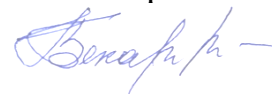


**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В.М. КОКОВА»**

ФАКУЛЬТЕТ «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

КАФЕДРА «УПРАВЛЕНИЕ»

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



«27» мая 2025г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.22 «Производственный менеджмент и маркетинг»

Направление подготовки - **19.03.02 Продукты питания из растительного сырья**

Направленность (профиль) - **Технология хлеба, кондитерских и макаронных изделий**

Квалификация выпускника – **бакалавр**

Курс обучения **2 (4)**

Семестр **3 (8)**

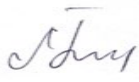
Форма обучения – **очная (заочная)**

Нальчик-2025г.

Рабочая программа дисциплины Б1.О.22 «Производственный менеджмент и маркетинг» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки - 19.03.02 Продукты питания из растительного сырья утвержденного приказом Минобрнауки России от 17 августа 2020 г. № 1041 (далее ФГОС ВО) и рабочего учебного плана подготовки бакалавров по данному направлению

Составитель рабочей программы

к.э.н., доцент



М.Г. Бицуева

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 производственным процессом, организации маркетинговой деятельности на предприятии, освоение концепций современного менеджмента и маркетинга и их использование при принятии управленческих решений.

Задачи дисциплины:

- ознакомление с сущностью эффективности менеджмента, факторами эффективности менеджмента;
- рассмотрение процесса разработки производственной стратегии;
- получение комплексного представления об управлении, планировании и контроле маркетинга;
- изучение системы сбора, обработки и подготовки маркетинговой информации для принятия экономически обоснованных управленческих решений.

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-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИД-1 УК-3. Понимает эффективность использования стратегии командного сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде	Знать: цели управления предприятием, факторы внутренней и внешней среды, факторы эффективности менеджмента, особенности маркетинга Уметь: принимать эффективные решения, используя систему методов управления Владеть: методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении производственной деятельностью организаций
		ИД-2 УК-3 Генерирует идею, выбирает направление развития ее в проекте с учетом видовых характеристик и осуществляет социальное взаимодействие посредством распределения проектных ролей в команде	Знать: принципы и методы организации и управления деятельностью предприятия Уметь: применять приемы делового и управленческого общения Владеть: навыками проектирования организации производства и организации производственных процессов
ОПК-5	Способен к оценке эффективности результатов профессиональной деятельности в конкурентных условиях современной экономики	ИД-1 опк-5 Знает основные показатели оценки эффективности результатов профессиональной деятельности	Знать: основы менеджмента и маркетинга Уметь: учитывать особенности менеджмента и маркетинга на предприятиях по производству продуктов питания из растительного сырья Владеть: навыками использования SWOT-анализа для разработки маркетинговой стратегии
		ИД-2 опк-5 Умеет оценивать эффективность деятельности предприятий по производству продуктов питания из растительного сырья в конкурентных условиях современной эко-	Знать: экономические основы производства и ресурсы предприятия Уметь: применять основные экономические категории; проводить расчеты показателей производства, сбыта, финансовых результатов Владеть: методами проведения маркетинговых исследований

		номики	
		ИД-3 опк-5 Владеет навыками оценки эффективности технологических процессов на предприятиях по производству продуктов питания из растительного сырья в конкурентных условиях современной экономики	Знать: формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации Уметь: выбирать целевые рынки Владеть: методами управления действующими технологическими процессами на предприятиях по производству продуктов питания из растительного сырья

3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Производственный менеджмент и маркетинг» входит в обязательную часть Блока 1 «Дисциплины (модули)», включенных в учебный план направления подготовки 19.03.02 Продукты питания из растительного сырья

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	8
	З.е., часов	З.е., часов
1. Контактная работа з.е./час, в том числе (час):	1,64/87	0,61/22
лекции	36(8)*	6(2)*
практические занятия	36(8)*	8(2)*
групповые консультации	3	3
контрольные балльно-рейтинговые мероприятия	3	-
промежуточная аттестация: экзамен	9	5
2.Самостоятельная работа з.е./час, в том числе (час):	1,36/57	3,39/122
самостоятельное изучение отдельных тем модуля, подготовка к практическим занятиям	30	118
подготовка к промежуточной аттестации	27	4
Общая трудоемкость з.е./час	4/144	4/144

(*) - занятия, проводимые в интерактивных формах

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

Наименование тем дисциплины	Аудиторные занятия		Сам. раб.
	Лекции	Практ. занятия	Сам. изуч. отд. тем
1.Сущность, содержание и основные понятия менеджмента	4	4	2
2.Организация как объект производственного менеджмента	4(2)*	4(2)*	4
3.Производственный процесс и принципы его организации	4(2)*	4	4
4.Производственные ресурсы, издержки производства и эффективность менеджмента	4	4(2)*	4
5.Производственная стратегия	4	4	4
6.Система маркетинговых исследований	4	4	2
7.Исследование товарных рынков и потребителей	4(2)*	4	2
8. Маркетинг в агробизнесе	4(2)*	4(2)*	4
9. Управление, планирование и контроль маркетинга	4	4(2)*	4
Итого по дисциплине	36(8)*	36(8)*	30

(*) - занятия, проводимые в интерактивных формах

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

Наименование тем дисциплины	Аудиторные занятия		Сам. раб.
	Лекции	Практ. занятия	Сам. изуч. отд. тем
1.Сущность, содержание и основные понятия менеджмента	0,5	-	13
2.Организация как объект производственного менеджмента	0,75(0,5)*	1(0,5)*	13
3.Производственный процесс и принципы его организации	0,75(0,5)*	1	13
4.Производственные ресурсы, издержки производства и эффективность менеджмента	0,75	1(0,5)*	13
5.Производственная стратегия	0,5	1	13
6.Система маркетинговых исследований	0,5	1	13
7.Исследование товарных рынков и потребителей	0,75(0,5)*	1	13
8. Маркетинг в агробизнесе	0,75(0,5)*	1(0,5)*	13
9. Управление, планирование и контроль маркетинга	0,75	1(0,5)*	14
Итого по дисциплине	6(2)*	8(2)*	118

()* - занятия, проводимые в интерактивных формах

4.3 Содержание тем дисциплины (модуля)

