

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В.М. КОКОВА»**

**ФАКУЛЬТЕТ «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»
КАФЕДРА «УПРАВЛЕНИЕ»**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета
«Экономика и управление»
Бекаров Г.А.



«27» мая 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.37 Менеджмент и маркетинг

Направление подготовки **35.03.05 «Садоводство»**

Направленность (профиль) **Плодоовощеводство и виноградарство**

Квалификация выпускника - **бакалавр**


Курс обучения **2 (2)**

Семестр **3 (4)**

Форма обучения **очная (заочная)**

Нальчик 2025

Рабочая программа дисциплины Б1.О.37 «Менеджмент и маркетинг» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 35.03.05 Садоводство утвержденным приказом Минобрнауки России от 01 августа 2017 г. N 737 (далее – ФГОС ВО) и рабочего учебного плана подготовки бакалавров по данному направлению.

Составитель рабочей программы: к.э.н., доцент  А.З. Буздова


Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Управление»

Протокол от «22» мая 2025г. № 10

Зав. кафедрой д.э.н., профессор  Э.С. Баккуев

Одобрено методической комиссией факультета «Экономика и управление»

Протокол от «23» мая 2025г. № 9

Председатель методической комиссии к.э.н., доцент  Г.А. Бекаров

Согласовано:

Директор научной библиотеки  И.А. Шогенова

«22» мая 2025г.

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины: формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков в области управления организациями, получении представления о различных моделях менеджмента и маркетинга в современном мире, возможности их использования в российских условиях, а также умения решать практические вопросы, связанные с управлением различными сторонами деятельности организаций в постоянно меняющейся конкурентной среде.

Задачи дисциплины:

- изучение объективных предпосылок возникновения потребности в управлении;
- формирование современных представлений о сущности, содержании, функциях и методах управления;
- изучение научно-теоретических и методологических основ современного менеджмента;
- ознакомление с теоретическими положениями маркетинга и целями исследования рынков и рыночных процессов;
- формирование представлений о современных проблемах рынка и путях их решения.

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

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-2	Способен определить круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	<p>ИД-1ук-2 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач.</p> <p>ИД-3ук-2 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время</p>	<p>Знать: Принципы и закономерности менеджмента. Основы взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации и стимулирования трудовой деятельности, командообразования, коммуникаций, власти и лидерства, стили управления.</p> <p>Уметь: Ставить цели и формулировать перечень задач для достижения поставленной цели. Определять ожидаемые результаты решения обозначенных задач.</p> <p>Владеть: Методикой, принципами и технологиями принятия управленческих решений для достижения поставленной цели. Навыками оценки достигнутых экономических результатов.</p> <p>Знать: Содержание основных методов менеджмента. Порядок исполнения конкретных управленческих решений. Теоретические основы управления персоналом.</p> <p>Уметь: Эффективно исполнять управленческие решения, в том числе с учетом заявленного качества и за установленное время. Определять стили руководства: авторитарный, демократичный, либеральный; их различия, преимущества, недостатки; условия использования того или иного стиля руководства.</p>

			Владеть: Навыками разработки и эффективного решения конкретных задач в сфере профессиональной деятельности. Навыками использования инструментов и технологий регулирующего воздействия при различных формах власти при реализации конкретных задач проекта заявленного качества и за установленное время.
ПК-14	Способен организовать работу коллектива подразделения предприятия по производству плодовых, декоративных, овощных культур и винограда	ИД-1 ПК-14 Организует работу коллектива подразделения сельскохозяйственного предприятия по производству продукции садоводства	Знать: Основное содержание и применение методов и функции менеджмента при организации деятельности предприятия и его подразделений. Основные принципы подбора и расстановки кадров. Формальные методы оценки и изучения личности. Уметь: Организовать работу структурного подразделения. Применять каждую из пяти форм власти в зависимости от конкретной ситуации. Определять типы темперамента. Владеть: Навыками осуществления межличностных, групповых и организационных коммуникаций. Методами оценки сотрудников. Методами управления персоналом.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.О.37 Менеджмент и маркетинг входит в обязательную часть Блока 1 «Дисциплины (модули)», включенных в учебный план направления подготовки 35.03.05 Садоводство.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Учебные занятия	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
	семестр	семестр
	3	4
	З.е., часов	З.е., часов
1. Контактная работа з.е./час, в том числе (час):	1,64/59	0,44/16
лекции	18(4)*	4(1)*
практические занятия	36(4)*	10(1)*
групповые консультации	1	1
контрольные балльно-рейтинговые мероприятия	3	-
промежуточная аттестация: зачет	1	1
2.Самостоятельная работа з.е./час, в том числе (час):	1,36/49	2,56/92
самостоятельное изучение отдельных тем модуля, подготовка к практическим занятиям	44	87
подготовка к промежуточной аттестации	5	5
Общая трудоемкость з.е./час	3/108	3/108

(*) - занятия, проводимые в интерактивных формах.

4.1 Содержание дисциплины (модуля) структурированное по темам (разделам) с указанием отведенных на них количества часов и видов учебных занятий (очная форма обучения)

Наименование разделов и тем дисциплины	Аудиторные занятия		Сам. раб.
	Лекции	Практ ич. занят ия	Сам. изуч. отд. тем
Раздел 1. Базовые основы и технология менеджмента			
1. Сущность и значение менеджмента	2(1)*	4	5
2. Функции менеджмента	2	4(1)*	5
3. Методы менеджмента	2(1)*	4	5
4. Управление персоналом	2	4(1)*	5
5. Власть и лидерство в системе управления. Стили управления.	2(1)*	4	5
Раздел 1. Базовые основы и технология маркетинга			
6. Определение, принципы, функции и среда маркетинга	2	4(1)*	5
7. Сущность маркетингового исследования рынка	2(1)*	4	5
8. Цены и ценовая политика в маркетинге	2	4(1)*	5
9. Сбытовая политика предприятия	2	4	4
Итого по дисциплине	18(4)*	36(4)*	44

()* - занятия, проводимые в интерактивных формах

Содержание дисциплины (модуля) структурированное по темам (разделам) с указанием отведенных на них количества академических часов и видов учебных занятий (заочная форма обучения)

Наименование разделов и тем дисциплины	Аудиторные занятия		Сам. раб.
	Лекции	Практич. занятия	Сам. изуч. отд. тем
Раздел 1. Базовые основы и технология менеджмента			
1. Сущность и значение менеджмента	0,5(0,5)*	1	8
2. Функции менеджмента	0,5	1	9
3. Методы менеджмента	0,5(0,5)*	1	10
4. Управление персоналом	0,5	1	10
5. Власть и лидерство в системе управления. Стили управления.	0,5	1	10
Раздел 1. Базовые основы и технология маркетинга			
6. Определение, принципы, функции и среда маркетинга	0,5	1(0,5)*	10
7. Сущность маркетингового исследования рынка	0,5	1	10
8. Цены и ценовая политика в маркетинге	0,5	1(0,5)*	10
9. Сбытовая политика предприятия	-	2	10
Итого по дисциплине	4(1)*	10(1)*	87

()* - занятия, проводимые в интерактивных формах

4.2 Содержание разделов дисциплины (модуля)

