: сущность и этапы.
5. Матрица И.Ансоффа: сущность и использование.
6. Отбор целевых рынков. Сегментация рынка по группам потребителей.
7. Маркетинг микс: определение и элементы.
8. Микросреда. Сущность бенчмакинга. Посторонние общей схемы маркетинговой среды предприятия.
9. Макросреда. Построение общей схемы маркетинговой среды предприятия.
10. Факторы, влияющие на потребителей при совершении покупок.
11. Процесс принятия решения потребителем о покупке.
12. Разновидности рынков коммерческих предприятий.
13. Виды закупок товаров промышленного значения (товаров народного потребления).
14. Процесс принятия решения о покупке.
15. Отличительные характеристики рынка тнп от рынка товаров широкого потребления.
16. Система маркетинговой информации: сущность и структура. Виды информации.
17. Процесс маркетинговых исследований.
18. Сущность товара. Классификация товаров по форме представления (вещественный/невещественный вид). Уровни товара.

19. Классификация товаров по типу пользователя.
20. Причины коммерческого провала новых продуктов. Процесс становления новых товаров.
21. Факторы успеха в бизнесе: критические и ключевые. Примеры.
22. Жизненный цикл товара: этапы и особенности маркетинга по стадиям.
23. Жизненный цикл клиента: сущность и этапы.
24. Сущность цены. Процесс установления цены.
25. Установление дискриминационных цен. Определение минимальной и максимальной цены.

Тестирование

Тестирование проводится на последнем практическом занятии и включает в себя вопросы по всему курсу дисциплины «Менеджмент и маркетинг в АПК».

1. Менеджмент – это:
 - 1) процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;
 - 2) особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;
 - 3) эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя
2. Из чего состоит механизм менеджмента?
 - 1) внутрифирменное управление, управление производством
 - 2) управление персоналом, управление производством
 - 3) внутрифирменное управление, управление персоналом
 - 4) все перечисленное
3. Управление организацией – это:
 - 1) выдача четких распоряжений и приказов непосредственным исполнителям задания;
 - 2) обеспечение согласованных действий членов организации, направленных на достижение общей цели;
 - 3) неукоснительное выполнение исполнителями приказов и распоряжений вышестоящих начальников;
 - 4) верный вариант отсутствует.
4. В системе управления организацией – объект управления – это ...?
 - 1) связующая подсистема
 - 2) управляющая подсистема
 - 3) финансовая подсистема
 - 4) управляемая подсистема
5. В системе управления организацией – субъект управления – это ...?
 - 1) управляющая подсистема
 - 2) управляемая подсистема
 - 3) связующая подсистема
 - 4) финансовая подсистема
6. Что следует понимать под миссией организации?
 - 1) основные задания организации;
 - 2) основные функции организации;
 - 3) основное направление деятельности;
 - 4) четко выраженные причины существования
7. Вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена – это...
 - 1) Маркетинг
 - 2) Менеджмент
 - 3) Бизнес
 - 4) Делопроизводство

8. Когда возник маркетинг как рыночная концепция?

- 1) 1109
- 2) 1902
- 3) 1802
- 3) 1209

9. Сведения, которые уже где-то существуют, будучи ранее собранными для других целей - это информация:

- 1) первичная
- 2) вторичная
- 3) новая
- 4) старая
- 5) не нужная

10. Какое определение дает один из основателей современной теории маркетинга Ф. Котлер?

1) Маркетинг – это наука, которая предлагает систему мышления и идеологическую основу предпринимательской деятельности

2) Маркетинг – это деятельность по удовлетворению потребностей человека

3) Маркетинг – процесс планирования, продвижения, реализации и управления товарами и услугами

4) Маркетинг – это вид человеческой деятельности, суть которого заключается в целеустремленности и этой деятельности на поиск потребностей потребителей, их удовлетворения с максимальной прибылью для производителей