4.3.1 Лекции

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Номер, тема и содержание лекции	Трудоемкость час.	
			очно	заочно
1.	Производственный менеджмент	ЛЕКЦИЯ №1 Тема: Сущность, содержание и основные понятия менеджмента Определение и содержание понятия менеджмент. Цели, задачи и основные категории менеджмента.	2	0,25
		ЛЕКЦИЯ №2 Тема: Сущность, содержание и основные понятия менеджмента Функции и методы менеджмента. Виды менеджмента и уровни управления. История становления производственного менеджмента как самостоятельной области знаний	2	0,25
2		ЛЕКЦИЯ №3 Тема: Организация как объект производственного менеджмента Сущность и законы организации. Цели в системе управления предприятием. Внешняя среда организации и её основные факторы.	2(2)*	0,25
		ЛЕКЦИЯ №4 Тема: Организация как объект производственного менеджмента Типы организаций по взаимодействию с внешней средой. Интеграционные процессы в менеджменте. Основные факторы внутренней среды организации.	2	0,5(0,5)*
3		ЛЕКЦИЯ №5 Тема: Производственный процесс и принципы его организации Понятие и структура производственного процесса. Виды производственных процессов. Фазы производственного процесса. Основные, вспомогательные и обслуживающие производственные процессы.	2(2)*	0,5(0,5)*
		ЛЕКЦИЯ №6 Тема: Производственный процесс и принципы его организации Модели и типы производства. Организация производственного процесса в пространстве и во времени	2	0,25

4		ЛЕКЦИЯ №7 Тема: Производственные ресурсы, издержки производства и эффективность менеджмента Производственные ресурсы. Производственная мощность. Издержки производства и себестоимость продукции	2	0,5
		ЛЕКЦИЯ №8 Тема: Производственные ресурсы, издержки производства и эффективность менеджмента Понятие и сущность эффективности менеджмента. Факторы эффективности менеджмента	2	0,25
5.		ЛЕКЦИЯ №9 Тема: Производственная стратегия Стратегия предприятия. Виды производственных стратегий.	2	0,25
		ЛЕКЦИЯ №10 Тема: Производственная стратегия Стратегические решения в области производства. Объект и предмет производственной стратегии. Элементы производственной стратегии. Процесс разработки производственной стратегии.	2	0,25
6		ЛЕКЦИЯ №11 Тема: Система маркетинговых исследований Маркетинговая информационная система. Сущность маркетингового исследования.	2	0,25
		ЛЕКЦИЯ №12 Тема: Система маркетинговых исследований Этапы маркетингового исследования. Организационные формы маркетинговых исследований.	2	0,25
7		ЛЕКЦИЯ №13 Тема: Исследование товарных рынков и потребителей Характеристика товарных рынков. Исследование товарного рынка. Выбор целевых рынков. Покупательское поведение конечных потребителей. Поведение покупателей от имени предприятий	2(2)*	0,5(0,5)*
		ЛЕКЦИЯ №14 Тема: Исследование товарных рынков и потребителей Основные классификации товаров. Решения, принимаемые при разработке, производстве, продвижении и реализации товаров	2	0,25
8	Маркетинг	ЛЕКЦИЯ №15 Тема: Маркетинг в агробизнесе Особенности агромаркетинга. Маркетинг сельскохозяйственного сырья. Маркетинг продовольственных товаров. Спрос на рынках сельскохозяйственной продукции. Товарное предложение на рынке сельскохозяйственных и продовольственных товаров. Типы рынков внутри маркетинговой сферы.	2(2)*	0,5(0,5)*
		ЛЕКЦИЯ № 16 Тема: Маркетинг в агробизнесе Особенности и функции агромаркетинга. Системы управления агромаркетингом. Система агромаркетинговой информации. Планирование и контроль агромаркетинга.	2	0,25
9		ЛЕКЦИЯ №17 Тема: Управление, планирование и контроль маркетинга Основные элементы управления маркетингом фирмы. Планирование маркетинга. Маркетинговые стратегии. Понятие, виды, формирование и планирование.	2	0,5
		ЛЕКЦИЯ №18 Тема: Управление, планирование и контроль маркетинга Использование SWOT-анализа для разработки маркетинговой стратегии. Организационные структуры маркетинговых служб. Контроль маркетинговой деятельности	2	0,25
Итого по дисциплине			36(8)*	6(2)*

()* - занятия, проводимые в интерактивных формах

4.4. Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Номер и тема практического занятия	Трудоемкость, час	
			очно	заочно
1	<i>Сущность, содержание и основные понятия менеджмента</i>	Практ. зан. 1. Характеристика этапов развития основных концепций производственного менеджмента	2	-
		Практ. зан. 2 Сравнительная характеристика производственных предприятий и предприятий по производству продуктов питания из растительного сырья	2	-
2	<i>Организация как объект производственного менеджмента</i>	Практ. зан.3 Анализ факторов внешней среды организации	2(2)*	0,5(0,5)*
		Практ. зан.4 Анализ сильных и слабых сторон организации, определение ее конкурентных преимуществ и недостатков	2	0,5
3	<i>Производственный процесс и принципы его организации</i>	Практ. зан.5 Сравнительная характеристика типов производства	2	0,5
		Практ. зан.6 Определение факторов, имеющих наибольшую значимость для принятия решения о размещении организации	2	0,5
4	<i>Производственные ресурсы, издержки производства и эффективность менеджмента</i>	Практ. зан.7 Определение производственной мощности цеха по производству кондитерских изделий	2	0,5
		Практ. зан.8 Расчет суммы и уровня издержек	2(2)*	0,5(0,5)*
5	<i>Производственная стратегия</i>	Практ. зан. 9 Ознакомление с основными этапами разработки и реализации производственной стратегии	2	0,5
		Практ. зан. 10. Оценка производственного потенциала предприятия	2	0,5
6	<i>Система маркетинговых исследований</i>	Практ. зан. 11. Оценка конкурентоспособности предприятия и установление его конкурентных преимуществ	2	0,5
		Практ. зан. 12. Ситуационное задание «Маркетинговые стратегические решения»	2	0,5
7	<i>Исследование товарных рынков и потребителей</i>	Практ. зан.13 Определение емкости рынка.	2	0,5
		Практ. зан. 14. Установление уровней каналов распространения продукции и оценка эффективности сбытовой политики организации	2	0,5
8	<i>Маркетинг в агробизнесе</i>	Практ. зан. 15 Разработка анкеты для изучения спроса на продукцию предприятия.	2(2)*	0,5(0,5)*
		Практ. зан. 16 Проведение исследования и анализ результатов.	2	0,5
9	<i>Управление, планирование и контроль маркетинга</i>	Практ. зан. 17 Решение тестовых заданий по теме «Управление, планирование и контроль маркетинга»	2(2)*	0,5(0,5)*
		Практ. зан. 18. Ознакомление с методикой SWOT-анализа для разработки маркетинговой стратегии	2	0,5
		Итого	36(8)*	8(2)*

*Занятия, проводимые в интерактивной форме

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

Для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Производственный менеджмент и маркетинг» в научной библиотеке университета имеется достаточное количество учебников и учебных пособий. Кроме этого, надо отметить, что для полноты обеспечения самостоятельной работы учебно – методической документацией по данной дис-

циплине разработано для внутривузовского пользования учебное пособие:

Учебное пособие по дисциплине «Производственный менеджмент и маркетинг»: учеб. пособие для студ. напр. подг. "Продукты питания из растительного сырья" всех форм обучения / сост. М.Г. Бицуева. - Нальчик: КБГАУ, 2022. – 196 с. эл. опт. диск (CD-ROM).