4.3.1 Лекции

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Номер, тема и содержание лекции	Трудоемкость час.	
			очно	заочно
1.	Базовые основы и технология менеджмента	ЛЕКЦИЯ №1 Тема: «Сущность и значение менеджмента» Содержание понятия «менеджмент» и «управление». История формирования и развития менеджмента как науки. Менеджмент – органическое единство науки и практики. Современные тенденции развития менеджмента. Основные категории менеджмента. Закономерности и принципы менеджмента. Возможности и пути использования опыта зарубежного менеджмента в российских условиях. Эволюция концепции менеджмента.	2(1)*	0,5(0,5)*
		ЛЕКЦИЯ №2 Тема: «Функции менеджмента» Содержание понятия «функции управления». Классификация функции управления по различным признакам. Принципы менеджмента. Общие, специальные и вспомогательные функции управления. Влияние целей, задач, стратегии организации, внешней и внутренней среды, отраслевых факторов на содержательный аспект функций управления организации. Взаимосвязь и динамичность общих, специальных и вспомогательных функций в системе управления организацией. Дублирование функций управления: объективные и субъективные причины дублирования. Понятие результативности функций управления.	2	0,5
		ЛЕКЦИЯ №3 Тема: «Методы менеджмента» Понятие, сущность и классификация методов управления. Мотивационная направленность различных методов управления. Комплексный подход к применению методов управления. Экономические методы управления: планирование; хозрасчет; материальные, трудовые и финансовые балансы; предварительные бюджеты; кредитование; инвестиции; цены; прибыль; заработная плата; премии т.п. Организационно-распорядительные методы управления. Методы организационно-стабилизирующего воздействия. Методы распорядительного воздействия Социально-психологические методы управления, их основная цель. Основные методы социально-психологического исследования. Влияние материальной, властной и духовной мотивации на выбор методов управления. Разновидность организационно-распорядительных методов управления и их особенность. Основные методы социально-психологического исследования: беседа, интервью, опрос, тестирование, анкетирование; прямое или косвенное наблюдение; эксперимент; изучение результативности работника и т.п.	2(1)*	0,5(0,5)*

		ЛЕКЦИЯ №4 Тема: «Управление персоналом» Управление персоналом. Кадровые службы. Функции кадровых служб. Основные принципы подбора и расстановки кадров. Формальные методы оценки и изучения личности. Неформальная оценка. Подходы к оценке личности. Типологический подход. Типы темперамента. Методы оценки сотрудников. Методы управления персоналом. Управление трудовой адаптацией. Управление подготовкой и повышением квалификации кадров. Формы подготовки, переподготовки и повышения квалификации персонала. Особенности японского типа управления персоналом.	2	0,5
		ЛЕКЦИЯ №5 Тема: «Власть и лидерство в системе управления. Стили управления» Содержание понятий «влияние» и «власть». Классификация форм власти и влияния. Власть, основанная на принуждении, ее особенности. Характеристика власти, основанной на вознаграждении. Формы вознаграждений, используемые руководителем. Основные черты экспертной власти. Особенности эталонной власти. Характеристика законной власти. Стили руководства: авторитарный (единоличный), демократичный (коллегиальный), либеральный; их различия, преимущества, недостатки; условия использования того или иного стиля руководства.	2(1)*	0,5
2.	Базовые основы и технология маркетинга	ЛЕКЦИЯ №6 Тема: «Определение, принципы, функции и среда маркетинга» Маркетинг в качестве концепции рыночного управления. Принципы и функции маркетинга Маркетинговая среда. Внутренняя и внешняя среда маркетинга. Неуправляемые факторы макро- и микросреды. Основные параметры и характеристики маркетинговой среды. Внешняя макро- и микро среда маркетинга и ее составляющие. Факторы макросреды маркетинга и их характеристика (демографические, экономические, природные, научно-технические, политико-правовые, социально-культурные). Микросреда маркетинга и ее составляющие: покупатели, конкуренты, поставщики, посредники, контактные аудитории. Приоритет потребителя. Внутренняя среда маркетинга: элементы системы управления, способы и методы получения информации о рынке, организации, планирования и контроля деятельности; элементы комплекса маркетинга (товар, цена, место продажи и стимулирование сбыта), оценка интеллектуального потенциала, уровня развития НИОКР, производственный и финансовый потенциал.	2	0,5
		ЛЕКЦИЯ №7 Тема: «Сущность маркетингового исследования рынка» Изучение товарных рынков как основа разработки маркетинговой политики. Особенности исследования рынка, его основных сегментов. Классификация товарных рынков по виду продаваемого товара, масштабам охвата территории, уровню конкуренции, соотношению спроса и предложения, характеру конечного использования товара, организационной и	2(1)*	0,5

		<p>качественной структуре. Общая структура рынка: потребители, производители и др. Их взаимосвязи. Формы конкуренции: свободная, монополия, олигополия. Спрос и предложение. Понятие «ёмкость рынка», его показатели и динамика. Понятие рыночной конъюнктуры, ее виды и закономерности ее развития. Конъюнктурные исследования. Основные методические требования и этапы конъюнктурного исследования. Процесс изучения рыночной конъюнктуры. Факторы, воздействующие на рыночную конъюнктуру. Специфика конъюнктуры рынка в России. Способы анализа и прогнозирования рынка. Основные направления и возможности использования результатов маркетинговых исследований рынка. Методика исследования рынка. Определение стратегии маркетинга.</p>		
		<p>ЛЕКЦИЯ №8 Тема: «Цены и ценовая политика в маркетинге»</p> <p>Значение комплекса маркетинговых коммуникаций. Определение коммуникационного процесса. Элементы процесса маркетинговых коммуникации (отправителя, получателя, обращения, медиасредств, кодирования, декодирования, ответной реакции, обратной связи и помех). Эволюция маркетинговых коммуникаций. Этапы процесса разработки эффективных коммуникаций: определение целевой аудитории, определение целей коммуникаций, создание обращения, выбор каналов коммуникаций, формирование общего бюджета коммуникаций, принятие решения о структуре коммуникаций – микс, оценку результатов коммуникаций и координацию процесса коммуникаций. Инструменты продвижения, факторы, определяющие структуру маркетинговых коммуникаций и методы оценки результатов продвижения.</p>	2	0,5
		<p>ЛЕКЦИЯ №9 Тема: «Сбытовая политика предприятия»</p> <p>Политика распределения товаров. Элементы распределительного комплекса маркетинга. Субъекты распределительной сети: распределительные органы фирм производителей, сбытовые посредники, сбытовые партнеры. Понятия «канал распределения», «путь распределения». Задачи системы распределения товаров и услуг. Прямые и косвенные каналы распределения. Функции каналов распределения. Уровни канала распределения. Основные системы распределения товаров. Методы и приемы построения каналов сбыта.</p> <p>Понятие товародвижения. Элементы системы товародвижения. Процесс организации товародвижения: выбор места хранения запасов и способа складирования, определение системы перемещения грузов, введение системы управления запасами, установление процедуры обработки заказов, выбор способов транспортировки продукции.</p> <p>Маркетинговая логистика как инструмент оптимизации товародвижения и уровня конкурентоспособности системы сбыта. Цели, задачи и функции маркетинг –</p>	2	-

		логистики. Классификация логистики. Элементы и этапы процесса маркетинг – логистики и методы определения эффективности системы маркетинг – логистики.		
		Итого по дисциплине	18(4)*	4(1)*

