Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
"Вятский государственный агротехнологический университет"

УТВЕРЖДАЮ
Декан агрономического факультета
_____ А.В. Тюлькин
"15" апреля 2021 г.

Менеджмент и маркетинг

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **экономики и менеджмента**

Учебный план 35.03.04 Агрономия
Направленность (профиль) образовательной программы "Агрономия"

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108
в том числе:
аудиторные занятия 50
самостоятельная работа 58

Виды контроля в семестрах:
зачеты 5

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
Недель	16			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Практические	32	32	32	32
В том числе инт.	10	10	10	10
Итого ауд.	50	50	50	50
Контактная работа	50	50	50	50
Сам. работа	58	58	58	58
Итого	108	108	108	108

Киров 2021

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 152F9F34BEA253FCE714EAC1F1E3E158
Владелец: ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "ВЯТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРОТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ"
Действителен: с 04.04.2022 до 28.06.2023

Программу составил(и):

к.э.н., Доцент кафедры экономики и менеджмента, Шиврина Татьяна Борисовна

Рецензент(ы):

к.э.н., Доцент кафедры экономики и менеджмента, Шулятьева Галина Михайловна

Рабочая программа дисциплины

Менеджмент и маркетинг

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 35.03.04 Агрономия (приказ Минобрнауки России от 26.07.2017 г. № 699)

составлена на основании Учебного плана:

35.03.04 Агрономия
Направленность (профиль) образовательной программы "Агрономия"

одобренного и утвержденного Ученым советом университета от 15.04.2021 протокол № 5.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена учебно-методической комиссией

агрономического факультета Протокол № 9 от "15"апреля 2021 г.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры

экономики и менеджмента

Протокол № 8 от "15"апреля 2021 г.

Зав. кафедрой _____ к.э.н., доцент Спиридонова Евгения Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры **экономики и менеджмента**

Протокол от "__"_____2022 г. № _

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры **экономики и менеджмента**

Протокол от "__"_____2023 г. № _

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры **экономики и менеджмента**

Протокол от "__"_____2024 г. № _

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры **экономики и менеджмента**

Протокол от "__"_____2025 г. № _

Зав. кафедрой _____

1. ЦЕЛЬ (ЦЕЛИ) ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	приобретение теоретических знаний и практических навыков в области маркетинга и менеджмента

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Цикл (раздел) ОПОП:	Б1.О
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Обучающийся должен обладать знаниями, умениями, навыками не ниже 1 уровня (низкого), полученными при изучении следующих дисциплин: - Информатика
2.1.2	- Культура речи и делового общения
2.1.3	- Психология
2.1.4	- Экономическая теория
2.1.5	- Правоведение
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	- Экономика и организация предприятий АПК
2.2.2	- Преддипломная практика
2.2.3	- Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
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
ОПК-6.2	Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-2.1	Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач
УК-2.2	Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений
УК-2.3	Решает конкретные задач проекта заявленного качества и за установленное время
УК-2.4	Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции (индикаторы)	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Менеджмент						
1.1	Содержание и функции менеджмента в организациях АПК /Лек/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
1.2	Организация распределения полномочий в организациях АПК /Лек/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
1.3	Мотивация и контроль в менеджменте /Лек/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	

1.4	Коммуникации в организациях АПК /Лек/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
1.5	Власть и лидерство в менеджменте /Лек/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	2	
1.6	Эволюция менеджмента /Пр/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
1.7	Особенности функционального подхода в менеджменте предприятий АПК /Пр/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
1.8	Применение методов управления в АПК /Пр/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
1.9	Мотивация и стимулирование работников /Пр/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
1.10	Совершенствование коммуникаций в организации АПК /Пр/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
1.11	Разработка и принятие управленческих решений /Пр/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	2	
1.12	Использование и делегирование властных полномочий /Пр/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
1.13	Конфликты в организациях АПК /Пр/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	2	
1.14	Планирование в организациях АПК /Ср/	5	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.15	Содержание и функции менеджмента в организациях АПК /Ср/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	

1.16	Организация распределения полномочий в организациях АПК /Ср/	5	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.17	Мотивация и контроль в менеджменте /Ср/	5	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.18	Коммуникации в организациях АПК /Ср/	5	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.19	Власть и лидерство в менеджменте /Ср/	5	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.20	Эволюция менеджмента /Ср/	5	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1	0	
1.21	Особенности функционального подхода в менеджменте предприятий АПК /Ср/	5	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.22	Применение методов управления в АПК /Ср/	5	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
	Раздел 2. Маркетинг						
2.1	Понятие, сущность и основные концепции управления маркетингом /Лек/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
2.2	Маркетинговая среда. Внутренняя и внешняя среда маркетинга /Лек/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
2.3	Комплексное исследование рынка и информационное обеспечение маркетинга /Лек/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
2.4	Основные методы маркетинга /Лек/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	

2.5	Потребительские рынки. Покупательское поведение потребителей /Пр/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
2.6	Маркетинговая среда. Внутренняя и внешняя среда маркетинга /Пр/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
2.7	Комплексное исследование рынка и информационное обеспечение маркетинга /Пр/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
2.8	Особенности товарной и ценовой политики сельскохозяйственных предприятий /Пр/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
2.9	Основные методы маркетинга /Пр/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
2.10	Особенности сбытовой политики и политики продвижения товара на рынок /Пр/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	2	
2.11	Исследование конкурентов и формирование конкурентных преимуществ организации /Пр/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	2	
2.12	Организация маркетинговой деятельности предприятия. Контроль маркетинговой деятельности предприятия /Пр/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
2.13	Понятие, сущность и основные концепции управления маркетингом /Ср/	5	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
2.14	Маркетинговая среда. Внутренняя и внешняя среда маркетинга /Ср/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
2.15	Комплексное исследование рынка и информационное обеспечение маркетинга /Ср/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
2.16	Основные методы маркетинга /Ср/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1	0	

2.17	Потребительские рынки. Покупательское поведение потребителей /Ср/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
2.18	Особенности товарной и ценовой политики сельскохозяйственных предприятий /Ср/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
2.19	Особенности сбытовой политики и политики продвижения товара на рынок /Ср/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
2.20	Исследование конкурентов и формирование конкурентных преимуществ организации /Ср/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
2.21	Организация маркетинговой деятельности предприятия. Контроль маркетинговой деятельности предприятия /Ср/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
2.22	Подготовка к зачету /Ср/	5	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
2.23	/Зачёт/	5	0	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Рабочая программа дисциплины обеспечена фондом оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации. Содержание фонда оценочных средств представлено в Приложении 1 и 2.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л1.1	под ред. Ю. В. Кузнецова	Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для академического бакалавриата Режим доступа: https://www.biblio-online.ru/bcode/403697	Юрайт, 2017
Л1.2	М. Н. Григорьев	Маркетинг[Электронный ресурс]: учебник для прикладного бакалавриата Режим доступа: https://www.biblio-online.ru/bcode/449789	Юрайт, 2020
Л1.3	Бондаренко, В. В., Юдина, В. А.	Менеджмент. Введение в профессию [Электронный ресурс]: учеб. пособие Режим доступа: https://book.ru/book/931164	М.: Кнорус, 2019

