

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

Факультет «Экономика и управление»

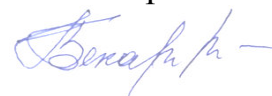
Кафедра «Управление»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

«Экономика и управление»

Бекаров Г.А.



«27» мая 2025г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.39 Менеджмент и маркетинг

Направление подготовки - **35.03.04 Агрономия**

Направленность (профиль) – **Семеноводство и селекция сельскохозяйственных культур**

Квалификация выпускника – **бакалавр**

Курс обучения **2;2; (3)**

Семестр **3;4; (5)**

Форма обучения **очная; очно-заочная; (заочная)**

Нальчик-2025

Рабочая программа дисциплины Б1.О.39 «Менеджмент и маркетинг» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 35.03.04 Агрономия утвержденного приказом Минобрнауки России от 26 июля 2017 г. N 699 (далее – ФГОС ВО) и рабочего учебного плана подготовки бакалавров по данному направлению.

Составители рабочей программы:

к.э.н., доцент



Э.Р. Кокова

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Управление»

Протокол от «22» мая 2025г. № 10

Зав. кафедрой д.э.н., профессор

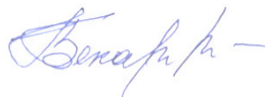


Э.С. Баккуев

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 студентов системных научных фундаментальных знаний в области менеджмента; приобретение студентами практических навыков выполнения основных функций менеджмента и других видов деятельности, применение на практике полученных знаний и умений в соответствии с международными требованиями к избранному виду деятельности.

Задачами дисциплины является изучение:

- изучение принципов, функций, методов управления; процессов принятия управленческих решений;
- освоение моделирования процессов в управлении по подготовке, принятию и оптимизации решения;
- освоение теоретических основ современного маркетинга, маркетинговых концепций и рыночных процессов;
- привить навыки практической деятельности по сбору и обработке информации, проведению рыночных расчетов и формированию выводов, характеризующих состояние и развитие рыночной ситуации.

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

Код компетенций	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
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	ИД-1 УК-2 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач	Знать: Современные подходы к определению сущности и содержания менеджмента и маркетинга. Основы взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации и стимулирования трудовой деятельности, методов управления, принятия решений. Уметь: Использовать источники экономической, социальной, управленческой информации. Владеть: Методикой, принципами и технологиями принятия управленческих решений для достижения поставленной цели. Навыками оценки достигнутых экономических результатов.
		ИД-2 УК-2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: Теоретические основы принятия управленческих решений в условиях производства на предприятиях различных форм собственности. Уметь: Анализировать элементы внутренней и внешней среды. Моделировать производственные ситуации и разрабатывать варианты решений. Владеть: Навыками проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения.
		ИД-3 УК-2. Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время	Знать: Содержание основных методов менеджмента. Порядок исполнения конкретных управленческих решений. Уметь: Находить организационно-управленческие решения в нестандартных производственных ситуациях и готов нести за них ответственность. Владеть: Навыками разработки и эффективного решения конкретных задач в сфере профессиональной деятельности
		ИД-4 УК-2. Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта	Знать: Как представлять самостоятельно результаты решения конкретной задачи проекта в формате докладов, презентаций и т.д. Уметь: Публично представлять результаты решения конкретной задачи проекта.

			Владеть: Навыками самостоятельной аналитической и исследовательской деятельности
ПК-21	Способен организовать проведение маркетинговых исследований на сельскохозяйственных рынках	ИД-1 ПК-21 Организует проведение маркетинговых исследований на сельскохозяйственных рынках.	Знать: Теоретические основы маркетинга и направления проведения маркетинговых исследований, критерии оценки эффективности маркетинговых исследований на сельскохозяйственных рынках. Уметь: Проводить маркетинговые исследования и систематизировать их результаты. Владеть: Современными технологиями проведения маркетинговых исследований на сельскохозяйственных рынках.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.О.39 «Менеджмент и маркетинг» входит в обязательную часть Блока 1 «Дисциплины (модули)», включенных в учебный план направления подготовки 35.03.04 Агрономия, направленность (профиль) Семеноводство и селекция сельскохозяйственных культур.

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	Всего	Очная форма обучения
		семестр
		3
		З.е., часов
1. Контактная работа з.е./час, в том числе (час):	1,64/59	1,64/59
лекции	18(4)*	18(4)*
практические занятия	36(4)*	36(4)*
групповые консультации	1	1
контрольные балльно-рейтинговые мероприятия	3	3
промежуточная аттестация: зачет	1	1
2.Самостоятельная работа з.е./час, в том числе (час):	1,25/49	1,25/49
самостоятельное изучение отдельных тем модуля, подготовка к практическим занятиям	44	44
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. Занятия	Сам.
1. Методологические основы менеджмента и эволюция управленческой мысли	2	4	5
2. Функции менеджмента	2	4	5
3. Внутренняя и внешняя среда в менеджменте	2(2)*	4	5
4. Принятие решения в менеджменте	2	4(2)*	5
5. Методы управления	2	4	5
6. Определение, принципы, функции и среда маркетинга	2	4(2)*	5
7. Сущность маркетингового исследования рынка	2	4	5
8. Формирование товарной политики предприятия	2(2)*	4	5
9. Сбытовая политика предприятия	2	4	4
Итого по дисциплине	18(4)*	36(4)*	44

()* - занятия, проводимые в интерактивных формах

4.2. Содержание разделов дисциплины (модуля)