4.3.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование раздела	Номер и тема практического занятия	Трудоемкость час.	
			очно	заочно
1.	Базовые основы и технология менеджмента	Практическое занятие №1. Основные категории менеджмента. Закономерности и принципы менеджмента.	2	0,5
		Практическое занятие №2. Возможности и пути использования опыта зарубежного менеджмента в российских условиях. Эволюция концепции менеджмента	2	0,5
		Практическое занятие №3. Классификация функций управления по различным признакам: уровням управления, объектам управления, содержанию. Общие функции управления: планирование, организация, координация, мотивация, контроль.	2(0,5)*	0,5
		Практическое занятие №4. Специальные функции управления: их профессиональная направленность. Вспомогательные функции управления как техническая основа для успешного выполнения общих и специальных функций управления.	2(0,5)*	0,5
		Практическое занятие №5. Понятие, сущность и классификация методов управления. Экономические методы управления.	2	0,5
		Практическое занятие №6. Организационно-распорядительные методы управления. Социально-психологические методы управления, их основная цель.	2	0,5
		Практическое занятие №7. Управление подбором и расстановкой кадров. Оценка персонала.	2(0,5)*	0,5
		Практическое занятие №8. Методы управления персоналом. Управление трудовой адаптацией.	2(0,5)*	0,5
		Практическое занятие №9. Власть, основанная на принуждении, ее особенности. Характеристика власти, основанной на вознаграждении. Основные черты экспертной власти. Особенности эталонной власти. Понятие о харизме и ее основных формах. Характеристика законной власти.	2	0,5
		Практическое занятие №10. Стили руководства: авторитарный (единоличный), демократичный (коллегиальный), либеральный; их различия, преимущества, недостатки; условия использования того или иного стиля руководства.	2	0,5
2.	Базовые основы и технология маркетинга	Практическое занятие №11. Социально-экономическая сущность маркетинга. Виды маркетинга. Функции и принципы маркетинга.	2(0,5)*	0,5(0,25)*
		Практическое занятие №12. Оценка факторов макросреды фирмы. Анализ внутренней среды маркетинга.	2(0,5)*	0,5(0,25)*

		Практическое занятие №13. Маркетинговой информации: классификация, принципы формирования и сбора. Система маркетинговой информации, ее составляющие. Методы получения и обработки маркетинговой информации.	2	0,5
		Практическое занятие №14. Сущность и виды маркетинговых исследований. Процесс маркетингового исследования. Формы организации маркетинговых исследований. Методы прогнозирования в маркетинговой деятельности.	2	0,5
		Практическое занятие №15. Сущность, цели и роль ценовой политики. Ценообразование на разных типах рынков.	2(0,5)*	0,5(0,25)*
		Практическое занятие №16. Факторы ценообразования. Маркетинговые стратегии цен: обоснование и реализация.	2(0,5)*	0,5(0,25)*
		Практическое занятие № 17. Формирование сбытовой политики. Выбор каналов сбыта.	2	1
		Практическое занятие № 18. Обоснование методов сбыта. Вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы.	2	1
		Итого по дисциплине	36(4)*	10(1)*

**Занятия, проводимые в интерактивной форме*

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» в научной библиотеке университета имеется достаточное количество учебников и учебных пособий. Кроме этого, для полноты обеспечения самостоятельной работы учебно – методической документацией по данной дисциплине разработано для внутривузовского пользования учебное пособие.

1 Буздова А.З. [Электронный ресурс] Рабочая тетрадь к практическим занятиям по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» раздел «Менеджмент» для студентов направления подготовки 35.03.05 «Садоводство» всех форм обучения. Н. КБГАУ. 2018. режим доступа: <http://biblioclub.ru>

На самостоятельную работу при изучении данной дисциплины отводится по очной (заочной) формам обучения соответственно 49 (92) часа, из них 44(87) часа выделяется на самостоятельное изучение отдельных тем и вопросов.

При самостоятельном изучении отдельных вопросов и тем основными видами самостоятельной работы обучающихся являются: проработка учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы и информационно-образовательных ресурсов, конспектирование материалов, подготовка к опросу, тестированию, к контрольным бально-рейтинговым мероприятиям, подготовка к промежуточной аттестации.

На очной форме обучения контроль самостоятельной работы, чаще всего осуществляется перед началом чтения лекции, проведения практических занятий, во время проведения бально-рейтинговых контрольных мероприятий и промежуточной аттестации.

На заочной форме обучения, контроль самостоятельной работы осуществляется только во время промежуточной аттестации.

Объем часов выделяемых для подготовки к промежуточной аттестации (5 ч. по очной форме и 5 ч. по заочной форме обучения), используется для самостоятельной подготовки обучающихся к зачету. Данный этап является завершающим при изучении

дисциплины, и контроль самостоятельной работы осуществляется на промежуточной аттестации.

№ темы	Тема и вопросы самостоятельной работы студентов	Объем часов очно (заочно)	Перечень учебно-методического обеспечения*	Форма контроля
1.	Сущность и значение менеджмента 1. История формирования и развития менеджмента как науки. 2. Менеджмент – органическое единство науки и практики. 3. Современные тенденции развития менеджмента. 4. Эволюция концепции менеджмента	5(8)	[1] [3] [4] [7] [8]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета.
2.	Функции менеджмента 1. Влияние целей, задач, стратегии организации, внешней и внутренней среды, отраслевых факторов на содержательный аспект функций управления организацией. 2. Взаимосвязь и динамичность общих, специальных и вспомогательных функций в системе управления организацией. 3. Дублирование функций управления: объективные и субъективные причины дублирования. 4. Понятие результативности функций управления.	5(9)	[1] [3] [4] [7] [8]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета.
3.	Методы менеджмента 1. Влияние материальной, властной и духовной мотивации на выбор методов управления. 2. Разновидность организационно-распорядительных методов управления и их особенность. 3. Основные методы социально-психологического исследования: беседа, интервью, опрос, тестирование, анкетирование; прямое или косвенное наблюдение; эксперимент; изучение результативности работника и т.п.	5(10)	[1] [3] [4] [7] [8]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета.
4.	Управление персоналом 1. Назовите основные методы оценки персонала. 2. Управление персоналом как специфическая функция управленческой деятельности. 3. Персонал и его численность. Структура персонала организации. 4. Система управления персоналом. 5. Функции службы по управлению персоналом. 6. Методы оценки эффективности труда персонала.	5(10)	[1] [3] [4] [7] [9]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета.
5.	Власть и лидерство в системе управления 1. Сильные и слабые стороны различных форм власти. 2. Руководитель и лидер. 3. Адаптация стилей руководства к деловым ситуациям. 4. Различия, преимущества, недостатки; условия использования того или иного стиля руководства.	5(10)	[1] [3] [4] [7] [8]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета.
6.	Определение, принципы, функции и среда маркетинга 1. Маркетинг как концепция рыночного управления. 2. Социально-экономическая сущность маркетинга. 3. Подходы к определению маркетинга. 4. Концепции маркетинга и их эволюция. 5. Система маркетинга, ее особенности.	5(10)	[2] [5] [6]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета.

	6. Необходимость изучения и применения маркетинга на предприятиях в современной России. 7. Изучение факторов макро и микро среды маркетинга. 8. Изучение маркетинговой среды рынка зарубежных стран.			
7.	Сущность маркетингового исследования рынка 1. Классификация маркетинговой информации, ее носители, принципы формирования и сбора. 2. Система маркетинговой информации и ее составляющие. 3. Основные направления маркетинговых исследований. 4. Цели, задачи и процедуры маркетинговых исследований. 5. Количественные маркетинговые исследования 6. Качественные маркетинговые исследования 7. Методы маркетингового исследования.	5(10)	[2] [5] [6]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета.
8.	Цены и ценовая политика в маркетинге 1. Цена товара в комплексе маркетинга. 2. Ценообразование на разных типах рынков. 3. Факторы, определяющие эффективность ценовой политики. 4. Постановка целей ценообразования. 5. Выбор методов ценообразования. 6. Обоснование и реализация маркетинговых стратегий цен. 7. В чем состоят особенности ценообразования на рынках с различной структурой?	5(10)	[2] [5] [6]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета.
9.	Сбытовая политика предприятия 1. Распределение товаров и сбытовая политика предприятия. 2. Сущность и функции сбыта. 3. Вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы. 4. Посредники и их функции. Типы посредников.	4(10)	[2] [5] [6]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета.
	Подготовка к промежуточной аттестации	5(5)		Сдача зачета.
	Итого:	49(92)		

* - Перечень учебно-методического обеспечения приведен в разделе 8.

6. Фонд оценочных средств, для проведения текущего и промежуточного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования при текущем и промежуточном контроле знаний обучающихся.