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л2.1	Ю. В. Кузнецова	Менеджмент. Практикум [Электронный ресурс]: учебное пособие для академического бакалавриата Режим доступа: https://www.biblio-online.ru/bcode/450764	Юрайт, 2020
Л2.2	под общ. ред. С. В. Карповой	Маркетинг. Практикум [Электронный ресурс]: учебное пособие для академического бакалавриата Режим доступа: https://urait.ru/bcode/432769	Юрайт, 2019
Л2.3	Тебекин А.В.	Менеджмент организации [Электронный ресурс]: Учебник Режим доступа: https://www.book.ru/book/916529	М.: Кнорус, 2015
Л2.4	Кеворков, В. В., Кеворков, Д. В.	Практикум по маркетингу [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов Режим доступа: https://book.ru/book/916687	М.: Кнорус, 2015
6.1.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л3.1	Шешегов, А. Е.	Требования к личностным качествам руководителя [Электронный ресурс]: метод. рекомендации для студентов, изучающих дисциплины: "Менеджмент", "Упр. АПК", "Упр. персоналом" Режим доступа: http://46.183.163.35/MarcWeb2/Default.asp	Киров: Вят. ГСХА, 2014
Л3.2	И. В. Маракулина, Д. Л. Старкова	Маркетинг [Электронный ресурс]: раб. тетр. для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент Режим доступа: http://46.183.163.35/MarcWeb2/Default.asp	Киров: Вят. ГСХА, 2016
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx.asp - Загл. с экрана		
Э2	Министерство сельского хозяйства Российской Федерации[Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://mcx.gov.ru/ . - Загл. с экрана.		
Э3	Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/. - Загл. с экрана.		
6.3. Перечень информационных технологий			
6.3.1 Перечень программного обеспечения			
6.3.1.1	Операционная система семейства Windows (Windows Vista Business AO NL, MS Win Prof 7 AO NL, Win Prof 7 AOL NL, Win Home Bas 7 AOL NL LGG, Win Starter 7 AO NL LGG, Win SL 8 AOL NL LGG, Win Prof 8 AOL NL, Win Home 10 All Languages Online Product Key License)		
6.3.1.2	Приложения Office (MS Office Prof Plus 2007 AO NL, MS Office Prof Plus 2010 AO NL, MS Office 2013 OL NL, MS OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc)		
6.3.1.3	Антивирусное ПО Kaspersky Endpoint Security		
6.3.1.4	Free Commander 2009/02b		
6.3.1.5	Google Chrome 39/0/21/71/65		
6.3.1.6	Opera 26/0/1656/24		
6.3.1.7	Adobe Reader XI 11/0/09		
6.3.1.8	Консультант Плюс		
6.3.1.9	Гарант Аэро		
6.3.2 Перечень информационных справочных систем и современных профессиональных баз данных			
6.3.2.1	Информационная справочная система: КонсультантПлюс		
6.3.2.2	Информационная справочная система: Гарант Аэро		
6.3.2.3	Профессиональная база данных: Научная электронная библиотека elibrary.ru Режим доступа:http://elibrary.ru/defaultx.asp		
6.3.2.4	Профессиональная база данных:Электронный каталог ФГБОУ ВО Вятская ГСХА Режим доступа http://46.183.163.35/MarcWeb2		
6.3.2.5	Профессиональная база данных:Официальный сайт Министерства сельского хозяйства и продовольствия Кировской области, http://www.dsx- kirov.ru/		

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю), представлено в Приложении 3.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Освоение дисциплины проводится в форме аудиторных занятий и внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся.
При проведении аудиторных занятий предусмотрено применение следующих инновационных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские

качества: работа в малых группах, обсуждение и разрешение проблем, метод кейсов, разбор конкретных ситуаций. Количество часов занятий в интерактивных формах определено учебным планом. Практическая подготовка при реализации дисциплины организуется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в следующих формах: самостоятельное изучение теоретического материала (тем дисциплины); подготовка к лекциям и практическим занятиям;

выполнение домашних тестовых и иных индивидуальных заданий; подготовка к мероприятиям текущего контроля;

подготовка к промежуточной аттестации.

При организации самостоятельной работы необходимо, прежде всего, обратить внимание на ключевые понятия, несущие основную смысловую нагрузку в том или ином разделе учебной дисциплины.

1. Самостоятельное изучение тем дисциплины

Для работы необходимо ознакомиться с учебным планом дисциплины и установить, какое количество часов отведено учебным планом в целом на изучение дисциплины, на аудиторную работу с преподавателем на лекционных и практических занятиях, а также на самостоятельную работу. С целью оптимальной самоорганизации необходимо сопоставить эту информацию с графиком занятий и выявить наиболее затратные по времени и объему темы, чтобы заранее определить для себя периоды объемных заданий. Целесообразно начать работу с изучения теоретического материала, основных терминов и понятий курса и с письменных ответов на индивидуальные и тестовые задания.

2. Подготовка к лекционным и практическим занятиям

Традиционной формой аудиторных занятий являются лекции. Курс лекций даёт необходимую информацию для изучения дисциплины. К числу основных форм аудиторных занятий относятся также практические занятия. Их проведение предполагает осуществление определённой самостоятельной работы обучающихся. Внеаудиторная самостоятельная работа предполагает индивидуальное изучение основных разделов и тем курса. Изучаемый материал рекомендуется конспектировать. Конспекты позволяют обучающемуся не только сформировать необходимый объём информации, но и правильно её структурировать, а в дальнейшем – лучше усвоить.

Цель практических занятий заключается в закреплении теоретического материала по наиболее важным темам, в развитии у обучающихся навыков критического мышления в данной области знания, умений работы с учебной и научной литературой, нормативными материалами. В ходе подготовки к практическому занятию обучающемуся следует внимательно ознакомиться с планом, вопросами, вынесенными на обсуждение, тщательно изучить соответствующий теоретический материал, предлагаемую учебную методическую и научную литературу. Рекомендуется обращение обучающихся к монографиям, статьям из специальных журналов, хрестоматийным выдержкам, а также к материалам средств массовой информации по теме, что позволяет в значительной мере углубить понимание проблемы и разнообразить процесс её обсуждения.

3. Подготовка к мероприятиям текущего контроля

В конце изучения каждой темы проводится тематическое тестирование обучающихся, которое является средством контроля и оценки знаний. Подготовка к тестированию заключается в повторении пройденного материала и повторном решении заданий, которые рассматривались на аудиторных занятиях, а также в выполнении заданий для самостоятельной работы.

4. Подготовка к промежуточной аттестации. Подготовка к зачёту с оценкой является заключительным этапом изучения дисциплины и выступает средством контроля и оценки знаний. Подготовка к зачёту с оценкой предполагает изучение конспектов обучающихся, рекомендуемой литературы и других источников, повторение материала аудиторных занятий.

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
"Вятский государственный агротехнологический университет"

УТВЕРЖДАЮ
Декан агрономического факультета
_____А.В. Тюлькин
"15" апреля 2021 г.

Менеджмент и маркетинг

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **экономики и менеджмента**

Учебный план Направление подготовки 35.03.04 Агрономия
Направленность (профиль) образовательной программы "Агрономия"

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108
в том числе:
аудиторные занятия 16
самостоятельная работа 88
часов на контроль 4

Виды контроля на курсах:
зачеты 5

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	4		5		Итого	
Вид занятий	УП	РП	УП	РП		
Лекции	2	2	6	6	8	8
Практические	4	4	4	4	8	8
В том числе инт.	2	2	2	2	4	4
Итого ауд.	6	6	10	10	16	16
Контактная работа	6	6	10	10	16	16
Сам. работа	30	30	58	58	88	88
Часы на контроль			4	4	4	4
Итого	36	36	72	72	108	108

Киров 2021

Программу составил(и):

к.э.н., Доцент кафедры экономики и менеджмента, Шиврина Татьяна Борисовна

Рецензент(ы):

к.э.н., Доцент кафедры экономики и менеджмента, Шулятьева Галина Михайловна

Рабочая программа дисциплины

Менеджмент и маркетинг

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 35.03.04 Агрономия (приказ Минобрнауки России от 26.07.2017 г. № 699)

составлена на основании Учебного плана:

Направление подготовки 35.03.04 Агрономия
Направленность (профиль) образовательной программы "Агрономия"

одобренного и утвержденного Ученым советом университета от 15.04.2021 протокол № 5.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена учебно-методической комиссией

агрономического факультета Протокол №_5_от "15"апреля 2021 г.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры

экономики и менеджмента

Протокол №_8_от "15"апреля 2021 г.