Перечень вопросов, выносимых на дифференцированный зачет

1. Понятие, сущность маркетинговых исследований
2. Основные направления маркетинговых исследований
3. Основные методы маркетинговых исследований
4. Этапы проведения маркетинговых исследований.
5. Изучение внешней и внутренней среды маркетинга
6. Маркетинговое исследование товарных рынков
7. Сущность, содержание и специфика управления.
8. Общие подходы в теории управления.
9. Принципы и функции управления.
10. Планирование в управлении.
11. Внешняя и внутренняя среда организации
12. Понятие управленческого решения
13. Классификация управленческих решений.
14. Процесс принятия управленческих решений.
15. Модели и методы принятия управленческих решений.
16. Требования к управленческим решениям
17. Технология принятия маркетинговых решений.
18. Требования к управленческим решениям
19. Технология принятия маркетинговых решений.
20. Контроль в управлении
21. Типы организаций, их виды.
22. Факторы внешней и внутренней среды предприятия.
23. Организация управления на предприятиях различных организационно-правовых форм.
24. Основные типы структур управления.
25. Делегирование полномочий, понятия, виды полномочий.
26. Формы участия персонала в управлении.
27. Управление персоналом.
28. Процесс управления трудовыми ресурсами.

29. Методы управления персоналом
30. Сущность власти. Источники власти в организации.
31. Лидерство. Типы отношений лидерства.
32. Методы управления персоналом
33. Сущность этики управления (служебная этика).
34. Оптимизация организаторской деятельности менеджера.
35. Оценка свойств и качеств личности менеджера организации
36. Природа и причины конфликтов. Типы конфликтов.
37. Управление конфликтами. Стили разрешения межличностных конфликтов.
38. Управление стрессами.
39. Методы управления
40. Управление персоналом.
41. Процесс управления трудовыми ресурсами.
42. Основы организации труда на предприятии.
43. Функции и категории работников.
44. Движение персонала в организации.
45. Методы управления персоналом
46. Стили руководства.
47. Понятие, виды и этапы деловой карьеры.
48. Сущность этики управления (служебная этика)
49. Маркетинг. Сущность и принципы
50. Функции маркетинга
51. Маркетинговые исследования, сущность и виды
52. Рынок. Виды рынков.
53. Товародвижение. Товарная политика предприятия.
54. Ценовая политика предприятия.
55. Рекламная политика предприятия

Таблица 9. Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
Код и наименование проверяемой компетенции УК-9 - способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.				
1.	Задание закрытого типа	Какие группы являются официальными? а. те, за которыми юридически зафиксированы права и обязанности; б. группы по интересам.	а	1
2.		Выделите преимущества автоматизированных систем: а. единая база хранения информации; б. не требуются технические навыки; в. возможность комплексно представить все, что происходит с организацией.	а, в	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
3.		Сегментация рынка: а. разделение рынка на отдельные части (сегменты); б. деятельность по классификации возможных потребителей в соответствии с качественными особенностями их спроса; в. структурирование потребителей, заинтересованных в определенных товарах и услугах; г. стратегия выборочного проникновения на рынок.	б	1
4.		Чем отличается ценовая конкуренция от неценовой: а. уровнем коэффициента эластичности предложения по цене; б. ролью цены в конкуренции за объемы сбыта; в. тем, что ценовая конкуренция имеет место на рынке с высоким уровнем дохода; г. невозможностью использовать бесплатную рекламу	б	1
5.		Что не относится к функции товародвижения? а. складирование; б. транспортировка; в. планирование перемещения товаров к месту использования; г. конструирование нового товара	г	1
6.	Задание открытого типа	Товар в маркетинге – это...	продукт деятельности, предложенный на рынке для продажи по определенной цене и по этой цене пользующийся спросом как удовлетворяющий потребности	5
7.		Имидж предприятия – это...	совокупность всех представлений, знаний, опыта, желаний, чувств, связанных с определенным предметом	5
8.		Маркетинговые исследования – это...	систематическое определение круга данных по рынку, их сбор, анализ и отчет о результатах и	5