№ моду-ля	Структурированные модули	Коды формируемых компетенций	Этапы формирования компетенции в процессе освоения дисциплины
1.	1. Сущность и значение менеджмента	УК-2; ПК-14	1-ый рейтинг-контроль. Рейтинговые контрольные мероприятия (коллоквиумы, тесты) подготовка к практическим занятиям
	2. Функции менеджмента	УК-2; ПК-14	
	3. Методы менеджмента	УК-2; ПК-14	
2.	4. Управление персоналом	УК-2; ПК-14	2-ой рейтинг-контроль. Рейтинговые контрольные мероприятия (коллоквиумы, тесты) подготовка к практическим занятиям
	5. Власть и лидерство в системе управления. Стили управления.	УК-2; ПК-14	
	6. Определение, принципы, функции и среда маркетинга	УК-2; ПК-14	

3.	7. Сущность маркетингового исследования рынка	УК-2; ПК-14	3-ий рейтинг контроль
	8. Цены и ценовая политика в маркетинге	УК-2; ПК-14	Рейтинговые контрольные мероприятия (коллоквиумы, тесты) подготовка к практическим занятиям
	9. Сбытовая политика предприятия	УК-2; ПК-14	

6.2. Показатели и критерии оценивания индикаторов достижения компетенций на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания при текущем и промежуточном контроле знаний обучающихся.

Текущий контроль - это непрерывное отслеживание освоения индикаторов достижения универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций по дисциплине.

Промежуточный контроль проводится с целью оценки усвоения студентами материала крупного модуля или раздела учебной дисциплины. В течение семестра проводится три таких контрольных мероприятий, согласно календарного учебного графика.

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом:

- оценки (текущего контроля) за работу в семестре (оценки за выполнение контрольных заданий, за активное участие в опросе студентов перед началом лекции или в конце ее);
- оценки промежуточных знаний на рейтинговых мероприятиях (ответы на тесты, на контрольные вопросы).

Для определения оценки за работу в семестре и оценки промежуточных знаний на рейтинговых мероприятиях содержательная часть рабочей программы четко структурируется на содержательные модули, из которых формируется три блока (модуля), с периодами изучения равными периодам проведения рейтинг-контроля.

Таким образом, устанавливается объем дисциплины, подлежащей оценке качества усвоения в рамках блоков. При этом каждая контрольная точка оценивается в 20 баллов.

Критериями оценки индикатора достижения компетенций являются уровень освоения обучающимися знаний, умений и навыков, которыми они должны обладать при изучении разделов (модулей) дисциплин.

Согласно этих критериев при разработке шкал оценивания автор руководствуется следующим:

15-20 баллов – студент получает при **высоком** уровне овладения индикаторами достижения компетенций и освоения знаний, умений и теоретического материала без пробелов; выполнении всех заданий, предусмотренных учебным планом на высоком качественном уровне; сформировании практических навыков, профессионального применения освоенных знаний;

Это позволяет получить студенту «автоматом» (при 55 и более баллов) или на промежуточной аттестации (при 45 и более баллов) оценку «отлично».

10-14 баллов – студент получает при **среднем** уровне овладения индикаторами достижения компетенций и освоении знаний, умений и теоретического материала, когда учебные задания не оценены максимальным числом баллов, и в основном сформированы практические навыки.

До 10 баллов – студент получает при **пороговом** уровне овладения индикаторами достижения компетенций и частично с пробелом освоении знания, умения и теоретического материала, некачественном выполнении учебных заданий, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, в случаях не сформирования некоторых практических навыков

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Рабочей программой дисциплины «Менеджмент и маркетинг» предусмотрено участие дисциплины в формировании следующих компетенций:

УК-2 Способен определить круг задач в рамках поставленной цели и выбрать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

ПК-14 Способен организовать работу коллектива подразделения предприятия по производству плодовых, декоративных, овощных культур и винограда

В процессе освоения образовательной программы 35.03.05 Садоводство компетенций УК-2; ПК-14 формируются при изучении дисциплин, прохождении практик и ГИА.

Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы «Садоводство»

Код компетенции	Дисциплины, практики, ГИА, через которые формируется компетенция (компоненты)	Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы
УК-2	Б1.О.16 Экономическая теория Б2.О.02(У) "Учебная практика, научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)"	2
	Б1.О.37 Менеджмент и маркетинг	3
	Б1.О.23 Правоведение	4
	Б3.01.(Д) Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	8
ПК-14	Б1.О.37 Менеджмент и маркетинг	3
	Б1.О.38 Экономика и организация садоводства	4
	Б1.В.1.08 Грибоводство	6
	Б2.О.06(Пд) Производственная практика, преддипломная Б3.01.(Д) Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	8

** Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы определяются семестром изучения дисциплин, прохождения практик.*

7.2. Описание показателей индикаторов достижения компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Для оценки знаний, умений, навыков и индикаторов достижения компетенций по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы (БРС) положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего, промежуточного контроля и промежуточной аттестации знаний.

Промежуточная аттестация – зачет.

При модульной системе основным стимулом к регулярной работе студентов является возможность быть освобожденным от зачета (получить их «автоматом»). Для этого студент должен выполнить следующие условия:

- не иметь по промежуточным модулям **0** баллов;

- если студент набрал по итогам текущего рейтинга **49** и более баллов, то он получает зачет «автоматом».

Максимальная сумма баллов, которую студент может набрать за семестр составляет **100** баллов, из которых на текущий и промежуточный контроль отводится **60** баллов. Оставшиеся **40** баллов - это сумма баллов, которую студент может набрать по результатам промежуточной аттестации *зачет*.

Студент, получивший по итогам текущего и промежуточного контроля меньше 45 баллов, не может претендовать на оценку «отлично».

Индикаторы достижения компетенций*

Код и наименование индикатора достижения компетенции, этапы освоения	Планируемые результаты обучения	Соответствие индикатора достижения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено
ИД-1ук-2 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач. (3-этап)	Знать: Принципы и закономерности менеджмента. Основы взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации и стимулирования трудовой деятельности, командообразования, коммуникаций, власти и лидерства, стили управления.	Не знает принципы и закономерности менеджмента; основы взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации и стимулирования трудовой деятельности, командообразования, коммуникаций, власти и лидерства, стили управления.	Частично знаком с принципами и закономерностями менеджмента; основами взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации и стимулирования трудовой деятельности, командообразования, коммуникаций, власти и лидерства, стили управления.	Достаточно владеет знаниями с принципах и закономерностях менеджмента; основами взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации и стимулирования трудовой деятельности, командообразования, коммуникаций, власти и лидерства, стили управления.	В полной мере владеет знаниями с принципами и закономерностями менеджмента; основами взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации и стимулирования трудовой деятельности, командообразования, коммуникаций, власти и лидерства, стили управления.
	Уметь: Ставить цели и формулировать перечень задач для достижения поставленной цели. Определять ожидаемые результаты решения обозначенных задач.	Не обладает умениями в рамках компетенции ставить цели и формулировать перечень задач для достижения поставленной цели; определять ожидаемые результаты решения обозначенных задач.	Частично обладает умениями ставить цели и формулировать перечень задач для достижения поставленной цели; определять ожидаемые результаты решения обозначенных задач.	Умеет хорошо обосновать цели и формулировать перечень задач для достижения поставленной цели; определять ожидаемые результаты решения обозначенных задач.	В полной мере может обосновать цели и формулировать перечень задач для достижения поставленной цели; определять ожидаемые результаты решения обозначенных задач.