4.2.1 Лекции

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Номер, тема и содержание лекции	Трудоемкост ь
			очно
1.	Менеджмент	ЛЕКЦИЯ №1 Тема: Методологические основы менеджмента и эволюция управленческой мысли Понятие менеджмента. Сущность, виды и система управления (менеджмента). Научные подходы и принципы менеджмента. Эволюция концепции менеджмента.	2
2	Менеджмент	ЛЕКЦИЯ №2 Тема: Функции менеджмента Сущность и взаимосвязь функций менеджмента. Функция планирования. Функция организации. Функция координации и регулирования. Функция мотивации. Функция контроля.	2(2)*
3.	Менеджмент	ЛЕКЦИЯ №3 Тема: Внутренняя и внешняя среда в менеджменте Общая характеристика системы управления. Элементы внутренней среды организации. Элементы внешней среды организации. Характеристики внешней среды	2(2)*
4	Менеджмент	ЛЕКЦИЯ №4 Тема: Принятие решения в менеджменте Понятие и виды организационных решений. Подходы к принятию решений. Процесс принятия рационального решения. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческого решения	2
5	Менеджмент	ЛЕКЦИЯ №5 Тема: Методы управления Характеристика методов управления. Экономические методы управления. Административные методы управления. Социально-психологические методы управления	2
6	Маркетинг	ЛЕКЦИЯ №6 Тема: Определение, принципы, функции и среда маркетинга	2

		Социально – экономическая сущность маркетинга. Виды маркетинга. Принципы маркетинга. Функции маркетинга. Основные параметры и характеристики маркетинговой среды. Внешняя макро- и микро среда маркетинга и ее составляющие.	
7	Маркетинг	ЛЕКЦИЯ №7 Тема: Сущность маркетингового исследования рынка Принципы формирования и классификация маркетинговой информации. Система маркетинговой информации и ее составляющие. Понятие, необходимость и виды маркетинговых исследований. Методы маркетинговых исследований. Процесс маркетингового исследования. Формы организации маркетинговых исследований.	2
8	Маркетинг	ЛЕКЦИЯ №8 Тема: Формирование товарной политики предприятия Понятие и классификация товаров в маркетинге. Концепция жизненного цикла товара. Принципы формирования товарной политики. Управление ассортиментом товаров. Товарный знак, упаковка и маркировка товаров	2
9	Маркетинг	ЛЕКЦИЯ №9 Тема: Сбытовая политика предприятия Формирование сбытовой политики. Выбор каналов сбыта. Обоснование методов сбыта. Вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы. Оптовая и розничная торговля.	2
		Итого по дисциплине	18(4)*

(*) - занятия, проводимые в интерактивных формах

4.2.2 Практические занятия

№ раздела (модуля)	Наименование раздела дисциплин	Тематика практических занятий	Трудоемкость час.
			очно
1.	Тема. Методологические основы менеджмента и эволюция управленческой мысли	Практическое занятие №1. Содержание понятия «менеджмент» и «управление». Основные категории менеджмента. Цели и задачи менеджмента. Закономерности и принципы менеджмента.	2
		Практическое занятие №2. Возникновение теории менеджмента и практики управления. Классическая школа научного управления. Административная школа менеджмента. Сущность и принципы «теории администрации» А. Файоля. Школа человеческих отношений. Школа поведенческих наук. Возможности и пути использования опыта зарубежного менеджмента в российских условиях.	2
2.	Тема. Функции менеджмента	Практическое занятие №3. Классификация функций управления по различным признакам: уровням управления, объектам управления, содержанию. Общие функции управления:	2

		<p>планирование, организация, координация, мотивация, контроль.</p> <p>Практическое занятие №4.</p> <p>Специальные функции управления: их профессиональная направленность. Вспомогательные функции управления как техническая основа для успешного выполнения общих и специальных функций управления.</p>	2
3.	Тема. Внутренняя и внешняя среда в менеджменте	<p>Практическое занятие №5. Понятие организации. Сущность организации и её признаки. Основные элементы внутренней среды предприятия: цели, задачи, структура, технология, трудовые ресурсы.</p> <p>Практическое занятие №6. Внешняя среда предприятия. Основные элементы внешней среды и его влияние на развитие организации. Характеристики внешней среды (взаимосвязанность, сложность, подвижность и неопределенность).</p>	2 2
4.	Тема. Принятие решения в менеджменте	<p>Практическое занятие №7. Определение понятия «управленческие решения». Роль решений в процессе управления. Сущность решения и его виды. Классификация управленческих решений. Подходы к принятию решений. Процесс принятия рационального решения. Требования, предъявляемые к качеству управленческого решения.</p> <p>Практическое занятие №8 Этапы принятия решений. Постановка проблемы (оценка ситуации); подготовка информационного материала; выработка вариантов решения; определение оптимального варианта; формализация управленческого решения; организация выполнения принятого решения контроль руководства за выполнением решения. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческого решения. Модели принятия решений. Методы принятия решений.</p>	2(1)* 2(1)*
5.	Тема. Методы управления	<p>Практическое занятие №9.</p> <p>Понятие, сущность и классификация методов управления. Мотивационная направленность различных методов управления. Влияние материальной, властной и духовной мотивации на выбор 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.</p> <p>Практическое занятие №10.</p>	2 2