На самостоятельную работу при изучении данной дисциплины отводится по очной форме обучения - 57, и заочной - 118 часов, из них по очной форме обучения – 30 и заочной - 69 часов 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 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.

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

Объем часов выделяемых для подготовки к промежуточной аттестации (27 ч. по очной форме и 4 ч. по заочной форме обучения), используется для самостоятельной подготовки обучающихся к экзамену. 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	<i>Тема: Сущность, содержание и основные понятия менеджмента</i> 1.Какой комплекс действий включает в себя менеджмент? 2.Каковы задачи менеджмента? 3. Какие виды менеджмента выделяют по объекту управления? 4.Какие виды менеджмента выделяют по функциональной принадлежности? 5.Какова роль производственного менеджмента в управлении современной организацией? 6. Дать определение понятия «производственный менеджмент». 7. Каковы цель и задачи производственного менеджмента?	2(13)	[1], [3], [4]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче экзамена
2	<i>Тема: Организация как объект производственного менеджмента</i> 1.Из каких основных процессов состоит жизнедеятельность организации? 2.Каковы функции управления организацией? 3.Какие Вы знаете факторы влияния внешней среды на деятельность организации? 4. Какие Вы знаете факторы влияния внутренней среды на деятельность организации?	4 (13)	[1], [3]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче экзамена

3.	<p><i>Тема: Производственный процесс и принципы его организации</i></p> <p>1. Перечислить и охарактеризовать принципы рациональной организации производственного процесса.</p> <p>2. Дать общую характеристику единичного, серийного, массового типов производства. Привести примеры реализации каждого типа производства.</p> <p>3. В чем специфика непрерывного производства? Привести примеры реализации данного типа производства.</p> <p>4. От чего зависит выбор типа производства?</p> <p>5. Как тип производства влияет на решения в области производственного менеджмента?</p> <p>6. В чем особенности принятия решения о размещении у предприятий производящих продукты питания из растительного сырья?</p>	4 (13)	[1], [3], [4]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче экзамена
4.	<p><i>Тема: Производственные ресурсы, издержки производства и эффективность менеджмента</i></p> <p>1. Дать характеристику производственных и непроизводственных основных фондов предприятия.</p> <p>2. Каков механизм управления производственной мощностью?</p> <p>3. Каковы оперативные решения в области управления производственными мощностями? Как взаимосвязаны указанные группы решений в производственном менеджменте?</p> <p>3. В чем специфика измерения производственной мощности?</p> <p>4. Какими способами осуществляется обоснование производственных мощностей?</p> <p>5. Из каких составляющих складывается эффект управления?</p> <p>6. Каковы внешние факторы влияния на эффективность менеджмента?</p> <p>7. Каковы внутренние факторы влияния на эффективность менеджмента?</p>	4(13)	[1], [3], [4]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче экзамена
5.	<p><i>Тема: Производственная стратегия</i></p> <p>1. Дать характеристику производственной стратегии.</p> <p>2. Какова роль производственной стратегии в обеспечении эффективности деятельности предприятия?</p> <p>3. Раскрыть структуру производственной стратегии. Какие группы решений принимаются в рамках производственной стратегии?</p> <p>4. Какие факторы внешней среды оказывают влияние на производственную стратегию?</p> <p>5. Какие группы факторов внутрен-</p>	4(13)	[1], [3], [4]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче экзамена

	ней среды оказывают влияние на производственную стратегию?			
6	<p><i>Тема: Система маркетинговых исследований</i></p> <p>1. Дайте определение маркетинговой информационной системы.</p> <p>2. Из каких источников предприятие может получить необходимую для его эффективной деятельности информацию?</p> <p>3. Какова разница между целевыми и текущими маркетинговыми исследованиями?</p> <p>4. Опишите базовые принципы проведения маркетинговых исследований.</p> <p>5. Перечислите этапы, которые проходит маркетинговое исследование.</p> <p>6. Охарактеризуйте этап выявления проблем и формулирования целей исследования.</p> <p>7. Что такое вторичная информация? Из каких источников она может быть получена?</p> <p>8. Когда возникает необходимость в сборе первичной информации? Чем она отличается от вторичной?</p> <p>9. Какие методы сбора первичной информации чаще всего используются в ходе маркетинговых исследований?</p> <p>10. Какие организационные формы маркетинговых исследований применяются на практике?</p> <p>11. Чем определяется выбор организационной формы маркетингового исследования?</p>	2(13)	[2], [5]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче экзамена
7.	<p><i>Тема: Исследование товарных рынков и потребителей</i></p> <p>1. Дайте определение товарного рынка. Из каких частей состоят товарные рынки?</p> <p>2. Что собой представляет исследование товарного рынка?</p> <p>3. Перечислите важнейшие факторы, изучаемые при исследовании товарных рынков.</p> <p>4. Что такое хозяйственная конъюнктура? С какой целью она исследуется?</p> <p>5. С какими вариантами спроса могут столкнуться производители товара и его продавцы? В чем состоят задачи маркетинга в каждой из этих ситуаций?</p> <p>6. По каким направлениям осуществляется сбор сведений о конкурентах в процессе изучения фирменной структуры рынка?</p> <p>7. Покажите, каким образом предприятие может оценить степень привлекательности для себя различных сегментов рынка.</p> <p>8. Какие стратегии охвата рынка мо-</p>	2(13)	[2], [5]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче экзамена

	жет использовать предприятие? В чем состоит суть каждой из них? 9.Какие группы факторов оказывают влияние на покупательское поведение конечных потребителей?			
8.	<i>Тема: Маркетинг в агробизнесе</i> 1.Охарактеризуйте основные типы рынков в маркетинговой сфере агробизнеса. 2. Назовите особенности и функции агромаркетинга 3.Перечислите особенности агромаркетинга. 4. Проранжируйте факторы, определяющие спрос на сельскохозяйственную продукцию. 5. Раскройте особенности товарного предложения на рынке сельскохозяйственной продукции.	4(13)	[2], [5]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче экзамена
9.	<i>Тема: Управление, планирование и контроль маркетинга</i> 1.Каким предприятиям целесообразно создавать в своей структуре отдел маркетинга? 2.Какие задачи должна решать служба маркетинга предприятия? 3.Назовите выполняемые службой маркетинга предприятия функции. 4.Что собой представляет план маркетинга? 5.Перечислите и охарактеризуйте разделы плана маркетинга. 6.Какие виды маркетингового контроля может использовать предприятие? 7.В чем заключается стратегический маркетинговый контроль?	4(14)	[2], [5]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче экзамена
	Подготовка к промежуточной аттестации	27(4)	[1], [2], [3], [4], [5]	Сдача экзамена
Итого		57 (118)		