	Владеть: Методикой, принципами и технологиями принятия управленческих решений для достижения поставленной цели. Навыками оценки достигнутых экономических результатов.	Не владеет методикой, принципами и технологиями принятия управленческих решений для достижения поставленной цели; навыками оценки достигнутых экономических результатов.	Не в полной мере владеет методикой, принципами и технологиями принятия управленческих решений для достижения поставленной цели; навыками оценки достигнутых экономических результатов.	На достаточном уровне владеет методикой, принципами и технологиями принятия управленческих решений для достижения поставленной цели; навыками оценки достигнутых экономических результатов.	Владеет на высоком уровне методикой, принципами и технологиями принятия управленческих решений для достижения поставленной цели; навыками оценки достигнутых экономических результатов.
ИД-ЗУК-2 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время (3-этап)	Знать: Содержание основных методов менеджмента. Порядок исполнения конкретных управленческих решений. Теоретические основы управления персоналом.	Не знает содержания основных методов менеджмента; порядок исполнения конкретных управленческих решений; теоретические основы управления персоналом.	Частично знаком с содержанием основных методов менеджмента; порядком исполнения конкретных управленческих решений; теоретическими основами управления персоналом.	Достаточно владеет знаниям с содержанием основных методов менеджмента; порядком исполнения конкретных управленческих решений; теоретическими основами управления персоналом.	Отлично знает содержание основных методов менеджмента; порядок исполнения конкретных управленческих решений; теоретические основы управления персоналом.
	Уметь: Эффективно исполнять управленческие решения, в том числе с учетом заявленного качества и за установленное время. Определять стили руководства: авторитарный, демократичный, либеральный; их различия, преимущества, недостатки; условия использования того или иного стиля руководства.	Не умеет эффективно исполнять управленческие решения, в том числе с учетом заявленного качества и за установленное время; определять стили руководства: авторитарный, демократичный, либеральный; их различия, преимущества, недостатки; условия использования того или иного стиля руководства.	Частично умеет эффективно исполнять управленческие решения, в том числе с учетом заявленного качества и за установленное время; определять стили руководства: авторитарный, демократичный, либеральный; их различия, преимущества, недостатки; условия использования того или иного стиля руководства.	Хорошо умеет эффективно исполнять управленческие решения, в том числе с учетом заявленного качества и за установленное время; определять стили руководства: авторитарный, демократичный, либеральный; их различия, преимущества, недостатки; условия использования того или иного стиля руководства.	В полной мере может эффективно исполнять управленческие решения, в том числе с учетом заявленного качества и за установленное время; определять стили руководства: авторитарный, демократичный, либеральный; их различия, преимущества, недостатки; условия использования того или иного стиля руководства.
	Владеть: Навыками разработки и эффективного решения конкретных задач в сфере профессиональной деятельности. Навыками использования инструментов и технологий регулирующего воздействия при различных формах власти при реализации	Не владеет навыками разработки и эффективного решения конкретных задач в сфере профессиональной деятельности; использования инструментов и технологий регулирующего воздействия при различных формах власти при реализации	Частично владеет навыками разработки и эффективного решения конкретных задач в сфере профессиональной деятельности; использования инструментов и технологий регулирующего воздействия при различных формах власти при реализации	Хорошо владеет навыками разработки и эффективного решения конкретных задач в сфере профессиональной деятельности; использования инструментов и технологий регулирующего воздействия при различных формах власти при реализации	Отлично владеет навыками разработки и эффективного решения конкретных задач в сфере профессиональной деятельности; использования инструментов и технологий регулирующего воздействия при различных формах власти при реализации

	реализации конкретных задач проекта заявленного качества и за установленное время.	конкретных задач проекта заявленного качества и за установленное время.	конкретных задач проекта заявленного качества и за установленное время.	власти при реализации конкретных задач проекта заявленного качества и за установленное время.	при реализации конкретных задач проекта заявленного качества и за установленное время.
ИД-1 ПК-14 Организует работу коллектива подразделения сельскохозяйственного предприятия по производству продукции садоводства (3-этап)	Знать: Основное содержание и применение методов и функции менеджмента при организации деятельности предприятия и его подразделений. Основные принципы подбора и расстановки кадров. Формальные методы оценки и изучения личности.	Не знает основного содержания и применения методов и функции менеджмента при организации деятельности предприятия и его подразделений; основных принципов подбора и расстановки кадров; формальных методов оценки и изучения личности.	Частично знает основное содержание и применение методов и функции менеджмента при организации деятельности предприятия и его подразделений; основные принципы подбора и расстановки кадров; формальные методы оценки и изучения личности.	Знает на достаточно высоком уровне основное содержание и применение методов и функции менеджмента при организации деятельности предприятия и его подразделений; основные принципы подбора и расстановки кадров; формальные методы оценки и изучения личности.	На высоком уровне знает основное содержание и применение методов и функции менеджмента при организации деятельности предприятия и его подразделений; основные принципы подбора и расстановки кадров; формальные методы оценки и изучения личности.
	Уметь: Организовать работу структурного подразделения. Применять каждую из пяти форм власти в зависимости от конкретной ситуации. Определять типы темперамента.	Не умеет организовывать работу структурного подразделения; применять каждую из пяти форм власти в зависимости от конкретной ситуации; определять типы темперамента.	Не в полной мере умеет организовать работу структурного подразделения; применять каждую из пяти форм власти в зависимости от конкретной ситуации; определять типы темперамента.	На достаточно хорошем уровне умеет организовать работу структурного подразделения; применять каждую из пяти форм власти в зависимости от конкретной ситуации; определять типы темперамента.	На высоком уровне умеет организовать работу структурного подразделения; применять каждую из пяти форм власти в зависимости от конкретной ситуации; определять типы темперамента.
	Владеть: Навыками осуществления межличностных, групповых и организационных коммуникаций. Методами оценки сотрудников. Методами управления персоналом.	Не владеет навыками осуществления межличностных, групповых и организационных коммуникаций; методами оценки сотрудников; методами управления персоналом.	Частично знаком с навыками осуществления межличностных, групповых и организационных коммуникаций; методами оценки сотрудников; методами управления персоналом.	Достаточно владеет навыками осуществления межличностных, групповых и организационных коммуникаций; методами оценки сотрудников; методами управления персоналом.	На высоком уровне владеет навыками осуществления межличностных, групповых и организационных коммуникаций; методами оценки сотрудников; методами управления персоналом.

Для допуска к зачету, студент должен набрать в ходе текущего и промежуточного контроля не менее **40** баллов. Если эта сумма меньше **30** баллов, то студент не допускается к зачету. Если эта сумма больше или равна **30**, то путем дополнительного опроса (собеседование, контрольный опрос, тест, реферат) эта сумма может быть повышена до **40** баллов.

Для допуска к зачету студенту необходимо восстановить пробелы, как по текущему, так и по промежуточному контролю. На зачете студент может получить **20 – 40** баллов. Максимальный балл при каждой повторной пересдаче уменьшается на **10** баллов.

Если ответы студента оцениваются суммой баллов менее **20**, то студенту выставляется **0** баллов.

Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Шкала оценивания	Критерии оценивания
Высокий уровень (зачтено)	85-100	заслуживает студент, освоивший знания, умения и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень (зачтено)	70-84	заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень (зачтено)	60-69	заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения и теоретический материал, либо не выполнил учебные задания, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень (не зачтено)	0-59	заслуживает студент, не освоивший знания, умения, и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения индикаторов достижений компетенций ИД-1_{ук-2}, ИД-3_{ук-2}, ИД-1_{ПК-14}

7.3.1. Тесты для текущего и промежуточного контроля знаний обучающихся

Тема 1. Сущность и значение менеджмента

1. С чем было связано возникновение практики управления?
 - а) с появлением общения, б) с возникновением письменности,
 - в) с разделением и кооперацией труда; г) с возникновением производства,
 - д) с возникновением первобытнообщинного строя.
2. Когда менеджмент выделился в самостоятельную область знаний?
 - а) в XIX в, б) в XVIII в; в) на рубеже XIX и XX вв,
 - г) в середине XX в, д) в средние века.
3. Какое государство является родиной менеджмента?
 - а) Франция, б) США; в) Россия; г) Англия, д) Германия.
4. Где преимущественно следует использовать понятие "менеджмент"?
 - а) в естественных система, б) в предпринимательских, корпоративных структурах; в) в социально-экономических системах, г) в иерархических структурах, д) во всех управленческих структурах.
5. Что такое менеджмент?
 - а) теория и практика управления; б) главный принцип управления,
 - в) исключительно теория управления, г) исключительно практика управления.