		Организационно-распорядительные методы управления. Разновидность организационно-распорядительных методов управления и их особенность. Методы организационно-стабилизирующего воздействия: регламентирование, нормирование и инструктирование. Методы распорядительного воздействия: приказы, распоряжения, резолюции и т.п. Социально-психологические методы управления, их основная цель.	
6.	Тема. Определение, принципы, функции и среда маркетинга	Практическое занятие №11. Маркетинг как особый вид социально-экономической активности людей, область научных знаний, предметная область, форма внутрифирменного управления. Система базовых понятий. Сущность, принципы и функции маркетинга. Эволюция концепций маркетинга. Место маркетинга в системе позиционирования фирмы. Глобальные цели маркетинга. Функций маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая, управленческая. Практическое занятие №12. 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.	2(1)* 2(1)*
7	Тема. Сущность маркетингового исследования рынка	Практическое занятие №13. Сущность и значение маркетинговой информации. Классификация маркетинговой информации, ее носители, принципы формирования и сбора. Источники общей маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система. Вторичная информация. Первичные данные. Внекабинетные исследования. Система маркетинговой информации и ее составляющие. Определение и основные характеристики МИС. Принципы формирования и использования информации в системе маркетинга. Подсистема внешней информации. Практическое занятие №14. Система сбора и анализа первичной информации. Коммуникационный процесс исследовательской маркетинговой деятельности. Измерения результатов исследования. Наблюдение. Эксперимент. Цели, задачи, функции и проблемы маркетинговых исследований на предприятии. Понятия цели и задачи маркетингового исследования.	2 2

		Необходимость маркетинговых исследований.	
8.	Тема. Формирование товарной политики предприятия	<p>Практическое занятие №15. Понятие товара. Понятие потребительских свойств товара. Специфика услуги как товара, особенности производства услуг и их потребления. Трехуровневая модель анализа потребительских свойств товара: сущность товара (первый уровень), собственно товар (второй уровень), товар с дополнением (третий уровень). Основные подходы к классификации товаров. Концепция жизненного цикла товара.</p> <p>Практическое занятие №16. Определение товарной политики фирмы. Факторы, определяющие товарную политику фирмы. Принципы формирования товарной политики: принцип синергизма (внутренней взаимосвязи), принцип стратегической гибкости (конгломерата). Задачи, связанные с формированием и реализацией товарной политики: управление ассортиментом товаров, разработка и внедрение на рынок новых товаров, товарная марка, упаковка и маркировка.</p>	2 2
9.	Тема. Сбытовая политика предприятия	<p>Практическое занятие № 17. Политика распределения товаров. Элементы распределительного комплекса маркетинга. Субъекты распределительной сети: распределительные органы фирм производителей, сбытовые посредники, сбытовые партнеры. Понятия «канал распределения», «путь распределения». Прямые и косвенные каналы распределения. Функции каналов распределения.</p> <p>Практическое занятие № 18. Обоснование методов сбыта. 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>	2 2
		Итого:	36(4)

()* - занятия, проводимые в интерактивных формах

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

Для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Менеджмент» в научной библиотеке университета имеется достаточное количество учебников и учебных пособий.

На самостоятельную работу при изучении данной дисциплины отводится по очной; форме обучения соответственно 49 часа, из них 44 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, к опросу, тестированию, к контрольным балльно-рейтинговым мероприятиям, подготовка к промежуточной аттестации.

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

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

№№ разд елов	Тема и вопросы самостоятельной работы студентов	Кол-во часов очно	Перечень учебно-мето-дического обеспечения*	Форма контроля
1.	Тема. Сущность 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. Назовите общие закономерности управления 6.Предпосылки выделения менеджмента как самостоятельной сферы научного познания.	5	[2];[3];[5];[7]; [11]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета
2.	Тема. Функции менеджмента 1. Чем обусловлено нежелание руководителей делегировать полномочия? 2. В чем заключается главная задача координации? 3. Взаимосвязь и динамичность общих, специальных и вспомогательных функций в системе управления организацией. 4. Дублирование функций управления: объективные и субъективные причины дублирования. 5. Понятие результативности функций управления.	5	[2];[3];[6];[7]; [8]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета
3.	Тема. Внутренняя и внешняя среда в менеджменте 1. Что собой представляет внутренняя среда организации? 2. Как проводится оценка внутренней среды предприятия? 3. Опишите переменные внутренней среды организации. 4. Внешняя микросреда организации. 5. Перечислите характеристика внешней среды организации. 6. Как проводится оценка внешней среды предприятия?	5	[3];[5];[7];[8]; [11]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета
4.	Тема. Принятие решения в менеджменте 1. Качества, необходимые менеджеру для принятия оптимальных решений. 2. Распределение функций и ответственности при принятии и реализации управленческих решений. 3. Решение как элемент управления. 4. Сущность процесса подготовки и принятия управленческих решений. 5. Основные факторы, влияющие на процесс принятия	5	[2];[3];[5];[7]; [8];	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета

	<p>управленческих решений.</p> <p>6. Классификация решений. Эффективность решений.</p> <p>7. Принятие решения как основная должностная обязанность менеджера.</p>			
5.	<p>Тема. Методы менеджмента</p> <p>1. Дайте определение методу управления.</p> <p>2. Критерии классификации методов управления.</p> <p>3. Методы управления, которые относятся к организационно-распорядительным.</p> <p>4. Какие методы управления относятся к экономическим?</p> <p>5. Какие методы управления можно отнести к социально-психологическим?</p> <p>6. Методы управления как способы воздействия и формы восприятия.</p> <p>7. Различие и связь методов и функций менеджмента.</p> <p>Выбор и комбинация методов управления. Искусство управления.</p>	5	[2];[3];[5];[7]; [11]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета
6.	<p>Тема. Определение, принципы, функции и среда маркетинга</p> <p>1. Маркетинг как концепция рыночного управления.</p> <p>2. Социально-экономическая сущность маркетинга.</p> <p>3. Подходы к определению маркетинга.</p> <p>4. Концепции маркетинга и их эволюция.</p> <p>5. Система маркетинга, ее особенности.</p> <p>6. Необходимость изучения и применения маркетинга на предприятиях в современной России.</p> <p>7. Изучение факторов макро и микро среды маркетинга.</p>	5	[1];[4];[9];[11]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета
7.	<p>Тема. Сущность маркетингового исследования рынка</p> <p>1. Классификация маркетинговой информации, ее носители, принципы формирования и сбора.</p> <p>2. Система маркетинговой информации и ее составляющие.</p> <p>3. Основные направления маркетинговых исследований.</p> <p>4. Цели, задачи и процедуры маркетинговых исследований.</p> <p>5. Количественные маркетинговые исследования</p> <p>6. Качественные маркетинговые исследования</p> <p>7. Методы маркетингового исследования.</p>	5	[1];[4];[9];[12]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета
8.	<p>Тема. Формирование товарной политики предприятия</p> <p>1. Понятие товара и товарной единицы.</p> <p>2. Процесс разработки и внедрения на рынок новых товаров.</p> <p>3. Показатели качества и конкурентоспособности товара.</p> <p>4. Управление товарным ассортиментом.</p> <p>5. Товарная марка: понятие, функции, стратегии создания и поддержания.</p> <p>6. Товарный знак: понятие и виды.</p> <p>7. Понятие, основные элементы и функции упаковки товаров.</p>	5	[1];[4];[9];[10]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета
9.	<p>Тема. Сбытовая политика предприятия</p> <p>1. Распределение товаров и сбытовая политика предприятия.</p> <p>2. Сущность и функции сбыта.</p> <p>3. Вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы.</p> <p>4. Посредники и их функции. Типы посредников.</p> <p>5. Управление каналом распределения.</p>	4	[1];[4];[9];[12]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета

	6. Сущность и элементы товародвижения.			
11.	Подготовка к промежуточной аттестации	5	[1-12]	Сдача зачета
Итого:		49		

* - 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

№ модуля	Структурированные модули	Коды формируемых компетенций	Этапы формирования компетенции в процессе освоения дисциплины
1.	1. Методологические основы менеджмента и эволюция управленческой мысли	УК-2; ПК-21	1-ый рейтинг-контроль. Рейтинговые контрольные мероприятия (коллоквиумы, тесты) подготовка к практическим занятиям
	2. Функции менеджмента		
	3. Внутренняя и внешняя среда в менеджменте		
2.	4. Принятие решения в менеджменте	УК-2; ПК-21	2-ой рейтинг-контроль. Рейтинговые контрольные мероприятия (коллоквиумы, тесты) подготовка к практическим занятиям
	5. Методы управления		
	6. Определение, принципы, функции и среда маркетинга		
3.	7. Сущность маркетингового исследования рынка	УК-2; ПК-21	3-ой рейтинг-контроль. Рейтинговые контрольные мероприятия (коллоквиумы, контрольные работы, тесты) подготовка к практическим занятиям
	8. Формирование товарной политики предприятия		
	9. Сбытовая политика предприятия		

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

Текущий контроль - это непрерывное отслеживание уровня усвоения студентами знаний и формирования умений и навыков а также освоения общекультурных, 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. Промежуточный контроль – это своего рода микроэкзамен по пройденному материалу учебной дисциплины. Он может проводиться, как в устной, так и в письменной форме, а также в виде тестового контроля.

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом:

- оценки (текущего контроля) за работу в семестре (оценки за выполнение контрольных заданий, за выполнение и успешную защиту лабораторных работ, за активное участие на семинарских и практических занятиях);
- оценки промежуточных знаний на рейтинговых мероприятиях (тестовые задания и коллоквиум);

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 сформированности 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 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;

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, умении 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 определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

ПК-21 - способен организовать проведение маркетинговых исследований на сельскохозяйственных рынках.

В процессе освоения образовательной программы по 35.03.04 Агрономия компетенции **УК-2, ПК-21** формируются при изучении дисциплин, прохождении практик и ГИА.

Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы «Агрономия»

Код компетенции	Дисциплины, практики, ГИА, через которые формируется компетенция (компоненты)	Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы
УК-2	Б1.О.20 Экономическая теория Б2.О.02(У) Учебная практика, научно-исследовательская работа (в том числе получение первичных навыков научно-исследовательской работы)	2
	Б1.О.39 Менеджмент и маркетинг	3
	Б1.О.27 Правоведение	4
	Б2.О.05(П) Производственная практика, научно-исследовательская работа	7
	Б2.О.06(Пд) Производственная практика, преддипломная Б3.01(Д) Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	8
	Б1.О.39 Менеджмент и маркетинг	3
ПК-21	Б2.О.05(П) Производственная практика, научно-исследовательская работа	7
	Б3.01(Д) Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	8

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

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 семестрового 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*.