Зав. кафедрой_____к.э.н., доцент Спиридонова Евгения Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры **экономики и менеджмента**

Протокол от "__"_____2022 г. № _

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры **экономики и менеджмента**

Протокол от "__"_____2023 г. № _

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры **экономики и менеджмента**

Протокол от "__"_____2024 г. № _

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры **экономики и менеджмента**

Протокол от "__"_____2025 г. № _

Зав. кафедрой _____

1. ЦЕЛЬ (ЦЕЛИ) ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	приобретение теоретических знаний и практических навыков в области маркетинга и менеджмента

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Цикл (раздел) ОПОП:	Б1.О
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Обучающийся должен обладать знаниями, умениями, навыками не ниже 1 уровня (низкого), полученными при изучении следующих дисциплин: - Информатика
2.1.2	- Культура речи и делового общения
2.1.3	- Психология
2.1.4	- Экономическая теория
2.1.5	- Правоведение
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	- Экономика и организация предприятий АПК
2.2.2	- Преддипломная практика
2.2.3	- Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
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
ОПК-6.2	Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-2.1	Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач
УК-2.2	Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений
УК-2.3	Решает конкретные задач проекта заявленного качества и за установленное время
УК-2.4	Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции (индикаторы)	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Менеджмент						
1.1	Содержание и функции менеджмента в организациях АПК /Лек/	4	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
1.2	Организация распределения полномочий в организациях АПК /Лек/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	2	
1.3	Особенности функционального подхода в менеджменте предприятий АПК /Пр/	4	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	

1.4	Применение методов управления в АПК /Пр/	4	1	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	1	
1.5	Разработка и принятие управленческих решений /Пр/	4	1	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	1	
1.6	Использование и делегирование властных полномочий /Ср/	4	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.7	Конфликты в организациях АПК /Ср/	4	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.8	Планирование в организациях АПК /Ср/	4	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.9	Содержание и функции менеджмента в организациях АПК /Ср/	4	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.10	Организация распределения полномочий в организациях АПК /Ср/	4	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.11	Мотивация и контроль в менеджменте /Ср/	4	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.12	Коммуникации в организациях АПК /Ср/	4	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.13	Власть и лидерство в менеджменте /Ср/	4	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.14	Эволюция менеджмента /Ср/	4	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1	0	

1.15	Особенности функционального подхода в менеджменте предприятий АПК /Ср/	5	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.16	Применение методов управления в АПК /Ср/	5	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
	Раздел 2. Маркетинг						
2.1	Понятие, сущность и основные концепции управления маркетингом /Лек/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
2.2	Маркетинговая среда. Внутренняя и внешняя среда маркетинга /Лек/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
2.3	Комплексное исследование рынка и информационное обеспечение маркетинга /Ср/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
2.4	Основные методы маркетинга /Ср/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
2.5	Комплексное исследование рынка и информационное обеспечение маркетинга /Пр/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
2.6	Особенности товарной и ценовой политики сельскохозяйственных предприятий /Пр/	5	2	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
2.7	Понятие, сущность и основные концепции управления маркетингом /Ср/	5	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
2.8	Маркетинговая среда. Внутренняя и внешняя среда маркетинга /Ср/	5	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
2.9	Комплексное исследование рынка и информационное обеспечение маркетинга /Ср/	5	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	

2.10	Основные методы маркетинга /Ср/	5	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1	0	
2.11	Потребительские рынки. Покупательское поведение потребителей /Ср/	5	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
2.12	Особенности товарной и ценовой политики сельскохозяйственных предприятий /Ср/	5	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
2.13	Особенности сбытовой политики и политики продвижения товара на рынок /Ср/	5	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
2.14	Исследование конкурентов и формирование конкурентных преимуществ организации /Ср/	5	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
2.15	Организация маркетинговой деятельности предприятия. Контроль маркетинговой деятельности предприятия /Ср/	5	4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
2.16	Подготовка контрольной работы /Ср/	5	10	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
2.17	/Контр.раб./	5	0	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	
2.18	/Зачёт/	5	0	ОПК-6.1 ОПК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Рабочая программа дисциплины обеспечена фондом оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации. Содержание фонда оценочных средств представлено в Приложении 1 и 2.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л1.1	под ред. Ю. В. Кузнецова	Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для академического бакалавриата Режим доступа: https://www.biblio-online.ru/bcode/403697	Юрайт, 2017
Л1.2	М. Н. Григорьев	Маркетинг[Электронный ресурс]: учебник для прикладного бакалавриата Режим доступа: https://www.biblio-online.ru/bcode/449789	Юрайт, 2020
Л1.3	Бондаренко, В. В., Юдина, В. А.	Менеджмент. Введение в профессию [Электронный ресурс]: учеб. пособие Режим доступа: https://book.ru/book/931164	М.: Кнорус, 2019
6.1.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л2.1	Ю. В. Кузнецова	Менеджмент. Практикум [Электронный ресурс]: учебное пособие для академического бакалавриата Режим доступа: https://www.biblio-online.ru/bcode/450764	Юрайт, 2020
Л2.2	под общ. ред. С. В. Карповой	Маркетинг. Практикум [Электронный ресурс]: учебное пособие для академического бакалавриата Режим доступа: https://urait.ru/bcode/432769	Юрайт, 2019
Л2.3	Тебекин А.В.	Менеджмент организации [Электронный ресурс]: Учебник Режим доступа: https://www.book.ru/book/916529	М.: Кнорус, 2015
Л2.4	Кеворков, В. В., Кеворков, Д. В.	Практикум по маркетингу [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов Режим доступа: https://book.ru/book/916687	М.: Кнорус, 2015
6.1.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л3.1	Шешегов, А. Е.	Требования к личностным качествам руководителя [Электронный ресурс]: метод. рекомендации для студентов, изучающих дисциплины: "Менеджмент", "Упр. АПК", "Упр. персоналом" Режим доступа: http://46.183.163.35/MarcWeb2/Default.asp	Киров: Вят. ГСХА, 2014
Л3.2	И. В. Маракулина, Д. Л. Старкова	Маркетинг [Электронный ресурс]: раб. тетр. для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент Режим доступа: http://46.183.163.35/MarcWeb2/Default.asp	Киров: Вят. ГСХА, 2016
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx.asp - Загл. с экрана		
Э2	Министерство сельского хозяйства Российской Федерации[Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://mcx.gov.ru/ . - Загл. с экрана.		
Э3	Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/. - Загл. с экрана.		
6.3. Перечень информационных технологий			
6.3.1 Перечень программного обеспечения			
6.3.1.1	Операционная система семейства Windows (Windows Vista Business AO NL, MS Win Prof 7 AO NL, Win Prof 7 AOL NL, Win Home Bas 7 AOL NL LGG, Win Starter 7 AO NL LGG, Win SL 8 AOL NL LGG, Win Prof 8 AOL NL, Win Home 10 All Languages Online Product Key License)		
6.3.1.2	Приложения Office (MS Office Prof Plus 2007 AO NL, MS Office Prof Plus 2010 AO NL, MS Office 2013 OL NL, MS OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc)		
6.3.1.3	Антивирусное ПО Kaspersky Endpoint Security		
6.3.1.4	Free Commander 2009/02b		
6.3.1.5	Google Chrome 39/0/21/71/65		
6.3.1.6	Opera 26/0/1656/24		
6.3.1.7	Adobe Reader XI 11/0/09		
6.3.1.8	Консультант Плюс		
6.3.1.9	Гарант Аэро		
6.3.2 Перечень информационных справочных систем и современных профессиональных баз данных			
6.3.2.1	Информационная справочная система: КонсультантПлюс		
6.3.2.2	Информационная справочная система: Гарант Аэро		
6.3.2.3	Профессиональная база данных: Научная электронная библиотека elibrary.ru Режим доступа:http://elibrary.ru/defaultx.asp		
6.3.2.4	Профессиональная база данных: Электронный каталог ФГБОУ ВО Вятского ГАТУ Режим доступа http://46.183.163.35/MarcWeb2		
6.3.2.5	Профессиональная база данных: Официальный сайт Министерства сельского хозяйства и продовольствия Кировской области, http://www.dsx- kirov.ru/		