Теме 2. Функции менеджмента

1. Что такое процесс управления?
 - а) последовательная деятельность менеджера,
 - б) совокупность непрерывных, взаимосвязанных функций;
 - в) совокупность принципов и методов управления.

2. *Что такое функция управления?*

- а) управленческая деятельность,
- б) обособленный вид управленческой деятельности;
- в) должностная обязанность менеджера.

3. *Какова роль координации в процессе управления?*

- а) формировать структуру организации,
- б) распределять полномочия между органами,
- в) обеспечивать взаимодействие и согласованность звеньев;
- г) обеспечивать связь между подразделениями.

4. *Назовите первую функцию процесса управления?*

- а) мотивация, б) организация, в) планирование;

5. *Какие функции управления называют общими?*

- а) производство, маркетинг, финансы,
- б) планирование, организация, мотивация, контроль, координация;
- в) предпринимательство, производство, инновации, информация.

Тема 3. Методы менеджмента

1. *На чем основываются экономические методы управления?*

- а) на материальных интересах объектов управления;
- б) на воздействии на социальные условия работающих,
- в) на законодательных и нормативных актах, г) на хозяйственном расчете.

2. *Каковы общие методы управления?*

- а) административные, экономические и социально-психологические;
- б) воспроизводственные и маркетинговые,
- в) сетевые и балансовые, г) законодательные и нормативные.

3. *На чем основываются социально-психологические методы управления?*

- а) на материальном интересе работников,
- б) на законодательных и нормативных актах,
- в) на воздействии на сознание и социальные условия;
- г) на морально-психологическом климате.

4. *Что такое методы управления?*

- а) закономерности управления, б) основные правила управления,
- в) управленческие законы, г) способы воздействия субъекта на объект;
- д) методы работы менеджеров.

5. *На чем основываются административные методы управления?*

- а) на законодательных и нормативных актах;
- б) на экономических интересах объектов управления,
- в) на воздействии на социально-бытовые условия работающих,
- г) на штрафных санкциях.

Тема 4. Управление персоналом

1. *Под категорией «кадры организации» следует понимать:*

- а) часть населения, обладающая физическим развитием, умственными способностями и знаниями, которые необходимы для работы в экономике; б) трудоспособное население в рамках отдельной организации, на микроуровне.

2. *Что представляет процесс набора персонала:*

А. создание достаточно представительного списка квалифицированных кандидатов на вакантную должность; Б. прием сотрудников на работу; В. процесс селекции кандидатов, обладающих минимальными требованиями для занятия вакантной должности.

3. *Адаптация это:*

а) приспособление работника к новым профессиональным, социальным и организационно-экономическим условиям труда; б) взаимное приспособление работника и организации путем постепенной вработываемости сотрудника в новых условиях; в) приспособление организации к изменяющимся внешним условиям.

Тема 5. Власть и лидерство в системе управления. Стили управления.

1. *Какой вид власти подразумевает веру исполнителя в то, что влияющий имеет возможность удовлетворять его потребности:*

- а) власть, основанная на принуждении,
- б) власть, основанная на вознаграждении;
- в) экспертная власть,
- г) эталонная власть,
- д) законная власть,

2. *Какой вид власти подразумевает веру исполнителя в то, что влияющий имеет возможность заставлять и полное право наказывать:*

- а) власть, основанная на принуждении;
- б) власть, основанная на вознаграждении,
- в) экспертная власть,
- г) эталонная власть,
- д) законная власть,

3. *Какой вид власти подразумевает веру исполнителя в то, что руководитель обладает специальными знаниями и компетенцией, которые позволяют удовлетворить его потребности:*

- а) власть, основанная на принуждении,
- б) власть, основанная на вознаграждении,
- в) экспертная власть;
- г) эталонная власть,
- д) законная власть,

4. *Какой вид власти подразумевает веру исполнителя в то, что влияющий имеет право отдавать приказания и что его долг подчиняться им:*

- а) власть, основанная на принуждении,
- б) власть, основанная на вознаграждении,
- в) экспертная власть,
- г) эталонная власть,
- д) законная власть;

5. *При каком виде власти характеристики и свойства влияющего настолько привлекательны для исполнителя, что он хочет быть таким же как влияющий:*

- а) власть, основанная на принуждении,
- б) власть, основанная на вознаграждении,
- в) экспертная власть,
- г) эталонная власть;
- д) законная власть,

6. *При авторитарном стиле управления чаще используются следующие методы управления:*

а) организационно-распорядительные методы управления; б) экономические методы управления; в) социально-психологические методы управления, г) все ответы верны,

7. *Стиль руководства, характеризующийся невмешательством в работу подчиненных, низкой ответственностью, а зачастую и попустительством, называется:*

- а) диктаторским, б) либеральным; в) демократическим, г) авторитарным,

8. *Стиль руководства, характеризующийся централизацией власти, единоначалием, чрезмерной требовательностью, методами принуждения, называется:*

- а) либеральным, б) диктаторским, в) демократическим, г) авторитарным;

9. *Стиль руководства, характеризующийся партнерскими отношениями, коллегиальным обсуждением проблем, самостоятельностью и инициативностью, взаимным контролем, называется:*

- а) авторитарным, б) либеральным, в) демократическим; г) диктаторским.

Тема 6. Определение, принципы, функции и среда маркетинга

1. *Всё, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается на рынке для обмена называется:*

- а) товаром; б) запросом; в) обменом; г) сделкой.

2. *Потребность подкрепленная покупательской способностью, это:*

- а) запрос; б) товар; в) нужда; г) услуга.

3. *Коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами называется:*

- а) сделкой; б) обменом; в) рынком; г) самообеспечением.

4. *Совокупность существующих и потенциальных покупателей товара называется:*

- а) рынком; б) обменом; в) сделкой; г) бартером.

5. *Чувство ощущаемое человеком нехватки чего – либо называется:*

- а) нуждой; б) потребностью; в) запросом; г) необходимостью.

Тема 7. Сущность маркетингового исследования рынка

1. *Сплошные опросы всех потребителей, поскольку круг этих потребителей относительно ограничен, производятся в отношении товаров:*

- а) широкого потребления; б) не пользующихся спросом; в) производственного назначения; г) ограниченного спроса.

2. *Вид опроса, позволяющий постоянно следить за эволюцией спроса и предложения, называется:*

- а) панелью потребителей; б) контролем потребителей; в) экспертизой потребителей; г) управлением потребителей.

3. *Не относится к методам сбора первичных данных в маркетинговых исследованиях:*

- а) восприятие; б) эксперимент; в) наблюдение; г) опрос.

4. *Какую информацию позволяет получить система внутренней отчетности:*

- а) цены на конкурирующие товары; б) движение денежных средств фирмы; в) прибыльность фирм – поставщиков; г) число фирм, выпускающих данный товар.

5. *Определите порядок этапов проведения маркетинговых исследований:*

- а) представление полученных результатов; б) сбор информации; в) формирование целей исследования; г) анализ информации; д) отбор источников информации.

Тема 8. Цены и ценовая политика в маркетинге

1. *Вычеркните лишнее:*

Установление цены может осуществляться на основе: а) анализа безубыточности; б) уровня текущих цен; в) произвольной оценки; г) ощущаемой ценности товара; д) закрытых торгов; е) минимально возможной цены; ж) средних издержек плюс прибыль.