* 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.Сущность, содержание и основные понятия менеджмента	УК-3, ОПК-5	1-ый рейтинг-контроль. (Рейтинговые контрольные мероприятия (коллоквиумы, тесты) подготовка к выполнению практических заданий и их защита)
	2.Организация как объект производственного менеджмента		
	3.Производственный процесс и принципы его организации		
2.	4.Производственные ресурсы, издержки производства и эффективность менеджмента	УК-3, ОПК-5	2-ой рейтинг-контроль. (Рейтинговые контрольные мероприятия (коллоквиумы, тесты) подготовка к выполнению практических заданий и их защита)
	5.Производственная стратегия		
	6.Система маркетинговых исследований		
3.	7.Исследование товарных рынков и потре-	УК-3, ОПК-5	3-ый рейтинг-контроль. (Рейтинго-

	бителей		вые контрольные мероприятия (коллоквиумы, тесты) подготовка к выполнению практических заданий и их защита)
	8. Маркетинг в агробизнесе		
	9. Управление, планирование и контроль маркетинга		

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 выполнение и успешную защиту практических 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) дисциплины.

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;

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 знаний, умений 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 «Производственный менеджмент и маркетинг» предусмотрено участие дисциплины в формировании следующих компетенций:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

ОПК-5 Способен к оценке эффективности результатов профессиональной деятельности в конкурентных условиях современной экономики

В процессе освоения образовательной программы по 19.03.02 Продукты питания из растительного сырья **УК-3, ОПК-5** формируются при изучении дисциплин, прохождении практик и ГИА

Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы «Продукты питания из растительного сырья»

Код компетенции	Дисциплины, практики, ГИА, через которые формируется компетенция (компоненты)	Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы*
УК-3	Б1.О.22 Производственный менеджмент и маркетинг	3
	Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	8
ОПК-5	Б1.О.22 Производственный менеджмент и маркетинг	3
	Б1.О.27 Экономика и организация производства продуктов питания из растительного сырья	4
	Б1.О.35 Цифровая экономика в пищевой промышленности	5
	Б2.О.03(П) Производственная практика, организационно-управленческая	6
	Б3.01 Подготовка к процедуре защиты 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 – экзамен.

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

- не иметь по промежуточным модулям **0** баллов;
- если студент по итогам текущего рейтинга набрал в семестре **49-54** баллов то он получает, «автоматом» оценку - «хорошо», **55** и выше «отлично».

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

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			
		неудовлетвори- тельно	удовлетворительно	хорошо	отлично
ИД-1 ук-з. Понимает эффективность использования стратегии командного сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде (третий этап)	Знать: цели управления предприятием, факторы внутренней и внешней среды, факторы эффективности менеджмента, особенности маркетинга	Не знает цели управления предприятием, факторы внутренней и внешней среды, факторы эффективности менеджмента, особенности маркетинга	Частично знает цели управления предприятием, факторы внутренней и внешней среды, факторы эффективности менеджмента, особенности маркетинга	Достаточно хорошо знает цели управления предприятием, факторы внутренней и внешней среды, факторы эффективности менеджмента, особенности маркетинга	На высоком уровне знает цели управления предприятием, факторы внутренней и внешней среды, факторы эффективности менеджмента, особенности маркетинга
	Уметь: принимать эффективные решения, используя систему методов управления	Не обладает умениями в рамках компетенции принимать эффективные решения, используя систему методов управления	Частично обладает умениями в рамках компетенции принимать эффективные решения, используя систему методов управления	Умеет фрагментарно принимать эффективные решения, используя систему методов управления	Умеет на достаточно высоком уровне принимать эффективные решения, используя систему методов управления
	Владеть: методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении производственной деятельностью организаций	Не владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении производственной деятельностью организаций	Не в полной мере владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении производственной деятельностью организаций	Фрагментарно владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении производственной деятельностью организаций	Владеет на высоком уровне методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении производственной деятельностью организаций
ИД-2 ук-з Генерирует идею, выбирает направление развития ее в проекте с учетом видовых характеристик и осуществляет социальное взаимодействие посредством распределения проектных ролей в команде (третий этап)	Знать: принципы и методы организации и управления деятельностью предприятия	Не знает принципы и методы организации и управления деятельностью предприятия	Частично знает принципы и методы организации и управления деятельностью предприятия	Достаточно хорошо знает принципы и методы организации и управления деятельностью предприятия	На высоком уровне знает принципы и методы организации и управления деятельностью предприятия
	Уметь: применять приемы делового и управленческого общения	Не обладает умениями в рамках компетенции применять приемы делового и управленческого общения	Частично обладает умениями в рамках компетенции применять приемы делового и управленческого общения	Умеет фрагментарно применять приемы делового и управленческого общения	Умеет на достаточно высоком уровне применять приемы делового и управленческого общения
	Владеть: навыками проектирования организации производства и организации производственных процессов	Не владеет навыками проектирования организации производства и организации производственных процессов	Не в полной мере владеет навыками проектирования организации производства и организации производственных процессов	Фрагментарно владеет навыками проектирования организации производства и организации производственных процессов	Владеет на высоком уровне навыками проектирования организации производства и организации производственных процессов