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю), представлено в Приложении 3.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Освоение дисциплины проводится в форме аудиторных занятий и внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся.

При проведении аудиторных занятий предусмотрено применение следующих инновационных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лиде рские качества: работа в малых группах, обсуждение и разрешение проблем, метод кейсов, разбор конкретных ситуаций. Количество часов занятий в интерактивных формах определено учебным планом. Практическая подготовка при реализации дисциплины организуется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в следующих формах: самостоятельное изучение теоретического материала (тем дисциплины); подготовка к лекциям и практическим занятиям;

выполнение домашних тестовых и иных индивидуальных заданий; подготовка к мероприятиям текущего контроля;

подготовка к промежуточной аттестации.

При организации самостоятельной работы необходимо, прежде всего, обратить внимание на ключевые понятия, несущие основную смысловую нагрузку в том или ином разделе учебной дисциплины.

1. Самостоятельное изучение тем дисциплины

Для работы необходимо ознакомиться с учебным планом дисциплины и установить, какое количество часов отведено учебным планом в целом на изучение дисциплины, на аудиторную работу с преподавателем на лекционных и практических занятиях, а также на самостоятельную работу. С целью оптимальной самоорганизации необходимо сопоставить эту информацию с графиком занятий и выявить наиболее затратные по времени и объему темы, чтобы заранее определить для себя периоды объемных заданий. Целесообразно начать работу с изучения теоретического материала, основных терминов и понятий курса и с письменных ответов на индивидуальные и тестовые задания.

2. Подготовка к лекционным и практическим занятиям

Традиционной формой аудиторных занятий являются лекции. Курс лекций даёт необходимую информацию для изучения дисциплины. К числу основных форм аудиторных занятий относятся также практические занятия. Их проведение предполагает осуществление определённой самостоятельной работы обучающихся. Внеаудиторная самостоятельная работа предполагает индивидуальное изучение основных разделов и тем курса. Изучаемый материал рекомендуется конспектировать. Конспекты позволяют обучающемуся не только сформировать необходимый объём информации, но и правильно её структурировать, а в дальнейшем – лучше усвоить.

Цель практических занятий заключается в закреплении теоретического материала по наиболее важным темам, в развитии у обучающихся навыков критического мышления в данной области знания, умений работы с учебной и научной литературой, нормативными материалами. В ходе подготовки к практическому занятию обучающемуся следует внимательно ознакомиться с планом, вопросами, вынесенными на обсуждение, тщательно изучить соответствующий теоретический материал, предлагаемую учебную методическую и научную литературу. Рекомендуется обращение обучающихся к монографиям, статьям из специальных журналов, хрестоматийным выдержкам, а также к материалам средств массовой информации по теме, что позволяет в значительной мере углубить понимание проблемы и разнообразить процесс её обсуждения.

3. Подготовка к мероприятиям текущего контроля

В конце изучения каждой темы проводится тематическое тестирование обучающихся, которое является средством контроля и оценки знаний. Подготовка к тестированию заключается в повторении пройденного материала и повторном решении заданий, которые рассматривались на аудиторных занятиях, а также в выполнении заданий для самостоятельной работы.

4. Подготовка к промежуточной аттестации. Подготовка к зачёту с оценкой является заключительным этапом изучения дисциплины и выступает средством контроля и оценки знаний. Подготовка к зачёту с оценкой предполагает изучение конспектов обучающихся, рекомендуемой литературы и других источников, повторение материала аудиторных занятий.

Приложение 1

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения промежуточной аттестации по дисциплине
Менеджмент и маркетинг

Направление подготовки 35.03.04 Агрономия
Направленность (профиль) программы бакалавриата "Агрономия"
Квалификация бакалавр

1. Описание назначения и состава фонда оценочных средств

Настоящий фонд оценочных средств (ФОС) входит в состав рабочей программы дисциплины «**Менеджмент и маркетинг**» и предназначен для оценки планируемых результатов обучения - знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций (п.2) в процессе изучения данной дисциплины.

ФОС включает в себя оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации в форме зачета.

ФОС разработан на основании:

- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 35.03.04 Агрономия (приказ Минобрнауки России от 26.07.2017 г. № 699);
- основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 35.03.04 Агрономия направленности(профилю)программы бакалавриата «Агрономия»;
- Положения «О формировании фонда оценочных средств для промежуточной и итоговой аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования».

2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

- ✓ способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);
- ✓ способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности (ОПК-6).

Код формируемой компетенции	**Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы**		
	Начальный этап	**Основной этап**	**Заключительный этап**
УК-2	Менеджмент и маркетинг Правоведение	Технологическая практика	Экономика и организация предприятий АПК Земельный кадастр Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
ОПК- 6	Экономическая теория Технологическая практика	Менеджмент и маркетинг	Экономика и организация предприятий АПК Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

3. Планируемые результаты освоения образовательной программы по дисциплине, выраженные через компетенции и индикаторы их достижений, описание шкал оценивания

Код и наименование формируемых компетенций	**Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции**	**Формулировка индикатора**	**Наименование контролируемых разделов и тем**	**Наименование оценочного средства промежуточной аттестации**
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1	Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач	Раздел 4 рабочей программы дисциплины	Тестовые вопросы зачету дисциплине кпо
	УК-2.2	Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов, и ограничений		
	УК-2.3	Решает конкретные задач проекта заявленного качества и за установленное время		
	УК-2.4	Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта		
ОПК-6 Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности	ОПК-6.1	Демонстрирует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственногопроизводства	Раздел 4 рабочей программы дисциплины	Тестовые вопросы зачету дисциплине кпо
	ОПК-6.2	Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур		

Для оценки сформированности соответствующих компетенций по дисциплине «**Менеджмент и маркетинг**» при проведении промежуточной аттестации в форме зачета применяется следующая шкала оценивания:

№	Критерии оценивания	Шкала оценивания	
		не зачтено	зачтено
		Описание показателя	
1	Полнота знаний теоретического контролируемого материала	Низкий уровень усвоения материала. Продемонстрировано незнание значительной части учебного материала - менее 60% правильных ответов	Продемонстрированы знания основного учебного материала - не менее 60% правильных ответов
2	Логичность, обоснованность, четкость ответа на вопросы	Существенные ошибки, нет ответов на дополнительные уточняющие вопросы	Грамотное и по существу изложение теоретического материала, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос
3	Работа в течение семестра, наличие задолженности по текущему контролю успеваемости.	Имеются значительные пропуски занятий, задолженность по текущему контролю знаний	Активная работа, задолженность отсутствует

4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Тестовые задания
по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»
для промежуточной аттестации в форме зачета

1. Какие группы являются официальными?
а. те, за которыми юридически зафиксированы права и обязанности;
б. группы по интересам.