2. *Стратегия «снятия сливок» проводится, когда имеется круг покупателей, которые относятся к группе: 1) новаторы; 2) консерваторы; 3) обычные потребители; 4) суперноваторы; 5) суперконсерваторы; 6) приверженцы марки:*

- а) 3,6; б) 2,3,5; в) 2,4,5; г) 1,4

3. *Стратегия низких цен*: 1) применяется редко для апробирования товара; 2) безопасна, так как уменьшает риск из – за неизвестности отношения покупателя к новому товару; 3) используется для проникновения на внешний рынок и расширения своей доли на внутреннем рынке; 4) известна как «цена недопущения»; 5) предполагает возвращение затрат на разработку нового товара через значительно более длительное время, чем при стратегии «снятия сливок»; 6) предполагает изменение объемов продаж и цен для поддержания запланированного размера прибыли:

а) 1,3,5,6; б) 2,3,4,5; в) 2,3,5; г) 1,3,6.

4. *Стратегия цен, отражающая уровень репутации фирмы*: 1) предполагает концентрацию усилий на высоком качестве товара; 2) широко используется всеми фирмами; 3) опирается на широкое рекламирование товара без акцента на его цене; 4) направлена на превращение товара в ведущую марку среди товаров данного типа; 5) применяется к побочным и сопутствующим товарам; 6) относится к группе товаров, где один товар может заменить другой в потреблении:

а) 2,4,6; б) 1,3,4; в) 2,3,6; г) 1,3,5.

5. *Стратегия средних цен*: 1) является наиболее типичной стратегией для большинства фирм; 2) применяется редко с целью апробирования товара; 3) исключает «войну цен»; 4) используется для быстрого возмещения затрат, связанных с разработкой товара; 5) позволяет получить справедливую прибыль на вложенный капитал; 6) не приводит к появлению нового конкурента:

а) 1,3,4; б) 1,3,5,6; в) 2,4,5; г) 2,4,5,6.

Тема 9. Сбытовая политика предприятия

1. *Путь, по которому товары движутся от производителей к потребителям, называется:*

а) каналом распределения; б) транспортным путем; в) магистралью; г) транзитом

2. *Использование посредников в сфере обращения выгодно, прежде всего:*

а) производителям; б) потребителям; в) государству; г) дилерам.

3. *Количество прямых контактов производителей с потребителями с помощью посредников:*

а) сокращается; б) увеличивается; в) не меняется; г) сокращается в два раза.

4. *Любой посредник, который выполняет работу по приближению товара к потребителю, представляет:*

а) уровень канала распределения; б) сегмент канала распределения; в) сектор канала распределения; г) луч канала распределения.

5. *Двухуровневый канал распределения состоит из:*

а) двух посредников; б) производителя и потребителя; в) производителя и одного посредника; г) посредника и потребителя

7.3.2. Задания для подготовки к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям

1 - ый рейтинг контроль

1. Менеджмент как самостоятельная область знаний, сочетающая теорию, практику и искусство управления.

2. Основные категории менеджмента.

3. Закономерности и принципы менеджмента.

4. Подходы в менеджменте с ориентацией на человеческий фактор.

5. Современные тенденции развития менеджмента.

6. Общие функции управления: планирование, организация, координация, мотивация, контроль.

7. Специальные функции управления: их профессиональная направленность.

8. Вспомогательные функции управления как техническая основа для успешного выполнения общих и специальных функций управления.
9. Характеристика методов управления.
10. Экономические методы управления.
11. Административные методы управления.
12. Социально-психологические методы управления.

2 - ой рейтинг контроль

1. Основные методы оценки персонала.
2. Управление персоналом как специфическая функция управленческой деятельности.
3. Система управления персоналом.
4. Функции службы по управлению персоналом.
5. Понятие и сущность власти.
6. Источники власти.
7. Виды власти.
8. Лидерство и власть.
9. Подходы к лидерству с позиции личных качеств, поведенческий и ситуационный подходы.
10. Имидж менеджера.
11. Стили управления.
12. Социально-экономическая сущность маркетинга.
13. Виды маркетинга.
14. Функции и принципы маркетинга.
15. Оценка факторов макросреды фирмы.

3 - ий рейтинг контроль

1. Маркетинговая информация: классификация, принципы формирования и сбора.
2. Методы получения и обработки маркетинговой информации.
3. Сущность и виды маркетинговых исследований.
4. Процесс маркетингового исследования.
5. Сущность, цели и роль ценовой политики.
6. Ценообразование на разных типах рынков.
7. Факторы ценообразования.
8. Маркетинговые стратегии цен: обоснование и реализация.
9. Формирование сбытовой политики.
10. Выбор каналов сбыта.
11. Обоснование методов сбыта.
12. Вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы.

7.3.3. Перечень вопросов выносимых на промежуточную аттестацию

1. Необходимость и сущность менеджмента.
2. Важнейшие категории менеджмента.
3. Закономерности менеджмента.
4. Принципы управления.
5. Сущность и содержание функции управления.
6. Классификация функции управления.
7. Перспективные направления развития организаций.
8. Сущность и содержание методов управления.
9. Классификация методов управления.
10. Экономические методы управления.

11. Организационно-распорядительные методы управления.
12. Социально-психологические методы управления.
13. Содержание понятий «власть» и «лидер».
14. Классификация и оценка различных форм власти.
15. Общая характеристика проблемы лидерства.
16. Основные подходы к проблеме лидерства.
17. Управление персоналом.
18. Социально-экономическая сущность маркетинга.
19. Основные категории маркетинга.
20. Виды маркетинга: особенности классификации и характеристика.
21. Основные принципы маркетинга.
22. Функции маркетинга.
23. Маркетинговая среда предприятия: сущность, структура.
24. Основные факторы микросреды.
25. Основные факторы макросреды.
26. Сущность и содержание маркетинговой информации.
27. Значение маркетинговой информации.
28. Классификация маркетинговой информации.
29. Носители маркетинговой информации.
30. Принципы формирования и сбора маркетинговой информации.
31. Понятие маркетинговых исследований.
32. Необходимость маркетинговых исследований.
33. Виды маркетинговых исследований.
34. Основные направления маркетинговых исследований.
35. Цели маркетинговых исследований.
36. Задачи маркетинговых исследований.
37. Процедуры маркетинговых исследований.
38. Система сбора первичной информации.
39. Система анализа первичной информации.
40. Рынок как экономическая основа маркетинга.
41. Сущность ценовой политики в маркетинге.
42. Цели ценовой политики в маркетинге.
43. Роль ценовой политики в маркетинге.
44. Ценообразование на разных типах рынков.
45. Факторы, определяющие эффективность ценовой политики.
46. Обоснование маркетинговых стратегий цен.
47. Реализация маркетинговых стратегий цен.
48. Сущность функции каналов распределения.
49. Содержание функции каналов распределения.
50. Сущность и элементы товародвижения.

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

Методическими материалами, определяющими процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих индикаторы достижений компетенций являются внутривузовские локальные нормативные акты: «Положение о балльно-рейтинговой системе контроля и оценки успеваемости студентов» и «Положение о промежуточной аттестации обучающихся».

График проведения рейтинговых контрольных мероприятий и даты проведения промежуточной аттестации, по курсам и семестрам, отражены в утвержденных проректором по УР календарных учебных графиках и расписаниях промежуточной

аттестации по направлению подготовки, которые размещаются на информационных стендах факультетов и на сайте университета в установленные сроки.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная:

1. Маслова, Е. Л. Менеджмент : учебник / Е. Л. Маслова. – 5-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 332 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=711137> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05584-3. – Текст : электронный.
2. Набоков, В. И. Менеджмент : учебник / В. И. Набоков. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 186 с. : ил., табл. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709857> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05727-4. – Текст : электронный.
3. Николаева, М. А. Маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. А. Николаева, И. А. Рамазанов, В. М. Комаров. – Москва : Дашков и К°, 2025. – 230 с. : ил., табл. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720379> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-06110-3. – Текст : электронный.