ИД-1 опк-5 Знает основные показатели оценки эффективности результатов профессиональной деятельности (третий этап)	Знать: основы менеджмента и маркетинга	Не знает основы менеджмента и маркетинга	Частично знает основы менеджмента и маркетинга	Достаточно хорошо знает основы менеджмента и маркетинга	На высоком уровне знает основы менеджмента и маркетинга
	Уметь: учитывать особенности менеджмента и маркетинга на предприятиях по производству продуктов питания из растительного сырья	Не обладает умениями в рамках компетенции учитывать особенности менеджмента и маркетинга на предприятиях по производству продуктов питания из растительного сырья	Частично обладает умениями в рамках компетенции учитывать особенности менеджмента и маркетинга на предприятиях по производству продуктов питания из растительного сырья	Умеет фрагментарно учитывать особенности менеджмента и маркетинга на предприятиях по производству продуктов питания из растительного сырья	Умеет на достаточно высоком уровне учитывать особенности менеджмента и маркетинга на предприятиях по производству продуктов питания из растительного сырья
	Владеть: навыками использования SWOT-анализа для разработки маркетинговой стратегии	Не владеет навыками использования SWOT-анализа для разработки маркетинговой стратегии	Не в полной мере владеет навыками использования SWOT-анализа для разработки маркетинговой стратегии	Фрагментарно владеет навыками использования SWOT-анализа для разработки маркетинговой стратегии	Владеет на высоком уровне навыками использования SWOT-анализа для разработки маркетинговой стратегии
ИД-2 опк-5 Умеет оценивать эффективность деятельности предприятий по производству продуктов питания из растительного сырья в конкурентных условиях современной экономики (третий этап)	Знать: экономические основы производства и ресурсы предприятия	Не знает экономические основы производства и ресурсы предприятия	Частично знает экономические основы производства и ресурсы предприятия	Достаточно хорошо знает экономические основы производства и ресурсы предприятия	На высоком уровне знает экономические основы производства и ресурсы предприятия
	Уметь: применять основные экономические категории; проводить расчеты показателей производства, сбыта, финансовых результатов	Не обладает умениями в рамках компетенции применять основные экономические категории; проводить расчеты показателей производства, сбыта, финансовых результатов	Частично обладает умениями в рамках компетенции применять основные экономические категории; проводить расчеты показателей производства, сбыта, финансовых результатов	Умеет фрагментарно применять основные экономические категории; проводить расчеты показателей производства, сбыта, финансовых результатов	Умеет на достаточно высоком уровне применять основные экономические категории; проводить расчеты показателей производства, сбыта, финансовых результатов
	Владеть: методами проведения маркетинговых исследований	Не владеет методами проведения маркетинговых исследований	Не в полной мере владеет методами проведения маркетинговых исследований	Фрагментарно владеет методами проведения маркетинговых исследований	Владеет на высоком уровне методами проведения маркетинговых исследований
ИД-3 опк-5 Владеет навыками оценки эффективности технологических процессов на предприятиях по производству продуктов питания из растительного сырья в конку-	Знать: формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации	Не знает формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации	Частично знает формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации	Достаточно хорошо знает формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации	На высоком уровне знает формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации
	Уметь: выбирать целевые рынки	Не обладает умениями в рамках компетенции выбирать целевые рынки	Частично обладает умениями в рамках компетенции выбирать целевые рынки	Умеет фрагментарно выбирать целевые рынки	Умеет на достаточно высоком уровне выбирать целевые рынки

рентных условиях современной экономики (третий этап)	Владеть: методами управления действующими технологическими процессами на предприятиях по производству продуктов питания из растительного сырья	Не владеет методами управления действующими технологическими процессами на предприятиях по производству продуктов питания из растительного сырья	Не в полной мере владеет методами управления действующими технологическими процессами на предприятиях по производству продуктов питания из растительного сырья	Фрагментарно владеет методами управления действующими технологическими процессами на предприятиях по производству продуктов питания из растительного сырья	Владеет на высоком уровне методами управления действующими технологическими процессами на предприятиях по производству продуктов питания из растительного сырья
--	---	--	--	--	---

**На этапе освоения дисциплины*

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

На экзамене 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.

Если по итогам рейтинга студент набирает **40-48** баллов, то он допускается к сдаче экзамена и остальные **20-40** баллов он получает на экзамене.

Студент, набравший по итогам текущего и промежуточного контроля по дисциплине менее 30 баллов, после всех разрешенных отработок может получить оценку не выше «удовлетворительно».

Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Шкала оценивания	Критерии оценивания
Высокий уровень «5» (отлично)	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 «4» (хорошо)	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 «3» (удовлетворительно)	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 «2» (не удовлетворительно)	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-1_{ук-3}, ИД-2_{ук-3}, ИД-1_{опк-5}, ИД-2_{опк-5}, ИД-3_{опк-5} в процессе освоения образовательной программы

7.3.1. Тесты для текущего и промежуточного контроля знаний обучающихся

Тестовые задания

Тема 1. Сущность, содержание и основные понятия менеджмента

1. Менеджмент – это:

а) управление человеческим коллективом в процессе общественного производства

- б) целенаправленный, осознанный процесс регулирования процессов производства для достижения целей организации
 - в) управление производственно-хозяйственными системами: предприятиями, фирмами, компаниями и т.д.
 - г) деятельность по подготовке, выработке и реализации управленческих решений
2. Менеджмент как наука – это:
- а) комплекс знаний о методах и способах управления производством
 - б) экономическая наука о способах подготовки, принятия и реализации управленческих решений в сфере производства
 - в) система методологических приемов и способов для изучения науки менеджмент
 - г) отрасль знаний со специфическим предметом и методами изучения закономерностей
3. Что является основными факторами развития менеджмента?
- а) разделение и кооперация труда, технико-технологический уровень производства
 - б) особенности и особый уровень производства, уровень развития науки и технологий
 - в) доминирующий способ общественного производства
 - г) уровень развития информационно-технического обеспечения производства и оснащенности управленческого труда
4. Функции менеджмента:
- а) планирование
 - б) координирование
 - в) распределение
 - г) стимулирование
5. Производственный менеджмент представляет собой:
- а) область бизнеса с явно выраженными управленческими функциями, связанными с проектированием производственных структур
 - б) деятельность, связанная с разработкой, использованием и совершенствованием производственных систем, на основе которых производятся основная продукция или услуги компании
 - в) управление процессами или системами создания и продвижения товаров и/или услуг
 - г) совокупность методов рационального управления материальными потоками с целью минимизация издержек
6. Что из нижеперечисленного не относится к основным элементам производственного менеджмента?
- а) процессы и персонал
 - б) качество и цена
 - в) система планирования и контроля
 - г) скорость и гибкость
 - д) производственные мощности
 - е) финансы и информация
7. Основу производственного менеджмента как науки заложили труды специалистов:
- а) Р.Оуэн и Ф.Тейлор
 - б) Э.Боумен и Э.Баффа
 - в) Р.Лайкерт и Ф.Герцберг
 - г) А.Файоль и Л.Урвик.