Индикаторы достижения компетенций*

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Соответствие уровней освоения 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-1 ук-2 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач (третий этап)	Знать: Современные подходы к определению сущности и содержания менеджмента и маркетинга. Основы взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации и стимулирования трудовой деятельности, методов управления, принятия решений.	Не знает современные подходы к определению сущности и содержания менеджмента и маркетинга. Основы взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации и стимулирования трудовой деятельности, методов управления, принятия решений.	Частично знаком с современными подходами к определению сущности и содержания менеджмента и маркетинга. Основами взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации и стимулирования трудовой деятельности, методов управления, принятия решений.	Достаточно владеет знаниями о современных подходах к определению сущности и содержания менеджмента и маркетинга. Основах взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации и стимулирования трудовой деятельности, методов управления, принятия решений.	В полной мере знает современные подходы к определению сущности и содержания менеджмента и маркетинга. Основы взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации и стимулирования трудовой деятельности, методов управления, принятия решений.
	Уметь: Использовать источники экономической, социальной, управленческой информации	Не обладает умениями использовать источники экономической, социальной, управленческой информации	Частично обладает умениями использовать источники экономической, социальной, управленческой информации	Умеет фрагментарно использовать источники экономической, социальной, управленческой информации	Умеет четко определять источники экономической, социальной, управленческой информации
	Владеть: Методикой, принципами и технологиями принятия управленческих решений для	Не владеет методикой, принципами и технологиями принятия управленческих решений для достижения	Не в полной мере владеет методикой, принципами и технологиями принятия управленческих решений для	Владеет на хорошем уровне методикой, принципами и технологиями принятия управленческих решений для	Владеет на высоком уровне методикой, принципами и технологиями принятия управленческих решений для достижения

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Соответствие уровней освоения 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
	достижения поставленной цели. Навыками оценки достигнутых экономических результатов.	поставленной цели. Навыками оценки достигнутых экономических результатов	достижения поставленной цели. Навыками оценки достигнутых экономических результатов	достижения поставленной цели. Навыками оценки достигнутых экономических результатов	поставленной цели. Навыками оценки достигнутых экономических результатов
ИД-2 УК-2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих их правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: Теоретические основы принятия управленческих решений в условиях производства на предприятиях различных форм собственности.	Не знает теоретические основы принятия управленческих решений в условиях производства на предприятиях различных форм собственности.	Частично знает теоретические основы принятия управленческих решений в условиях производства на предприятиях различных форм собственности	Знает на достаточно высоком уровне теоретические основы принятия управленческих решений в условиях производства на предприятиях различных форм собственности	На высоком уровне знает теоретические основы принятия управленческих решений в условиях производства на предприятиях различных форм собственности
	Уметь: Анализировать элементы внутренней и внешней среды. Моделировать производственные ситуации и разрабатывать варианты решений.	Не умеет анализировать элементы внутренней и внешней среды. Моделировать производственные ситуации и разрабатывать варианты решений.	Частично умеет анализировать элементы внутренней и внешней среды. Моделировать производственные ситуации и разрабатывать варианты решений.	Хорошо умеет анализировать элементы внутренней и внешней среды. Моделировать производственные ситуации и разрабатывать варианты решений.	В полной мере может анализировать элементы внутренней и внешней среды. Моделировать производственные ситуации и разрабатывать варианты решений.
	Владеть: Навыками проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения.	Не владеет навыками проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения	Частично знаком с навыками проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения	Достаточно владеет навыками проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения	На высоком уровне владеет навыками проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения
ИД- 3 УК-2. Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время (третий этап)	Знать: Содержание основных методов менеджмента. Порядок исполнения конкретных управленческих решений.	Не знает содержания основных методов менеджмента. Порядка исполнения конкретных управленческих решений.	Частично знает содержание основных методов менеджмента. Порядок исполнения конкретных управленческих решений.	Знает на достаточно высоком уровне содержание основных методов менеджмента. Порядок исполнения конкретных управленческих решений.	На высоком уровне знает содержание основных методов менеджмента. Порядок исполнения конкретных управленческих решений.
	Уметь: Находить организационно-управленческие решения в	Не умеет находить организационно-управленческие решения в	Не в полной мере умеет находить организационно-управленческие	На достаточно хорошем уровне умеет находить организационно-управленческие	На высоком уровне умеет находить организационно-управленческие решения в

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Соответствие уровней освоения 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
	нестандартных производственных ситуациях и готов нести за них ответственность	нестандартных производственных ситуациях и готов нести за них ответственность	решения в нестандартных производственных ситуациях и готов нести за них ответственность	решения в нестандартных производственных ситуациях и готов нести за них ответственность	нестандартных производственных ситуациях и готов нести за них ответственность
	Владеть: Навыками разработки и эффективного решения конкретных задач в сфере профессиональной деятельности	Не владеет навыками разработки и эффективного решения конкретных задач в сфере профессиональной деятельности	Знаком с некоторыми навыками разработки и эффективного решения конкретных задач в сфере профессиональной деятельности	Достаточно владеет навыками разработки и эффективного решения конкретных задач в сфере профессиональной деятельности	На высоком уровне владеет навыками разработки и эффективного решения конкретных задач в сфере профессиональной деятельности
ИД-4 ук-2. Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта	Знать: Как представлять самостоятельно результаты решения конкретной задачи проекта в формате докладов, презентаций и т.д.	Не знает как представлять самостоятельно результаты решения конкретной задачи проекта в формате докладов, презентаций и т.д.	Частично знает как представлять самостоятельно результаты решения конкретной задачи проекта в формате докладов, презентаций и т.д.	Знает на достаточно высоком уровне как представлять самостоятельно результаты решения конкретной задачи проекта в формате докладов, презентаций и т.д.	На высоком уровне знает как представлять самостоятельно результаты решения конкретной задачи проекта в формате докладов, презентаций и т.д.
	Уметь: Публично представлять результаты решения конкретной задачи проекта.	Не обладает умениями в рамках компетенции	Частично обладает умениями в рамках компетенции	На достаточно хорошем уровне умеет публично представлять результаты решения конкретной задачи проекта.	На высоком уровне умеет публично представлять результаты решения конкретной задачи проекта.
	Владеть: Навыками самостоятельной аналитической и исследовательской деятельности	Не владеет навыками самостоятельной аналитической и исследовательской деятельности	Знаком с некоторыми навыками самостоятельной аналитической и исследовательской деятельности	Достаточно владеет навыками самостоятельной аналитической и исследовательской деятельности	На высоком уровне владеет навыками самостоятельной аналитической и исследовательской деятельности
ИД-1 ПК-21 Организует проведение маркетинговых исследований на сельскохозяйственных рынках.	Знать: Теоретические основы маркетинга и направления проведения маркетинговых исследований, критерии оценки эффективности маркетинговых	Не овладел теоретическими основами маркетинга и направлениями проведения маркетинговых исследований, критерии оценки эффективности	Частично знаком с теоретическими основами маркетинга и направлениями проведения маркетинговых исследований, критериями оценки	Достаточно владеет теоретическими основами маркетинга и направлениями проведения маркетинговых исследований, критериями оценки	В полной мере владеет теоретическими основами маркетинга и направлениями проведения маркетинговых исследований, критериями оценки