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			выводах	
9.		Дайте определение капитального вложения.	Капитальное вложение – это инвестирование денежных средств в создание и воспроизводство основных фондов.	5
10.		Перечислите фазы жизненного цикла инвестиционного проекта.	1. Производственная 2. Инвестиционная 3. Эксплуатационная 4. Ликвидация проекта	5
11.	Задание комбинированного типа	Выберите один правильный вариант ответа и аргументируйте его. К функциям этого вида торговли относится сбор и обработка информации о спросе, покупателях и предложениях: а. розничная торговля б. оптовая торговля	Б Оптовая торговля - вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в предпринимательской деятельности (в том числе для перепродажи) или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.	7
Код и наименование проверяемой компетенции ОПК-6 - способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности.				
12.	Задание закрытого типа	Целью создания формальных групп могут быть а. для организации производственного процесса; б. поездка на отдых.	а	1
13.		Чем отличаются (целевые) рабочие группы от других (комитетов, команд)? а. самостоятельностью в планировании и осуществлении своего труда; б. разрозненностью выполнения задач.	а	1
14.		Что представляет собой процесс жизненного цикла (несколько вариантов ответа): 1. Внедрение 2. Развитие 3. Рост 4. Спад	1,2,4	1
15.		К функциям рынка не относится: 1. Оценочная	2	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		2. Сбытовая 3. Организующая 4. регулирующая		
16.		Часть совокупности, призванная олицетворять совокупность в целом – это... 1. Эксперимент 2. Имитация 3. Опрос 4. Выборка	4	1
17.	Задание открытого типа	Перечислите блоки комплексных функции маркетинга.	1. Аналитическая 2. Производственная 3. Сбытовая 4. Управления и контроля	5
18.		Перечислите основные методы сбора первичной информации.	1. Наблюдение 2. Эксперимент 3. Имитация 4. Опрос	5
19.		Дайте определение маркетинговых исследований.	Маркетинговые исследования – это вид деятельности, который с помощью информации связывает маркетолога с потребителями и общественностью.	10
20.		Дайте определение агропромышленного маркетинга.	Агропромышленный маркетинг – это комплексная система мероприятий производственно-сбытовой деятельности, по изучению и удовлетворению спроса потребителей на сельхозпродукцию.	5
21.		Что такое менеджмент риска?	Менеджмент риска – это процесс оценки риска, с которым сталкивается фирма или отдельное лицо, и минимизации затрат, связанных с этим риском.	10
22.	Задание комбинированного типа	«Экономия, что в первую очередь выражается в снижении расходования денежных средств, времени и сил в целях достижения желаемого уровня удобства и комфорта». О какой теории мотивации идет речь: 1. Теории З. Фрейда 2. Теории А. Маслоу 3. Теории Д. Шварца	3 Теория мотивации Д. Шварца выделяет рациональные и эмоциональные мотивы.	7

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (модулю) (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины (модуля).

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине(модулю)

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов	Срок представления
Основной блок				
1.	Присутствие и активная работа на лекции		35	По расписанию
2.	Присутствие и активная работа на практическом занятии		35	По расписанию
3.	Реферат		10	По расписанию
Всего			90	-
Блок бонусов				
Всего				
Дополнительный блок				
3.	Диф.зачет		10	
Всего			10	-
ИТОГО			100	-

Таблица 11. Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
Опоздание на занятие	-0,8
Нарушение учебной дисциплины	-1,6
Неготовность к занятию	-1,0
Пропуск занятия без уважительной причины	-2,0

Таблица 12. Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале	
90–100	5 (отлично)	Зачтено
85–89	4 (хорошо)	
75–84		
70–74		
65–69	3 (удовлетворительно)	
60–64		
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)	Не зачтено

При реализации дисциплины в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для академического бакалавриата / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 304 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426419>
2. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 181 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05522-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/43859>
3. Минева, О.К. Управленческие решения : рек. УМО по образованию вузов России в области менеджмента / О. К. Минева, Белик, Е.А., Лебедева, А.В. - Астрахань : Астраханский ун-т, 2009. - 154 с. - (Федеральное агентство по образованию АГУ). - ISBN 978-5-9926-0327-9 : 93-18. РФ-1; УЧ-23; ЧЗ-1; (количество 23)

8.2.Дополнительная литература:

1. Российский журнал менеджмента (<http://dlib.eastview.com>)
2. Менеджмент и бизнес-администрирование (<http://dlib.eastview.com>)
3. Стратегический менеджмент (<http://dlib.eastview.com>)
4. Менеджмент в России и за рубежом (<http://dlib.eastview.com>)
5. Региональная экономика: теория и практика (<http://dlib.eastview.com>)

8.3.Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины

1. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru>
2. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента»: www.studentlibrary.ru.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для проведения занятий по дисциплине имеются аудитории для проведения лекционных занятий, оборудованные мультимедийной техникой с возможностью презентации обучающих материалов, фрагментов фильмов; аудитории для проведения семинарских и практических занятий, оборудованные учебной мебелью и средствами наглядного представления учебных материалов; библиотека с местами, оборудованными компьютерами, имеющими доступ к сети Интернет.

10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы,

письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т. д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т. д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).