Тема 2. Организация как объект производственного менеджмента

1. Предприятие – это самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный для:
- а) производства продукции, выполнения работ и оказания услуг
 - б) удовлетворения общественных потребностей
 - в) получения прибыли
 - г) производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетво-

рения общественных потребностей и (или) получения прибыли

2. Основными принципами деятельности предприятия являются:

- а) финансовая устойчивость
- б) экономичность
- в) прибыльность
- г) справедливость
- д) обособленность

3. Одной из самых значимых характеристик организации является ее:

- а) ресурсы
- б) горизонтальное разделение труда
- в) зависимость от внешней среды

4. К основным характеристикам внешней среды не относится:

- а) сложность
- б) подвижность;
- в) непредвиденность

5. К среде прямого воздействия не относятся:

- а) поставщики
- б) акционеры
- в) потребители
- г) уровень благосостояния населения, продовольственная корзина

6. Сложность, как характеристика внешней среды – это:

- а) набор конкретных фактов, на которые организация должна реагировать
- б) увязка конкретных приемов и концепций с определенными, конкретными ситуа-

циями

- в) количество информации, которой располагает организация
- г) скорость, с которой происходят изменения в организации

Тема 3. Производственный процесс и принципы его организации

1. Производственный процесс представляет собой:

а) совокупность взаимосвязанных основных, вспомогательных и обслуживающих процессов труда, средств и предметов труда, в целях создания потребительских стоимостей, необходимых для производственного потребления

б) процесс воспроизводства материальных благ и производительных сил

в) комплекс последовательно выполняемых процессов по изготовлению определенного количества изделия в установленные сроки заданного уровня качества и ассортимента

г) последовательность процессов, обеспечивающих максимальный объем выпуска, при данном уровне факторов производства

2. Операция производственного процесса - это

а) часть производственного процесса, которая осуществляется на одном рабочем месте с переналадкой одним или несколькими рабочими

б) часть производственного процесса, обособленная в пространстве, когда предмет труда переходит в другое качественное состояние

в) часть производственного процесса, объединяющая по технологическому принципу несколько рабочих мест

г) самостоятельный производственный участок в производственном процессе, на котором происходит обработка предметов труда

3. Типом производства является:

а) комплексная характеристика показателей технологичности, производительности, ритмичности производственного процесса, которая зависит от дифференциации, концентрации и специализации рабочих мест, а также количеством технологических операций и стадий производственного процесса

б) совокупность характеристик движения предметов труда по рабочим местам,

определяемая спецификой выпускаемой продукции

в) комплексная характеристика организации основного производства, определяемая количеством рабочих мест, номенклатурой объемов производства, формой движения материальных потоков

4. Широкая номенклатура изделий, требующих выполнения различных операций на универсальном оборудовании; разнообразие выполняемых работ на каждом рабочем месте – характерные особенности

- а) серийного производства
- б) массового производства
- в) индивидуального производства
- г) поточного производства

5. В зависимости от производственной программы, номенклатуры и характера изготавливаемых изделий все производства подразделяют на

- а) единичное и серийное
- б) массовое и серийное
- в) индивидуальной и серийное
- г) поточное и непоточное

6. Последовательное и равномерное чередование трудовых операций и их элементов во времени обеспечивающем одинаковые темпы и скорость производства продуктов в тот или иной период – это принцип

- а) равномерности
- б) согласованности
- в) пропорциональности
- г) оптимальной интенсивности
- д) ритмичности

7. Однократное движение рук, ног, пальцев, корпуса работника, выполняемое им в процессе трудовой деятельности – есть

- а) трудовая операция
- б) трудовой прием
- в) трудовое движение
- г) трудовое действие

8. Разнообразные способы воздействия на предметы труда в целях получения готовой продукции: определенный состав и последовательность выполнения операций, применение конкретных машин, заранее заданный их режим работы и соответствующая квалификация исполнителей – есть:

- а) производственный процесс
- б) технологический процесс

Тема 4. Производственные ресурсы, издержки производства и эффективность менеджмента

1. Какой показатель издержки отражает реальную прибыль или участвует в ее образовании:

- а) издержки продукции
 - б) издержки незавершенного производства
 - в) полная себестоимость
2. Какой показатель не участвует в оценке уровня рентабельности

- а) прибыль
- б) норматив отчислений в бюджет
- в) затраты живого труда
- г) стоимость основных производственных фондов
- д) стоимость оборотных средств

3. Какой показатель отличает балансовую прибыль от чистой:

- а) среднегодовая стоимость основных фондов
- б) среднегодовая стоимость оборотных средств

- в) норматив отчислений в бюджет
- г) цена
- д) издержки
- 4. Какие мероприятия не обеспечивают роста уровня рентабельности:
 - а) снижение материалоемкости продукции
 - б) снижение фондоотдачи
 - в) снижение фондоёмкости
 - г) увеличение объема производства
 - д) сокращение сверхнормативных запасов
- 5. Производственная мощность предприятия определяется:
 - а) по мощности ведущих участков
 - б) по мощности основных производственных подразделений
 - в) по мощности вспомогательных производственных подразделений
- 6. Для расчета производственной мощности используется следующий состав оборудования:
 - а) наличное оборудование
 - б) установленное оборудование
 - в) фактически работающее оборудование
- 7. При расчете производственной мощности используется фонд времени работы оборудования:
 - а) календарный
 - б) режимный
 - в) плановый

Тема 5. Производственная стратегия

- 1. Основные элементы стратегии:
 - а) система целей
 - б) производство
 - в) маркетинг
 - г) миссия
 - д) планы
 - е) рынок
- 2. Основная задача производственной стратегии:
 - а) обоснование для потенциальных инвесторов наиболее эффективных направлений вложения их капиталов
 - б) выявление потенциального спроса и неудовлетворенных потребностей
 - в) развитие и модернизация производства
 - г) выход на международные рынки с целью привлечения зарубежного капитала и поиска стратегических партнеров
- 3. Основная задача маркетинговой стратегии:
 - а) обоснование для потенциальных инвесторов наиболее эффективных направлений вложения их капиталов
 - б) выявление потенциального спроса и неудовлетворенных потребностей реконструировать существующее производство
 - в) выход на международные рынки с целью привлечения зарубежного капитала и поиска стратегических партнеров
- 4. Фирма, стремящаяся получить возможно максимальный доход, планируя в перспективе уход с рынка, использует стратегию:
 - а) сокращения расходов
 - б) «сбора урожая»
 - в) ликвидации
 - г) расширения
- 5. Для фирм с ограниченными ресурсами наиболее привлекательна стратегия:
 - а) лидерство в товаре

- б) лидерство в цене
- в) лидерство в нише
- г) лидерство в издержках

6. Если основная цель предприятия в среднесрочной перспективе – выживание, то оптимальная для такого предприятия стратегия:

- а) интенсивного роста
- б) интегрированного роста
- в) сокращения
- г) наступательная
- д) оборонительная

Тема 6. Система маркетинговых исследований

1. Основная цель маркетинговых исследований

а) создать информационно-аналитическую базу для принятия маркетинговых решений

- б) совершенствовать общее представление о маркетинге, как явлении и процессе
- в) получить информацию о конкурентах

2. Под таким принципом проведения маркетингового исследования, как объективность подразумевается ...

а) учет возможных погрешностей при измерении того или иного явления
б) получение адекватных данных за счет обеспечения научных принципов их сбора и проведения

- в) изучение явлений и процессов в их взаимосвязи и развитии
- г) объяснение изучаемых явлений на основе научных положений

3. Вид маркетинговых исследований, к которому относятся исследования отношения к марке товара, называется ...