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Соответствие уровней освоения 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
	исследований на сельскохозяйственных рынках.	маркетинговых исследований на сельскохозяйственных рынках	эффективности маркетинговых исследований на сельскохозяйственных рынках	эффективности маркетинговых исследований на сельскохозяйственных рынках	эффективности маркетинговых исследований на сельскохозяйственных рынках
	Уметь: Проводить маркетинговые исследования и систематизировать их результаты.	Не умеет проводить маркетинговые исследования и систематизировать их результаты	Не в полной мере умеет проводить маркетинговые исследования и систематизировать их результаты	Умеет фрагментарно применять проводить маркетинговые исследования и систематизировать их результаты	Умеет применять проводить маркетинговые исследования и систематизировать их результаты
	Владеть: Современными технологиями проведение маркетинговых исследований на сельскохозяйственных рынках.	Не владеет современными технологиями проведение маркетинговых исследований на сельскохозяйственных рынках	Частично владеет современными технологиями проведение маркетинговых исследований на сельскохозяйственных рынках	Хорошо владеет современными технологиями проведение маркетинговых исследований на сельскохозяйственных рынках	Отлично владеет современными технологиями проведение маркетинговых исследований на сельскохозяйственных рынках

*На этапе освоения дисциплины

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, контрольная работа, тест, реферат) эта сумма может быть повышена до **40** баллов.

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 достижения компетенции ИД-1ук-2, ИД-2ук-2, ИД-3ук-2, ИД-4ук-2, ИД-1 пк-21 в процессе освоения образовательной программы

7.3.1. Тесты для текущего и промежуточного контроля обучающихся

Тема 1. Методологические основы менеджмента и эволюция управленческой мысли

1. Главная цель менеджмента – это
 - а) повышение прибыльности б) повышение результативности и эффективности работы фирмы в) снижение издержек г) исключение рисков
2. Что такое менеджмент:
 - а) теория и практика управления; б) главный принцип управления;
 - в) исключительно теория управления; г) исключительно практика управления.
3. Из перечисленных руководителей: а) президент; б) начальник отдела; в) вице – президент; г) бригадир; д) управляющий отделением; е) мастер – к нижнему уровню управления относятся
 - а) 1,5 б) 4,6 в) 3,5 г) 2,3
4. 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.
5. Что включает в себя система управления в элементарном виде:
 - а) принципы, методы и функции управления;
 - б) субъект, объект управления и связи;
 - в) совокупность объектов управления.

Тема 2. Функции менеджмента

1. Расставьте в правильной последовательности функции управления:
 - а) организация б) контроль в) планирование г) мотивация д) координация
2. Прогнозирование, планирование, организация, мотивация, принятие решений и контроль – это
 - а) аспекты менеджмента б) функции менеджмента
 - в) задачи менеджмента г) принципы менеджмента
3. Расставьте в правильной последовательности функции управления
 - а) организация б) контроль в) планирование г) мотивация д) координация

Тема 3. Внутренняя и внешняя среда в менеджменте

1. Конкретный набор обстоятельств, которые сильно влияют на организацию в данное время, - это
 - а) условия б) процессы в) ситуация г) факторы
2. Сила, с которой изменение одного фактора воздействует на другие факторы, называется
 - а) сложностью среды б) неопределенностью
 - в) взаимосвязанностью факторов г) подвижностью среды
3. К факторам внутренней среды организации относятся
 - а) потребители б) цели, задачи и ресурсы организации
 - в) технология г) конкуренты
4. Относительно полное количество информации о внешней среде и ее возможная неточность называется
 - а) сложностью б) неопределенностью
 - в) подвижностью г) взаимосвязанностью
5. Конкретные конечные состояния или искомые результаты, которых хотела бы добиться группа, работая вместе.
6. Функция количества информации, которой располагает организация по поводу конкретного фактора внешней среды, а также функция уверенности в этой информации называется.....