Дополнительная:

4. Айдаркина, Е. Е. Менеджмент : учебное пособие : [16+] / Е. Е. Айдаркина, Т. С. Ласкова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2022. – 178 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=700193>
5. Блинов, А. О. Теория менеджмента : учебник / А. О. Блинов, Н. В. Угрюмова. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 299 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684380>
6. Николаева, М. А. Маркетинг : учебник и практикум / М. А. Николаева, С. А. Калугина. – Москва : Дашков и К°, 2025. – 364 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720380>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-06153-0. – Текст : электронный.
7. Основы современного управления : теория и практика : учебник : [16+] / Н. И. Малышев, М. П. Хрипков, А. Ф. Глисин [и др.] ; под общ. ред. А. Т. Алиева, В. Н. Боронова. – 6-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2025. – 526 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720244> – ISBN 978-5-394-06018-2. – Текст : электронный.
8. Романов, А. А. Маркетинг : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 438 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710166>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05522-5. – Текст : электронный.
9. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова, Г. А. Гадиев, Д. А. Жильцов [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой, Д. В. Тюрина. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 408 с. : табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720354> – Библиогр.: с. 356-361. – ISBN 978-5-394-06027-4. – Текст : электронный.

9. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

ЭБС «Издательства Лань»

Коллекция «Единая профессиональная база знаний для аграрных вузов»

ООО «Издательство Лань».

Лицензионный договор № 003/2025-44ФЗ от 22.05.25 г сроком на 1 год
<http://e.lanbook.com/>

Сетевая электронная библиотека
ООО «ЭБС ЛАНЬ»

Договор № СЭБ НВ-164 от 17.12.2019 г. – бессрочный
<http://e.lanbook.com/>
<http://seb.e.lanbook.com/>

ЭБС «Университетская библиотека online». Базовая часть
ООО «Директ-Медиа»
Контракт № 51-04/2025 от 22.05.2025 г сроком на 1 год
<http://biblioclub.ru>

Научная электронная библиотека e-LIBRARY.RU (SCIENCE INDEX)
ООО Научная электронная библиотека.
Лицензионный договор № SIO-2114/2025 от 06.05.2025 сроком на 1 год
<http://elibrary.ru>

Гарант
ООО «Гарант-КБР» Договор № 305-2025г. от 09.01.2025 г. сроком на 1 год

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Система университетского обучения основывается на рациональном сочетании нескольких видов учебных занятий (в первую очередь, лекций, практические занятия), работа на которых обладает определенной спецификой.

На лекциях студенту рекомендуется внимательно слушать учебный материал, записывать основные моменты, идеи, пытаться сразу понять главные положения темы, а если что не ясно – делать соответствующие пометки. После лекции во внеурочное время целесообразно прочитать записанный материал с целью его усвоения и выяснения непонятных вопросов.

Практические занятия - групповая форма занятий, проходящих при активном участии студентов. Такие занятия способствуют углублённому изучению наиболее сложных вопросов дисциплины и служат основной формой подведения итогов самостоятельной работы студентов. На практических занятиях студенты учатся грамотно излагать проблемы, свободно высказывать свои мысли и суждения, вести полемику, убеждать, доказывать, опровергать, отстаивать свои убеждения, рассматривают ситуации, способствующие развитию профессиональной компетентности. Умение выступать перед аудиторией и грамотно обосновывать свою позицию – необходимые для будущих управленцев (менеджеров) навыки.

Студент должен тщательно готовиться к практическим занятиям путем проработки теоретических положений по теме занятия из конспекта лекции, рекомендуемых учебников, учебных пособия, дополнительной литературы, интернет - источников.

Работа и ответы на практических занятиях, приходящиеся на каждый промежуточный рубеж оценивается в 10 баллов за три точки - 30 баллов).

Раздел «Самостоятельная работа» информирует обучающихся, какие вопросы раздела (модуля) выносятся на самостоятельное изучение, об их учебно-методическом обеспечении (учебники, учебные пособия, методические указания, рекомендуемые страницы и т.д.). Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий.

Самостоятельная работа студента над усвоением учебного материала по учебной дисциплине может выполняться в библиотеке университета, учебных кабинетах, компьютерных классах, а также в домашних условиях. Содержание самостоятельной работы студента определяется учебной программой дисциплины, методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя.

Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Самостоятельная работа в аудиторное время может включать:

- конспектирование (составление тезисов) лекций;
- выполнение контрольных работ;
- решение задач;
- работу со справочной и методической литературой;
- работу с нормативными правовыми актами;
- выступления с докладами, сообщениями на семинарских занятиях;
- защиту выполненных работ;
- участие в оперативном (текущем) опросе по отдельным темам изучаемой дисциплины;
- участие в беседах, деловых (ролевых) играх, дискуссиях, круглых столах, конференциях;
- участие в тестировании и др.

Самостоятельная работа во внеаудиторное время может состоять из:

- повторение лекционного материала;
- подготовки к семинарам (практическим занятиям);
- изучения учебной и научной литературы;
- изучения нормативных правовых актов (в т.ч. в электронных базах данных);
- решения задач, выданных на практических занятиях;
- подготовки к контрольным работам, тестированию и т.д.;
- подготовки рефератов, эссе и иных индивидуальных письменных работ по заданию преподавателя;
- выполнения курсовых работ, предусмотренных учебным планом;
- проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов.

Степень усвояемости вопросов самостоятельной работы определяется при текущем и промежуточном контроле и при промежуточной аттестации.

Студенты очно-заочной формы обучения, после окончания предыдущей сессии, знакомятся с целями и задачами изучения дисциплины, с перечнем вопросов которые они должны изучать для формирования индикаторов достижения компетенции, запланированных в рабочей программе.

Студенту следует тщательно готовиться к промежуточному контролю (тестированию, контрольным работам, контрольным опросам), прорабатывая конспект лекций и рекомендуемую литературу.

Подготовка к промежуточной аттестации.

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

Дисциплина «Менеджмент» рассчитана на изучение в течение одного семестра и заканчивается сдачей зачета с оценкой.

11. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

11.1 Лицензионное программное обеспечение

AutoDesk AutoCad 2012 Education Product Standalone б/н

Антиплагиат.ВУЗ 5.0 Модуль поиска «Объединенная коллекция 2020»

лицензионный договор № 10023 от 12.05.2025 г. сроком на 1 год

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition № лицензии 26ЕС-241021-134643-810-2826, договор № 651/А от 18.10.2024 г. до 31.10.2025

Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
«Российское образование» - федеральный портал	http://www.edu.ru/index.php
Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"	http://window.edu.ru/
Официальный интернет-портал правовой информации.	http://pravo.gov.ru
Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»	http://ecsocman.hse.ru
Словари и энциклопедии на «Академик»	http://dic.academic.ru
Система «Антиплагиат»	www.antiplagiat.ru
Консультат Плюс	http://www.consultant.ru
Ассоциация менеджеров	http://www.amr.ru
«Энциклопедия маркетинга» - образовательный портал для предпринимателей.	http://www.marketing.spb.ru
Список литературы по менеджменту	http://referatwork.ru

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

№ п.п.	Вид учебной работы	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
1.	Лекционные занятия	Аудитории для проведения занятий лекционного типа в соответствии с перечнем аудиторного фонда	Доска аудиторная, экран настенный, проектор, компьютер с выходом в Интернет
2.	Практические занятия	Аудитория для проведения практических занятий	Доска аудиторная, экран настенный, проектор, компьютер с выходом в Интернет
3.	Самостоятельная работа	Учебная аудитория (компьютерный класс с выходом в Интернет), для организации самостоятельной работы обучающихся; читальный зал научной библиотеки	Доска аудиторная, специализированная мебель, компьютера с выходом в интернет