- а) изучение рыночной конъюнктуры
- б) изучение каналов распределения
- в) изучение потребителей
- г) тестирование новых товаров

4. Школа неформального подхода к проведению маркетингового исследования подразумевает ...

а) использование количественных оценок, применение статистических и эконометрических методов

б) использование качественных оценок, отказ от использования математического аппарата

- в) сочетание статистических, социометрических, квалиметрических процедур

5. Аналитический процесс, включающий определение проблемы, сбор, обработку и анализ информации, а также выработку рекомендаций по решению проблемы, называется ...

- а) формирование исследовательской панели
- б) маркетинговые исследования
- в) формирование гипотезы
- г) выборочное исследование

6. Вид маркетинговых исследований, к которому относятся исследования деятельности посредников, называется ...

- а) изучение рыночной конъюнктуры
- б) изучение каналов распределения
- в) изучение потребителей
- г) тестирование новых товаров

7. Более емкое понятие, это ...

- а) исследование рынка
- б) исследование сбыта
- в) маркетинговое исследование

Тема 7. Исследование товарных рынков и потребителей

1. Создание новых товаров целесообразно осуществлять следующим образом:
 - а) собственными усилиями
 - б) приобретать патенты
 - в) все зависит от целей и ресурсов фирмы
2. Широта номенклатуры товаров отражает:
 - а) количество вариантов и сортов отдельного товара в рамках ассортиментной группы
 - б) общую численность ассортиментных групп
 - в) обеспечение прибыли предприятия
3. Средства продвижения, то есть реклама, и пропаганда отражают тот факт, что
 - а) для продвижения товара к покупателю одних каналов распределения недостаточно
 - б) связь с рынком должна начинаться с производителя
 - в) комплекс продвижения полагается на посредников больше, чем на другие средства
 - г) некоторые массовые средства воздействия более эффективны
 - д) необходимо ознакомиться с преимуществами товара
4. Товар является новым, если:
 - а) его так оценивает рынок
 - б) производитель по-новому рекламирует товар
 - в) производитель использует современную технологию его изготовления
5. Изменение ассортимента путем вариации товара означает:
 - а) создание комплиментарного (сопутствующего) товара
 - б) создание нового продукта с измененными параметрами наряду со старыми вариантами товара
 - в) создание нового продукта взамен старого варианта товара
6. Определяющим фактором спроса является:
 - а) изменение доходов потребителей
 - б) изменение вкусов потребителей
 - в) цена товара
 - г) изменение числа покупателей
7. Определяющим фактором предложения является:
 - а) изменение технологии производства
 - б) изменение погодных условий
 - в) изменение числа производителей
 - г) цена товара

Тема 8. Маркетинг в агробизнесе

1. Типы рынков внутри маркетинговой сферы
 - а) рынок сырьевых продовольственных товаров
 - б) рынок продовольственных товаров высокой степени переработки
 - в) рынок относительно однородной продукции с низкой степенью переработки
 - г) рынок продовольственного сервиса
2. К какому типу рынка относятся товары: кондитерские изделия, консервы, копчености
 - а) рынок сырьевых продовольственных товаров
 - б) рынок продовольственных товаров высокой степени переработки
 - в) рынок относительно однородной продукции с низкой степенью переработки
 - г) рынок продовольственного сервиса
3. Тип рынка, характерными чертами которого являются относительная однородность продукции, высокий уровень стандартизации, реализация товаров крупными партиями

- а) рынок сырьевых продовольственных товаров
 - б) рынок продовольственных товаров высокой степени переработки
 - в) рынок относительно однородной продукции с низкой степенью переработки
 - г) рынок продовольственного сервиса
4. Маркетинг в сфере АПК охватывает
- а) одну область деятельности
 - б) две области деятельности
 - в) три области деятельности
5. Основным, наиболее значимым фактором определяющим спрос на сельскохозяйственную продукцию является
- а) цена данного товара
 - б) денежный доход покупателя
 - в) величина и динамика цен на взаимозаменяющие и взаимодополняющие товары
6. Изучение рынка в с/х производится по таким критериям, как...
- а) его географическое положение
 - б) ёмкость
 - в) спецификация
 - г) количество конкурентов
 - д) состояние спроса-предложения на продукт, который предприятие намерено производить и предложить к продаже

Тема 9. Управление, планирование и контроль маркетинга

1. С чего начинается планирование маркетинга
- а) с разработки новых товаров и услуг
 - б) исследования внутренней среды фирмы
 - в) выработки стратегии фирмы
 - г) с анализа данных о спросе на товары
2. Целью маркетингового планирования является:
- а) рассматривать маркетинг в качестве системного процесса в завоевании рынка с постоянными результатами
 - б) определение объемов инвестиций и финансов
 - в) определение необходимого количества ресурсов
 - г) поиск путей решения инновационных проблем и анализ рынка
 - д) изучение факторов неопределенности и учет различных рисков, появление стратегических окон
3. Маркетинговое планирование дает возможность решить следующие задачи:
- а) оценка рынка
 - б) анализ целевых рынков
 - в) поиск стратегий
 - г) определение необходимых оперативных решений
 - д) расчет ожидаемых результатов
4. Совокупность целей, стратегий маркетинга, а также мероприятий по их реализации для определенного интервала времени – это:
- а) поиск схемы перспективной деятельности
 - б) маркетинговое планирование
 - в) стратегия маркетинга
 - г) маркетинговый комплекс
 - д) маркетинговый план
5. Цель оперативного планирования маркетинга:
- а) обеспечение взаимосвязи стратегий
 - б) долгосрочная прибыль на рынке
 - в) определение рынков, которые в перспективе обеспечат прибыльность
 - г) определение условий реализации стратегий
 - д) Анализ внешней среды

6. Как называется способ действия, направленный на достижение целей предприятия?

- а) программа маркетинга
- б) план маркетинга по товару
- в) план маркетинга по компании
- г) стратегия маркетинга
- д) функция маркетинга

7.3.2. Задания для подготовки к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям 1-ый рейтинг контроль

1. Дать определение понятия «производственный менеджмент».
2. Каковы цель и задачи производственного менеджмента?
3. Какие процессы включает жизнедеятельность организации?
4. Назовите основные функции управления организацией?
5. Охарактеризовать принципы рациональной организации производственного процесса.
6. В чем состоит специфика серийного типа производства.
7. Дать характеристику непрерывного производства?
8. От чего зависит выбор типа производства?
9. Как тип производства влияет на решения в области производственного менеджмента?
10. В чем состоят особенности принятия решения о размещении у предприятий производящих продукты питания из растительного сырья?