2. Целью создания формальных групп могут быть ….

а. для организации производственного процесса;
б. поездка на отдых.

3.Чем отличаются (целевые) рабочие группы от других (комитетов, команд)? **а. самостоятельностью в планировании и осуществлении своего труда;**б. разрозненностью выполнения задач.

4. Выделите элементы коммуникационного процесса.
а. отравитель; б. получатель; в. зарождение идеи; г. декодирование.
5. Является ли расхождение между основами суждений преградой в межличностных коммуникациях?
а.да; б. нет.

6.Какие символы подавляют вербальные коммуникации?
а. невербальные;
б. слова.

7.Являются ли источниками управленческой информации высшее руководство, подчинѐнные им руководители и органы управления, средства массовой информации, информационные системы, периодическая печать, техническая информация?
а. да, б. нет.

8. Выделите преимущества автоматизированных систем.
а. единая база хранения информации;
б. не требуются технические навыки;
в. возможность комплексно представить все, что происходит с организацией.

9. Можно ли рассматривать подготовку решения как одну из стадий процесса принятия решения?
а.да; б. нет.

10. На какой стадии принятия решения необходимо провести многовариантные расчеты и отбор критериев выбора оптимального решения?
а. на стадии принятия решения;
б. на стадии подготовки управленческого решения;
в. на стадии реализации решения.

11. Какое решения обязательно для исполнения?
а. директивное;
б. выборочные;
в. контролирующие.

12. На какой информации должны основываться принимаемые решения?
а. на достоверной, текущей и прогнозируемой информации;
б.на анализе всех факторов, оказывающих влияние на решение.

13. На каком уровне иерархии должно разрабатываться управленческое решение?
а. где имеется соответствующая информация;
б. в высшем звене управления;
в. на среднем уровне управления.

14. Что даѐт использование горизонтальных связей в принятии решений?
а. сокращение сроков принятия решений;
б. повышение ответственности.

15. К какой группе факторов относится способность организации своевременно перестроиться для решения проблемы?
а. к организационным;
б. к личным.

16. Максимальная цена товара определяется:
а. величиной спроса на товар;
б. максимальными претензиями на прибыль, существующими в данной отрасли производства;
в. ценами конкурентов на аналогичный товар;
г. наивысшим уровнем совокупных издержек.

17. Конкурентные преимущества – это:
а. отличия, которыми владеет ваша фирма в своей сфере деятельности;
б. ориентация на запросы клиентов и удовлетворение их потребностей более эффективными методами, чем методы конкурентов;
в. физические и финансовые активы предприятия, которые отражены в бухгалтерском балансе.

18. Что называют жизненным циклом товара?
а. срок годности товара;
б. время службы до первого ремонта;
в. время, прошедшее от создания товара до его утилизации;
г. время существования товара на рынке.

19. Определение конкурентоспособности товара – это:
а. соотношение качественных и стоимостных характеристик товара;
б. сравнительная оценка качественных и стоимостных характеристик товара, выражающая его отличие от товара конкурента;
в. относительная характеристика, которая выражает отличия развития данной фирмы от развития конкурентных фирм.

20. Имидж предприятия – это:
а. совокупность всех представлений, знаний, опыта, желаний, чувств, связанных с определенным предметом;
б. восприятие потребителем конкретной специфики конкретного магазина;
в. совокупность всех качественных и стоимостных характеристик товара.

21. Маркетинговые исследования – это:
а. проверка маркетинговых гипотез о формах связей;
б. исследования каналов товародвижения;
в. систематическое определение круга данных по рынку, их сбор, анализ и отчет о результатах и выводах;
г. обобщенная и относительная характеристика товара.

22. 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.

23. Товар в маркетинге – это:
а. любой продукт деятельности (включая услуги), предназначенный для реализации;
б. продукт деятельности, предложенный на рынке для продажи по определенной цене и по этой цене пользующийся спросом как удовлетворяющий потребности;
в. результат исследований, разработок и производства;
г. продукт деятельности становится товаром в момент осуществления по его поводу сделки купли-продажи.

24. Широтой товарного ассортимента называется:
а. общая численность групп товаров в ассортименте;
б. общая численность вариантов предложенных всех товаров;
в. степень разнообразия товаров разных ассортиментных групп;
г. ни один ответ не верен.

25. 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.

26. Для того чтобы охарактеризовать некое сообщение как рекламное, важно убедиться в следующем:
а. неличный характер представления и продвижения идей, товаров или услуг;
б. оплачиваемость сообщения заинтересованным в продаже вполне определенным лицом;
в. верно и то и другое;
г. верно, если первое сочетается со вторым.

27. Что не относится к функции товародвижения?
а. складирование;
б. транспортировка;
в. планирование перемещения товаров к месту использования;
г. конструирование нового товара.

Вопросы для подготовки к зачету по дисциплине
«Менеджмент и маркетинг»

1. Содержание и функции менеджмента в организациях АПК
2. Организация распределения полномочий в организациях АПК
3. Мотивация и контроль в менеджменте
4. Коммуникации в организациях АПК
5. Власть и лидерство в менеджменте
6. Эволюция менеджмента
7. Особенности функционального подхода в менеджменте предприятий АПК
8. Применение методов управления в АПК
9. Мотивация и стимулирование работников
10. Совершенствование коммуникаций в организации АПК
11. Разработка и принятие управленческих решений
12. Использование и делегирование властных полномочий
13. Конфликты в организациях АПК
14. Планирование в организациях АПК
15. Понятие, сущность и основные концепции управления маркетингом
16. Маркетинговая среда. Внутренняя и внешняя среда маркетинга
17. Комплексное исследование рынка и информационное обеспечение маркетинга
18. Основные методы маркетинга
19. Потребительские рынки.
20. Покупательское поведение потребителей
21. Маркетинговая среда.
22. Внутренняя и внешняя среда маркетинга
23. Комплексное исследование рынка и информационное обеспечение маркетинга
24. Особенности товарной и ценовой политики сельскохозяйственных предприятий
25. Основные методы маркетинга
26. Особенности сбытовой политики и политики продвижения товара на рынок
27. Исследование конкурентов и формирование конкурентных преимуществ организации
28. Организация маркетинговой деятельности предприятия.
29. Контроль маркетинговой деятельности предприятия

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Процедура оценивания сформированности индикаторов достижения компетенций при проведении промежуточной аттестации по дисциплине «**Менеджмент и маркетинг**» проводится в форме зачета.

Порядок организации и проведения промежуточной аттестации обучающегося, форма проведения, процедура сдачи зачета, сроки и иные вопросы определены Положением о порядке организации и проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Процедура оценивания сформированности индикаторов достижения компетенций при проведении зачета по дисциплине «**Менеджмент и маркетинг**» проводится путем письменного или компьютерного тестирования обучающихся:

- обучающемуся выдается вариант письменного или компьютерного теста (система Moodle);
- в определенное время (в среднем 2 минуты на 1 тестовое задание) обучающийся отвечает на 25 вопросов теста, в котором представлены все изучаемые темы дисциплины;
- по результатам ответов на тестовые задания выставляется оценка согласно установленной шкале оценивания.