Тема 4. Принятие решения в менеджменте

1. Установите последовательность этапов реализации процесса принятия решения:

а) выявление альтернатив б) диагноз проблемы
в) оценка альтернатив г) формулировка ограничений и критериев для принятия решения д) окончательный выбор

2. Условия, при которых результаты принятого решения не являются определенными, но вероятность каждого результата известна, являются условия

а) неизвестности б) определенности
в) неопределенности г) риска

3. Процесс выбора целей и решений с разработкой соответствующей технологии для их достижения – это

а) принятие решений б) прогнозирование в) целепологание г) планирование

4. Решение, являющееся результатом выбора в новых ситуациях, сопряженных с неопределенными и неизвестными факторами, называется

а) незапланированным б) незапрограммированным
в) непредсказуемым г) запрограммированным

5. Диагноз проблемы, формулировка ограничений и критериев, выявление альтернатив, оценка альтернатив и окончательный выбор – этапы принятия

а) основанного на суждении решения
б) аналитического решения в) интуитивного решения г) рационального решения

Тема 5. Методы управления

1. На чем основываются экономические методы управления:

а) на материальных интересах объектов управления
б) на воздействии на социальные условия работников
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 материальных интересах объектов управления
б) на законодательных и нормативных актах в) на морально-психологическом климате г) на воздействии на сознание и социальные условия

4. Что такое методы управления

а) закономерности управления б) основные правила управления
в) управленческие законы г) способы воздействия субъекта на объект
д) методы работы менеджера

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 работников
г) на штрафных санкциях

Тема 6. Определение, принципы, функции и среда маркетинга

1. Впервые маркетинг оформился как научно – практический метод ведения и управления бизнесом в:

а) Германии; б) Англии; в) Франции; г) США.

2. Исходной точкой концепции маркетинга является:

а) продукт; б) сбыт; в) потребитель; г) реклама.

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

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

4. Чувство ощущаемое человеком нехватки чего – либо называется:

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

5. К силам, действующим в маркетинговой микросреде фирмы, относится (ятся):

- а) клиенты; б) факторы культурного окружения; в) научно – технические факторы;
- г) природные факторы.

Тема 7. Сущность маркетингового исследования рынка

1. Система, предусматривающая проведение специальных маркетинговых исследований с целью получения дополнительных данных, связанных с решением конкретных маркетинговых задач, путем проведения опроса, наблюдения, эксперимента и имитационного моделирования, называется система:

- а) анализа первичной информации; б) сбора внутренней информации; в) сбора вторичной информации; г) сбора первичной информации.

2. Опрос, не имеющий, как правило, жестко фиксированной программы вопросов, это:

- а) ассоциация; б) интервью; в) анкета; г) панель.

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

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

4. Выборка, производимая не с помощью метода генерации случайных чисел, а интуитивно, является:

- а) неслучайной; б) достоверной; в) случайной; г) репрезентативной.

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

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

Тема 8. Формирование товарной политики предприятия

1. Всё, что может удовлетворить нужду и потребность и предлагается на рынке называется:

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

2. Концепция, которая описывает сбыт товара с момента поступления его на рынок и до момента снятия с продаж, определяет:

- а) жизненный цикл товара; б) коммуникацию продукта; в) стимулированием сбыта; г) позиционированием товара.

3. Товары с высокой перекрестной эластичностью спроса, когда в результате увеличения цены на один и тот же товар растет спрос на другой, называются:

- а) товаро – родовые конкуренты; б) товаро – видовые конкуренты; в) близкие субституты; г) желания потребителей.

4. Потребительские товары – это товары, предназначенные для:

- а) конечного использования людьми; б) личного и производственного пользования;
- в) однократного использования в производстве; г) многократного использования в производстве.

5. Из перечисленного выберете то, что относится к экономическим показателям конкурентоспособности товара:

- 1) расходы на транспортировку; 2) расходы на обслуживание и ремонт; 3) показатели безопасности; 4) экологические показатели; 4) налоги и таможенные сборы; 5) расходы на амортизация; 6) экологические показатели; 7) расходы на запчасти; 8) колебания конъюнктуры; 9) расходы на предпродажное обслуживание.

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
6. Система, которая обеспечивает доставку товаров к местам продажи в точно определенное время и с максимально высоким уровнем обслуживания покупателей называется:
- а) коммуникацией; б) каналам распространения; в) логистикой; г) товародвижением.

7.3.2. Задания для подготовки к бально-рейтинговым контрольным мероприятиям.

1-ый рейтинг контроль

1. Менеджмент: определение, цели и задачи.
2. Основные категории менеджмента.
3. Закономерности и принципы менеджмента.
4. Современные тенденции развития менеджмента.
5. Эволюция развития управленческой мысли. Научная школа управления.
6. Эволюция развития управленческой мысли. Административная (классическая) школа управления.
7. Эволюция развития управленческой мысли. Школа человеческих отношений
8. Эволюция развития управленческой мысли. Школа поведенческих наук.
9. Сущность и взаимосвязь функций менеджмента.
10. Общие функции управления: планирование, организация, координация, мотивация, контроль.
11. Специальные функции управления: их профессиональная направленность.
12. Характеристика и основные элементы внутренней среды предприятия.
13. Характеристика и основные элементы внешней среды предприятия.
14. Характеристики внешней среды (сложность, подвижность, неопределенность, взаимосвязанность).
15. Технология как элемент внутренней среды организации.