2-ой рейтинг контроль

1. Каков состав производственных и непроизводственных основных фондов предприятия.
2. Каков механизм управления производственной мощностью?
3. Каковы оперативные решения в области управления производственными мощностями?
4. Назовите способы осуществления обоснования производственных мощностей?
5. Из каких составляющих складывается эффект управления?
6. Дать характеристику производственной стратегии.
7. Какова роль производственной стратегии в обеспечении эффективности деятельности предприятия?
8. Какие группы решений принимаются в рамках производственной стратегии?
9. Какие факторы внешней среды оказывают влияние на производственную стратегию?
10. Какие группы факторов внутренней среды оказывают влияние на производственную стратегию?
11. Дайте определение маркетинговой информационной системы.
12. Перечислите этапы, которые проходит маркетинговое исследование.

3-ий рейтинг-контроль

1. Из каких частей состоят товарные рынки?
2. Что собой представляет исследование товарного рынка?
3. С какими вариантами спроса могут столкнуться производители товара и его продавцы?
4. В чем состоят задачи маркетинга в каждой из этих ситуаций?
5. По каким направлениям осуществляется сбор сведений о конкурентах в процессе изучения фирменной структуры рынка?
6. Охарактеризуйте основные типы рынков в маркетинговой сфере агробизнеса.
7. Перечислите особенности агромаркетинга.
8. Какие факторы определяют спрос на сельскохозяйственную продукцию?
9. Что собой представляет план маркетинга?
10. Перечислите и охарактеризуйте разделы плана маркетинга.
11. Какие виды маркетингового контроля может использовать предприятие?
12. В чем заключается стратегический маркетинговый контроль?

7.3.3. Перечень вопросов выносимых на промежуточную аттестацию

1. Определение и содержание понятия менеджмент.
2. Цели и задачи менеджмента
3. Основные категории менеджмента.
4. Функции и методы менеджмента.
5. История становления производственного менеджмента как самостоятельной области знаний
6. Виды менеджмента и уровни управления.
7. Сущность и законы организации.
8. Цели в системе управления предприятием.
9. Внешняя среда организации и её основные факторы.
10. Типы организаций по взаимодействию с внешней средой.
11. Интеграционные процессы в менеджменте.
12. Основные факторы внутренней среды организации.
13. Понятие и структура производственного процесса.
14. Виды производственных процессов.
15. Фазы производственного процесса.
16. Основные производственные процессы.
17. Вспомогательные и обслуживающие производственные процессы
18. Модели производства
19. Типы производства
20. Организация производственного процесса в пространстве и во времени
21. Производственные ресурсы.
22. Производственная мощность.
23. Издержки производства и себестоимость продукции
24. Понятие и сущность эффективности менеджмента.
25. Факторы эффективности менеджмента
26. Стратегия предприятия.
27. Виды производственных стратегий.
28. Стратегические решения в области производства.
29. Объект и предмет производственной стратегии.
30. Элементы производственной стратегии.
31. Процесс разработки производственной стратегии.
32. Маркетинговая информационная система.
33. Сущность маркетингового исследования.
34. Система маркетинговых исследований
35. Этапы маркетингового исследования.
36. Организационные формы маркетинговых исследований.
37. Характеристика товарных рынков.
38. Исследование товарного рынка.
39. Выбор целевых рынков.
40. Покупательское поведение конечных потребителей
41. Поведение покупателей от имени предприятий
42. Основные классификации товаров.
43. Решения, принимаемые при разработке, производстве, продвижении и реализации товаров
44. Особенности агромаркетинга.
45. Маркетинг сельскохозяйственного сырья.
46. Маркетинг продовольственных товаров.
47. Спрос на рынках сельскохозяйственной продукции.
48. Товарное предложение на рынке сельскохозяйственных и продовольственных товаров.
49. Типы рынков внутри маркетинговой сферы.

50. Особенности и функции агромаркетинга.
51. Системы управления агромаркетингом.
52. Система агромаркетинговой информации.
53. Планирование и контроль агромаркетинга.
54. Основные элементы управления маркетингом фирмы.
55. Планирование маркетинга.
56. Маркетинговые стратегии.
57. Понятие, виды, формирование и планирование.
58. Использование SWOT-анализа для разработки маркетинговой стратегии.
59. Организационные структуры маркетинговых служб.
60. Контроль маркетинговой деятельности

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 и ЦТ 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 литература:

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>
2. 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>
3. Производственный менеджмент: учебное пособие / Л. В. Зинич, Н. А. Кузнецова, Е. А. Погребцова, В. В. Сальникова. - Омск: Омский ГАУ, 2019. - 90 с. - ISBN 978-5-89764-818-4. - Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. - URL: <https://e.lanbook.com/book/126623>

Дополнительная литература

4. Менеджмент: учебник / А. В. Бугаев, А. О. Васильев, А. В. Игнатьева [и др.]; под науч. ред. Н. Д. Эриашвили, Ю. А. Цыпкина; под ред. М. А. Комарова, М. М. Максимцова. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юнити-Дана, 2023. – 288 с.: ил., табл., схем., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=712871>
5. 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>

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, практических занятий), 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.

Для подготовки и выполнению практических заданий студенту следует завести отдельную тетрадь. 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.

Защита практических заданий, приходящихся 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 практических занятиях;
- защиту выполненных работ;
- участие в оперативном (текущем) опросе по отдельным темам изучаемой дисциплины;

- участие в собеседованиях, 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 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 эссе и иных индивидуальных письменных работ по заданию преподавателя;
- 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 заочной формы обучения, после окончания предыдущей сессии, ознакомляются 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 «Производственный менеджмент и маркетинг» рассчитана на изучение в один семестр и заканчивается экзаменом.

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

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/
Административно-управленческий портал	http://www.aup.ru
Сайт Энциклопедия маркетинга	https://www.marketing.spb.ru/
Библиотека менеджмента	https://management-rus.ru/
Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации	http://www.economy.gov.ru
Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации	http://mcx.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	Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, информационные и методические материалы. Компьютер Intel Pentium Gold G5400 с выходом в Internet, Проектор ViewSonic . Принтер Samsung SCX-4200. Экран настенный Projecta. Веб-камера A4Tech.
2.	Практические занятия	Аудитория для проведения практических занятий	Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, информационные и методические материалы. Компьютер Intel Pentium Gold G5400 с выходом в Internet, Проектор ViewSonic . Принтер Samsung SCX-4200. Экран настенный Projecta. Веб-камера A4Tech.
3.	Самостоятельная работа	Учебная аудитория (компьютерный класс с выходом в Интернет), для организации самостоятельной работы обучающихся; читальный зал научной библиотеки	Компьютер Intel Pentium Gold G5400 с выходом в Internet, Проектор ViewSonic . Принтер Samsung SCX-4200. Экран настенный Projecta. Веб-камера A4Tech.