Для подготовки к зачету рекомендуется использовать лекционный и практический материал по дисциплине, литературные источники рекомендованные в рабочей программе дисциплины.

Приложение 2

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине
Менеджмент и маркетинг

Направление подготовки 35.03.04 Агрономия
Направленность (профиль) программы бакалавриата "Агрономия"
Квалификация бакалавр

1. Описание назначения и состава фонда оценочных средств

Настоящий фонд оценочных средств (ФОС) входит в состав рабочей программы дисциплины «**Менеджмент и маркетинг**» и предназначен для оценки планируемых результатов обучения - сформированности индикаторов достижения компетенций и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины.

2. Перечень компетенций, формируемых при изучении дисциплины:

- ✓ способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);
- ✓ способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности (ОПК-6).

3. Банк оценочных средств

Для оценки сформированности индикаторов достижения компетенций и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины «**Менеджмент и маркетинг**» используются следующие оценочные средства:

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Формулировка индикатора	Критерии оценивания	Наименование контролируемых разделов и/или тем в соответствии с содержанием РПД	Наименование оценочного средства текущей аттестации
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1	Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач	Полнотазнаний контролируемого материала Логичность, обоснованность, четкость ответа на вопросы	Раздел 4 рабочей программы дисциплины.	Домашняя контрольная работа
	УК-2.2	Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений			
	УК-2.3	Решает конкретные задач проекта заявленного качества и за установленное время			
	УК-2.4	Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта			
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			
	ОПК-6.2	Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур			

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.2	Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	Полнотазнаний контролируемого материала Логичность, обоснованность, четкость ответа на вопросы	Потребительские рынки. Покупательское поведение потребителей	Разноуровневые задачи и задания
	УК-2.3	Решает конкретные задач проекта заявленного качества и за установленное время			
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			

Разноуровневые задачи и задания
для проведения текущего контроля знаний
по дисциплине «**Менеджмент и маркетинг**»
Тема " Потребительские рынки. Покупательское поведение потребителей "

Текущий контроль в форме практических заданий предназначен определения уровня оценки сформированности индикаторов достижения компетенций и опыта деятельности в процессе изучения дисциплины.

Результаты текущего контроля оцениваются посредством интегральной (целостной) двухуровневой шкалы:

Шкала оценивания	Показатели оценивания
Не зачтено	Низкий уровень знаний практического контролируемого материала. Продемонстрировано незнание значительной части учебного материала. Выполнение не более 50% типовых заданий и упражнений
Зачтено	Достаточный уровень знаний практического контролируемого материала. Продемонстрированы знания основной части учебного материала. Выполнение 50 и более % типовых заданий и упражнений

В результате проведенного тестирования определяется уровень усвоения учебного материала - «Не зачтено» или «Зачтено», при изучении отдельных тем и разделов дисциплины.

Задача 1. Тест: «Склонность к демонстративному потреблению» (автор О.С. Посыпанова)
Ответить на тестовые вопросы и определить есть ли у вас склонность к демонстративному потреблению

Цель теста – выявить уровень склонности к демонстративному (показному) потреблению и преобладающий вид демонстративности в покупках и использовании товаров.

Напротив каждого утверждения поставьте:

- 0 баллов это мне совершенно не свойственно;
- 1 балл в некоторых случаях это так;
- 2 балла да, это абсолютно про меня;

Утверждение:

1. Если есть возможность, пытаюсь привлечь внимание к себе. Люблю, когда люди оборачиваются мне вслед.
2. Иногда меня сравнивают с павлином.
3. Мне говорят, что я наряжаюсь, как новогодняя елка.
4. Короля играет свита. А успешного человека – аксессуары: стильный костюм, дорогие ручка, телефон, обувь,автомобиль.
5. По одежке встречают. По уму лишь провожают. Качественный костюм и аксессуары помогают в карьере,располагая окружающих к человеку.
6. Стильные вещи немного помогают мне произвести нужное впечатление статусного человека.

7. Яркий макияж, нестандартная одежда, возможно, пирсинг, тату – это помогает выделиться из толпы,подчеркнуть мою индивидуальность.
8. Некоторые говорят обо мне: «Чем чуднее, тем моднее».
9. В человеке должно быть яркое пятно – одежда ли, макияж ли, автомобиль ли – не важно.
10. Я талантливый творческий человек и люблю вещи нестандартные, в которых проявляется мое арт начало.
11. Я хорошо шью (или вяжу, или делаю вещи своими руками) и люблю, когда мое творчество высоко оценивается окружающими.
12. Моя креативность не позволяет мне быть как все. Мне нравится быть «белой вороной» во внешнем виде.
13. Я не настолько богат, чтобы покупать дешевые вещи.
14. Дорогие вещи престижных марок – это моя слабость.
15. Я могу и хочу позволить себе те вещи, которые не по карману обычному человеку.
16. Я остромодный человек, следящий за новинками ведущих домов моды, театров и т.п.
17. Модные вещи - это то, что позволяет мне чувствовать комфортно на улице и в офисах.
18. Я люблю шопинг и стараюсь приобретать хотя бы несколько вещей из последних коллекций одежды, обуви, аксессуаров, стараюсь посещать остромодные тусовки, премьеры.
19. Если я перестану обращать на себя внимание неординарными вещами и нестандартным поведением, то меня перестанут замечать.
20. Звезды шоу-бизнеса прославились не только талантами, но и красочными выходками. Я тоже стараюсь проявить себя через шумное поведение или яркие вещи.
21. Если жить только по правилам, то тебя перестанут замечать и уважать.
22. Даже если у меня совсем недостаточно средств, я предпочту приобрести один стильный костюм, чем десяток дешевых.
23. Я совсем небогат, но лучше сэкономлю на еде, чем на одежде или аксессуарах.
24. Даже бедный студент хотя бы иногда обязан шикарно погулять в престижном заведении: ночном клубе, театре, гламурной тусовке.
25. У меня все должно быть самое лучшее. Лучше ничего, чем среднего качества.
26. «Ты лучше голодай, чем что попало ешь, и лучше будь один, чем вместе с кем попало» - эти слова Омара Хайяма про меня.
27. Если что-то делать, то качественно. Если что-то покупать, то самое качественное.
28. Могу назвать несколько вещей, которые снимают у меня стресс.
29. Когда накопилось напряжение, иду в самое пафосное место и «торгую лицом».
30. Мне приятно, когда со мной здоровается множество людей.

Ключ к тесту
Вид демонстративности в потреблении - Номера вопросов

1. Демонстративность-истероидность - 1, 2, 3
2. Демонстративность-статусность - 4, 5, 6
3. Демонстративность – индивидуальность - 7, 8, 9
4. Демонстративность-творчество - 13, 14, 15
5. Демонстративность-престиж - 16, 17, 18
6. Демонстративность-мода - 10, 11, 12
7. Демонстративность – самоутверждение - 19, 20, 21
8. Демонстративность – бегство от бедности - 22, 23, 24
9. Демонстративность-перфекционизм - 25, 26, 27
10. Демонстративность-разрядка - 28, 29, 30

0-2 балла – тип отсутствует;
3-4 балла – тип выражен умеренно;
5-6 баллов – тип явно выражен.