2-ой рейтинг контроль

1. Понятие управленческих решений. Их классификация.
2. Подходы к принятию управленческих решений.
3. Этапы процесса принятия рационального решения.
4. Факторы, влияющие на процесс принятия решений.
5. Экономические методы управления.
6. Административные методы управления.
7. Социально-психологические методы управления.
8. Социально-экономическая сущность маркетинга.
9. Виды маркетинга.
10. Функции и принципы маркетинга.
11. Классификация маркетинговой среды предприятия.
12. Анализ внутренней среды маркетинга.

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. Показатели качества и конкурентоспособности товара
6. Процесс разработки и внедрения нового товара на рынок
7. Концепция жизненного цикла товара.
8. Принципы формирования товарной политики
9. Управление ассортиментом товаров
10. Формирование сбытовой политики
11. Особенности и функции оптовой торговли.
12. Сущность и классификация розничной торговли.

7.3.3.Перечень вопросов выносимых на промежуточную аттестацию

1. Менеджмент: определение, цели и задачи.
2. Закономерности менеджмента.
3. Научные подходы и принципы менеджмента
4. Сущность, виды и система управления (менеджмента)
5. Школа научного управления.
6. Классическая школа в управлении.
7. Школа человеческих отношений.
8. Школа поведенческих наук.
9. Общая характеристика системы управления.
10. Элементы внутренней среды организации.
11. Элементы внешней среды организации.
12. Характеристики внешней среды.
13. Сущность и взаимосвязь функций менеджмента.
14. Функция планирования.
15. Функция организации.
16. Функция координации и регулирования.
17. Функция мотивации.
18. Функция контроля.
19. Сущность и задачи контроля.
20. Характеристика методов управления.
21. Экономические методы управления.
22. Административные методы управления.
23. Социально-психологические методы управления.
24. Понятие и виды организационных решений.
25. Подходы к принятию решений.
26. Процесс принятия рационального решения.
27. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческого решения.
28. Моделирование ситуаций и разработка решений
29. Социально-экономическая сущность маркетинга.
30. Концепции маркетинга и их эволюция.
31. Основные принципы маркетинга.
32. Функции маркетинга
33. Виды маркетинга: особенности классификации и характеристика.
34. Классификация маркетинговой среды фирмы.
35. Анализ внутренней среды маркетинга.
36. Изучение факторов внешней среды маркетинга.
37. Принципы формирования и классификация маркетинговой информации.
38. Система маркетинговой информации и ее составляющие.
39. Понятие, необходимость и виды маркетинговых исследований.
40. Методы маркетинговых исследований.
41. Процесс маркетингового исследования.

42. Формы организации маркетинговых исследований.
43. Понятие и классификация товаров в маркетинге
44. Показатели качества и конкурентоспособности товара
45. Процесс разработки и внедрения нового товара на рынок
46. Концепция жизненного цикла товара. Этапы и виды жизненного цикла товара.
47. Принципы формирования товарной политики
48. Коммуникационные характеристики личной продажи. Приемы личной продажи
49. Формирование сбытовой политики
50. Выбор каналов сбыта
51. Особенности и функции оптовой торговли. Маркетинговые решения оптового торговца
52. Сущность и классификация розничной торговли. Маркетинговые решения розничного торговца

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 (специальности), которые размещаются на информационных стендах факультетов и на сайте университета в установленные сроки.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Ким, С. А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / С. А. Ким. – 5-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2023. – 258 с. : ил., табл., схем., граф. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710979>
2. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / Веснин В.Р.- М.: Проспект. - 4-изд., перераб. и доп. 2015. - 510с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=251693>
3. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / Е.Л. Маслова. – Москва: Дашков и К°, 2024. – 332 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=711137>
4. Цахаев, Р. К. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. – 6-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2021. – 550 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684283>

Дополнительная литература

5. Блинов, А.О. Теория менеджмента [Электронный ресурс]: учебник / А.О. Блинов, Н.В. Угрюмова. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 304 с.: ил. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573334>
6. Кокова, Э.Р., Неудахина, Ю.Г. Менеджмент: [ТЕКСТ] Курс лекций: Нальчик, 2014.-362 с.
7. Максимцов М.М., Комаров М.А. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник. – М.: Юнита-Дана. - 4- изд., перераб. и доп. 2015. –343 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115008>

8. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / Герчикова И.Н. – М.: Юнита-Дана. – 4- изд., перераб. и доп. 2015. – 613 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114981> Беляев, В. И. Маркетинг: основы теории и практики [Электронный ресурс]: электронный учебник / В. И. Беляев. – М.: КНОРУС, 2010- эл. опт. диск (CD-ROM).

9. Минько, Э.В. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова.-М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 351с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>

10. Нуралиев, С.У. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 362 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573174>

11. Понуждаев, Э. А. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие (курс лекций, практикум, тесты) : [16+] / Э. А. Понуждаев, М. Э. Семенова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 406 с. : ил., табл. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618660>

12. Романов, А. А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 440 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621688>

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, лабораторных работ), 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.

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 и маркетинг» рассчитана на изучение в один семестр и заканчивается зачетом.

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 31.10.2025г.

11.2 Интернет-ресурсы свободного доступа

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
«Энциклопедия маркетинга» - образовательный портал для предпринимателей.	http:// www.marketing.spb.ru
«Корпоративный менеджмент» - образовательный портал	http:// www.www.cfin.ru
«Экономика, социология, менеджмент»- Федеральный образовательный портал	http:// www.ecsocman.hse.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, специализированная мебель, экран настенный, проектор, компьютер с выходом в Интернет.
2.	Практические занятия	Аудитория для проведения практических занятий в соответствии с перечнем аудиторного фонда	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, компьютер с выходом в Интернет.