1. **Демонстративность-истероидность**. Человек – актер, но его сцена – улица. Ему важно собирать восторженные взгляды, привлекать внимание. Он испытывает наслаждение, получая как положительные, так и отрицательные отзывы о себе и своем внешнем виде. Покупая такие вещи, люди платят за впечатление, которое они произведут на других. К примеру, человек одевается чересчур экстравагантно, авангардно, на голове его самобытная прическа, а по ультрамодному телефону он разговаривает слишком громко, чтобы привлечь внимание окружающих.
2. **Демонстративность-статусность или статусное потребление**. Человек, стремящийся к карьере, высокому положению в обществе, и считающий, что определенный стиль одежды, стиль времяпровождения помогают ему получать должное расположение. Выбирает те вещи, которыми он может блеснуть перед окружающими. К примеру, юноша в начале карьеры приобретает дорогой костюм, стильные галстуки, приятный парфюм, телефон, авторучку и ботинки класса «люкс», потому что, по его мнению, это те приятные мелочи, «по которым встречают». И эти вещи помогут ему держать марку. Статусное потребление – это попытка купить себе элитарность.
3. **Демонстративность – индивидуальность, или демонстративный снобизм (18 %)** Человеку важно подчеркнуть свою уникальность, неповторимость. Он делает это через вещи. Зачастую потому, что не получается другими способами: через таланты, интеллект. Для него характерны стремление быть единственным и неповторимым, некое самолюбование и наслаждение своей важностью. Причем для него не всегда значимо, оценят ли это другие. Важно, что он сам любуется своей уникальностью. У него ярко выражено

желание быть идентифицированным как богатый, успешный. Цена товара при его покупке в данном случае не имеет значения – вещь может быть как дорогой, так и дешевой, но единственной в своем роде. Такие люди стремятся к вещам, сделанным на заказ, любят «hand-made», привозят вещи из-за границы.

4. **Демонстративность-творчество или эстетическая демонстративность (16 %).** В провинциальных городках множество талантливых девушек, вяжущих, шьющих красивую одежду, делающих аксессуары своими руками. Эта одежда привлекает к себе внимание. Творческая самореализация – это причина такойб демонстративности. Любые творческие люди с активной позицией так или иначе демонстративны в потреблении.
5. **Демонстративность-престиж или престижное потребление.** Именно этот вид демонстративного потребления отмечал еще Т. Веблен в своей работе «Теория праздного класса». Таких людей теперь называют вебленистами. Уровень вещи для них определяется ее ценой. Из двух аналогичных вещей они купят ту, что дороже. Им кажется, что она качественнее. Цена вещи для них полностью эквивалентна ее престижу: чем дороже, тем лучше (далее включаются мотиваторы-самообманщики: качественнее, практичнее, вкуснее, свежее и т.п.). Ценность покупки возрастает вместе с ростом цены на этот товар или услугу. Цена здесь говорит не о качестве товара, а о качествах потребителя. Престижное потребление (по Ю. Цимерман) - это потребление товаров и услуг, доступ к которым ограничен в силу дефицита, высокой цены или институциональных установлений, и которые используются субъектом не утилитарно, а в качестве символов особого положения, стиля жизни или иных личностных качеств. Если статусное потребление – это стремление продвинутся по служебной лестнице, помогая себе товарами-демонстраторами, то престижное потребление – это потребление тех, кото уже стоит на необходимой им ступени этой лестницы.
6. **Демонстративность-мода.** Человек демонстрирует свою остромодность, подверженность новым тенденциям. Феномен моды: мода – это попытка подчеркнуть свою индивидуальность через стремление к массовости. Люди, чересчур стремящиеся к моде – двигатели экономики вперед. Без них бы вся индустрия глянцевых журналов, вся косметология, легкая промышленность, дизайн не были бы столь большой армией. Данный тип – люди, уделяющие чрезмерное внимание одному модному тренду, «жертвы моды». Этот вид демонстративности развит в неформальных течениях.

Есть еще виды потребления, которые демонстративным можно назвать лишь отчасти, но, тем не менее, они требуют отдельного описания.

7. **Демонстративность – самоутверждение (4 %)**. Если все другие виды демонстративности есть проявление самопрезентации, то есть демонстративность ради достижения какой-либо стратегической цели, проявление мотивации достижения, то самоутверждение в демонстративном потреблении – это проявление мотивации избегания неудач, стремление уйти от негативной самооценки и оценки окружающими через «кричащие» вещи. Так же, как двоечник в школе становится драчуном, чтобы привлечь к себе внимание (демонстративное поведение), так же и не слишком успешный подросток начинает нелепо одеваться, включается в субкультуру, не вписывающуюся в стандарты, чтобы как-либо отличиться.
8. **Демонстративность – бегство от бедности (5 %)**. Человеку важно показать, что он не изгой, не бедняк. Он готов отдать последние деньги, чтобы единожды в нужный момент «пустить пыль в глаза».
9. **Демонстративность-перфекционизм (4 %)** – «синдром отличника в потреблении»: стремление иметь самое лучшее, самое качественное. Человек не стремится к количеству, считая, что правильнее иметь одну вещь, но самую лучшую, чем несколько, но как у всех. Зачастую такая вещь бывает замечена и высоко оценена многими окружающими.
10. **Демонстративность-разрядка или гедонистическое демонстративное потребление (8 %).** Этот вид лишь условно можно назвать демонстративным потреблением, поскольку здесь человек «не работает на публику». Чаще такими товарами становятся предметы роскоши, или уникальные товары, или памятные. Гедонист привлекает внимание окружающих не столько самими вещами, сколько своим счастливым поведением и выражением лица. Кравченко А.С., описывая подобное поведение у подростков, назвала его «автономным самодемонстрированием».

<u>Задача 2.</u> Продумайте мотивацию покупки следующих товаров (услуг): органические продукты питания; гамбургер.

<u>Задача 3.</u> Ваша продукция представляет собой конструкцию для парника. Материал – металлические стойки. Фактически вы продаете каркас теплицы без какого-либо покрытия. От покупателей поступают предложения о включении в состав реализуемого товара или пленочного покрытия или пакета стекол с необходимым крепежом. В вашем распоряжении имеется один месяц; иначе закончится срок посадки растений в теплицы, и потенциальные покупатели могут перенести покупку на следующий год. Опишите свой план маркетинга. Будете ли вы учитывать пожелания покупателей? Как данный учет, если он будет осуществляться, скажется на эффективности предприятия?

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания

Процедура оценивания сформированности индикаторов достижения компетенций и опыта деятельности в процессе изучения дисциплины при проведении текущего контроля знаний проводится путем выполнения заданий и задач на практических занятиях. В случае отсутствия обучающегося по уважительной причине задание ему выдается на дом с условием представления результатов на следующем занятии. Оценка проводится посредством интегральной (целостной) трехуровневой шкалы.

В результате решения разноуровневых задач и заданий при помощи шкалы оценивания определяется уровень освоения обучающимся учебного материала по теме (разделу) дисциплины: «Зачтено» или «Не зачтено».

Домашняя контрольная работа
по дисциплине «**Менеджмент и маркетинг**»

Текущий контроль в форме домашней контрольной работы предназначен для самостоятельного изучения отдельных вопросов теоретического материала и практического выполнения заданий обучающихся заочной формы обучения

Результаты текущего контроля в форме **домашней контрольной работы** оцениваются посредством интегральной (целостной) двухуровневой шкалы:

Шкала оценивания:

Шкала оценивания	Показатели оценивания
Зачтено	Обучающийся овладел элементами дескрипторов компетенций в рамках определенного уровня: - раскрыт вопрос 1 - раскрыт вопрос 2 - раскрыт вопрос 3 - оформлен и защищен отчет по выполнению ДКР
Не зачтено	Обучающийся не овладел элементами дескрипторов компетенций в рамках определенного уровня, обнаружил существенные пробелы в знании теоретического и практического материала. Не представлен к защите либо не защищен отчет по выполнению ДКР

Типовые задания для домашней контрольной работы
для проведения текущего контроля знаний

Задание для контрольной работы включает 3 теоретических вопроса. Номера вопросов выбираются по номеру зачетной книжки.

1. Содержание и функции менеджмента в организациях АПК
2. Организация распределения полномочий в организациях АПК
3. Мотивация в менеджменте
4. Контроль в менеджменте
5. Коммуникации в организациях АПК
6. Власть и лидерство в менеджменте
7. Эволюция менеджмента
8. Особенности функционального подхода в менеджменте предприятий АПК
9. Применение методов управления в АПК
10. Мотивация и стимулирование работников
11. Совершенствование коммуникаций в организации АПК
12. Разработка и принятие управленческих решений
13. Использование и делегирование властных полномочий
14. Конфликты в организациях АПК
15. Планирование в организациях АПК
16. Понятие, сущность и основные концепции управления маркетингом
17. Маркетинговая среда. Внутренняя и внешняя среда маркетинга
18. Комплексное исследование рынка и информационное обеспечение маркетинга
19. Основные методы маркетинга
20. Потребительские рынки.
21. Покупательское поведение потребителей
22. Маркетинговая среда.
23. Внутренняя и внешняя среда маркетинга
24. Комплексное исследование рынка и информационное обеспечение маркетинга
25. Особенности товарной и ценовой политики сельскохозяйственных предприятий
26. Основные методы маркетинга
27. Особенности сбытовой политики и политики продвижения товара на рынок
28. Исследование конкурентов и формирование конкурентных преимуществ организации
29. Организация маркетинговой деятельности предприятия.
30. Контроль маркетинговой деятельности предприятия

Последняя цифра в номере зачетной книжки	Номера вопросов
1	**1, 15,24**
2	**2, 11, 27**
3	**3, 20, 12**
4	**4, 21, 14**
5	**5, 22, 13**
6	**6, 25, 16**
7	**7, 23, 26**
8	**8, 30, 18**
9	**9, 28, 19**
0	**10, 29, 17**

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания

Процедура сформированности индикаторов достижения компетенций и опыта деятельности в процессе изучения дисциплины при проведении текущего контроля знаний в форме домашней контрольной работы определяется следующими методическими указаниями:

- выполнение контрольной работы проводится в аудиториях, отведенных для самостоятельной работы обучающихся, либо в домашних условиях.
- выполнение домашней контрольной работы (ДКР) осуществляется в соответствии с вариантом, номер которого определяется по двум последним номерам зачетной книжки обучающегося.

В процессе выполнения ДКР оформляется отчет, включающий следующие разделы:

- Титульный лист;
- Оглавление;
- Введение;
- Вопрос 1;
- Вопрос 2;
- вопрос 3;
- Заключение;
- Библиографический список

Отчет по ДКР принимается в сброшюрованном печатном виде на листах формата А4 (210*297), и в электронном виде, например, на оптических носителях, вместе с электронными версиями составляющих работы, т.е. заданиями, выполненными в текстовых редакторах/процессорах.

Осуществляется проверка отчета по ДКР, указываются замечания, требующие доработки. Если замечаний нет, на титуле отчета прописывается «К защите». В противном случае на титуле отчета прописывается «На доработку» и выдается обучающемуся. В журнале преподаватель делает соответствующие записи.

Затем осуществляется защита ДКР в режиме «Вопрос-Ответ» по содержанию ДКР. (Повторная распечатка ДКР после доработки замечаний не требуется.)

Приложение 3

ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ»

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	Б103 Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, комплект переносного мультимедийного оборудования с экраном. Список ПО: Windows, Microsoft Office, Kaspersky Antivirusи свободно распространяемое программное обеспечение
Учебная аудитория для занятий семинарского типа	Д205 Кабинет менеджмента Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, комплект мультимедийного оборудования с экраном. Список ПО: Windows, Microsoft Office, Kaspersky Antivirus и свободно распространяемое программное обеспечение
	Д122 Кабинет коммерческой деятельности Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, мультимедийное оборудование с экраном, 23 персональных компьютера, 2 принтера. Список ПО: Windows, Microsoft Office, Kaspersky Antivirus, Гарант Аэро, Консультант Плюс, Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия 4», KonSi SWOT – Analysis, KonSi Anketter, IBM SPSS Statistics Base, 1С Предприятие 7.7, 8.3 с конфигурациями и свободно распространяемое программное обеспечение
Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций	Д205 Кабинет менеджмента Компьютер в сборе: монитор AcerV173Ab17» - 1 шт., Настенный экран с электроприводом- 1 шт., ПроекторToshiba X3000 - 1 шт., Источник БП UPSAPCBK 650EI- 1 шт
Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации	Д205 Кабинет менеджмента Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, комплект мультимедийного оборудования с экраном. Список ПО: Windows, Microsoft Office, Kaspersky Antivirus и свободно распространяемое программное обеспечение
Помещение для самостоятельной работы.	Б 202 Библиотека, Читальный зал Рабочее место администратора, компьютерная мебель, компьютер администратора, 11 персональных компьютеров, 3 принтера, видеоувеличитель. Список ПО: Windows, Microsoft Office, Kaspersky Antivirusи свободно распространяемое программное обеспечение
	Д111. Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, 9 персональных компьютеров, принтер. Список ПО: Windows, Microsoft Office, Kaspersky Antivirus, Гарант Аэро, Консультант Плюс, Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия 4», KonSi SWOT – Analysis, KonSi Anketter, 1СПредприятие 7.7, 8.3 с конфигурациями и свободно распространяемое программное обеспечение

Приложение 4

Перечень
периодических изданий, рекомендуемых по дисциплине
«Менеджмент и маркетинг»

Наименование	Наличие доступа
АПК: экономика, управление :ежемес. теорет. и науч.-практ. журн. / учредители : М-во сел. хоз-ва Рос. Федерации, Рос. акад. с.-х. наук, ВНИИ экономики сел. хоз-ва ; [гл. ред. И. Г. Ушачев].	Читальный зал библиотеки ФГБОУ ВО Вятский ГАТУ
Экономика сельского хозяйства России : науч.-произв. ежемес. журн. / учредитель М-во сел. хоз-ва РФ ; [редкол.: Е. И. Семенов (гл. ред.) и др.].	Читальный зал библиотеки ФГБОУ ВО Вятский ГАТУ
Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий :ежемес. теорет. и науч.-практ. журн. / учредители : М-во сел. хоз-ва РФ, Ред. журн. ; [редкол.: С. К. Девин (гл. ред.) и др.].	Читальный зал библиотеки ФГБОУ ВО Вятский ГАТУ
Успехи современной науки [Электронный ресурс]: журн./ Клюев Сергей Васильевич	Научная электронная библиотека Режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx.asp
Успехи современной науки и образования [Электронный ресурс]: журн./ Клюев Сергей Васильевич	Научная электронная библиотека Режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx.asp
Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук [Электронный ресурс]: журн./ Научно-информационный издательский центр и редакция журнала Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук	Научная электронная библиотека Режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx.asp
Проблемы современной науки и образования [Электронный ресурс]: журн./ ООО «Олимп»	Научная электронная библиотека Режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx.asp