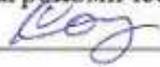


МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ АГРОЭКОЛОГИИ – филиал ФГБОУ ВО ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГАУ

УТВЕРЖДАЮ
Декан агрономического факультета
 А. А. Калганов
« 07 » февраля 2018 г.

Кафедра «Экологии, агрохимии и защиты растений»

Рабочая программа дисциплины

Б1.Б.11 МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Направление подготовки **35.03.03 Агрохимия и агропочвоведение**

Профиль **Агрэкология**

Уровень высшего образования – **бакалавриат (академический)**

Квалификация – **бакалавр**

Форма обучения – **очная**

Миасское
2018

Рабочая программа дисциплины «Менеджмент и маркетинг» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО), утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 20.10.2015 г. № 1166. Рабочая программа предназначена для подготовки бакалавра по направлению **35.03.03 Агрохимия и агропочвоведение**, профиль – **Агроэкология**.

Настоящая рабочая программа дисциплины составлена в рамках основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) и учитывает особенности обучения при инклюзивном образовании лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалидов.

Составитель – кандидат сельскохозяйственных наук Е.С. Иванова



Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании кафедры экологии, агрохимии и защиты растений

« 05 » февраля 2018 г. (протокол № 5/2).

Зав. кафедрой экологии, агрохимии и защиты растений, кандидат с.-х. наук



А.Н. Покатилова

Рабочая программа дисциплины одобрена учебно-методической комиссией Института агроэкологии

« 07 » февраля 2018 г. (протокол № 3).

Председатель учебно-методической комиссии, кандидат с.-х. наук



Е. С. Иванова

Зам. директора по информационно-библиотечному обслуживанию
НБ ФГБОУ ВО ЮУрГАУ



Е. В. Красножон

СОДЕРЖАНИЕ

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (показатели сформированности компетенций).....	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП.....	5
3. Объём дисциплины и виды учебной работы.....	5
3.1. Распределение объёма дисциплины по видам учебной работы.....	5
3.2. Распределение учебного времени по разделам и темам.....	6
4. Структура и содержание дисциплины.....	6
4.1. Содержание дисциплины.....	6
4.2. Содержание лекций.....	8
4.3. Содержание лабораторных занятий.....	9
4.4. Содержание практических занятий.....	9
4.5. Виды и содержание самостоятельной работы обучающихся.....	9
4.5.1. Виды самостоятельной работы обучающихся.....	9
4.5.2. Содержание самостоятельной работы обучающихся.....	10
5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	11
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	11
7. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины.....	11
8. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»,.....	11
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	12
10. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....	12
11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	13
12. Инновационные формы образовательных технологий.....	13
Приложение. Фонд оценочных средств.....	14
Лист регистрации изменений.....	27

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

1.1. Цель и задачи дисциплины

Бакалавр по направлению подготовки 35.03.03 Агрехимия и агропочвоведение должен быть подготовлен к следующим видам профессиональной деятельности: научно-исследовательской как основной; производственно-технологической; организационно-управленческой.

Цель дисциплины – сформировать у обучающихся знания, умения и навыки в соответствии с формулируемыми компетенциями по управлению сельскохозяйственным производством и маркетингу в рыночных условиях.

Задачи дисциплины:

- познание теоретических и методологических основ науки управления;
- изучение техники и технологии управления по видам деятельности в предприятиях и организациях АПК;
- приобретение практических навыков по организации управления в различных формированиях АПК;
- совершенствование организации и оценки труда работников управления АПК;
- познание теории и практики маркетинговой деятельности в условиях рыночных отношений.

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (показатели сформированности компетенций)

Планируемые результаты освоения ОПОП (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУН)		
	знания	умения	навыки
ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	Обучающийся должен знать: принципы эффективного функционирования агропромышленных предприятий и методы управления ими – (Б1.Б.11 – 3.1)	Обучающийся должен уметь: применять экономическую терминологию, лексику и основные экономические категории – (Б1.Б.11 – У.1)	Обучающийся должен владеть: профессиональным лексиконом – (Б1.Б.11 – Н.1)
ОК-6 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Обучающийся должен знать: основы служебной этики – (Б1.Б.11 – 3.2)	Обучающийся должен уметь: руководить коллективом, подчиняться и эффективно работать в коллективе – (Б1.Б.11 – У.2)	Обучающийся должен владеть: навыками самостоятельной работы и работы в коллективе – (Б1.Б.11 – Н.2)
ПК-10 способностью организовать работу исполнителей, находить и принимать управленче-	Обучающийся должен знать: основы организации труда – Б1.Б.11 – 3.3)	Обучающийся должен уметь: применять на практике методы управления персоналом – (Б1.Б.11 – У.3)	Обучающийся должен владеть: общими методами менеджмента и методами управления технологическими процессами при производстве

ские решения в области организации и нормирования труда в разных экономических и хозяйственных условиях			продукции растениеводства, отвечающей требованиям стандартов и рынка – (Б1.Б.11 – Н.3)
ПК-12 способностью проводить маркетинговые исследования на рынках агрохимикатов и сельскохозяйственной продукции	Обучающийся должен знать: теоретические основы маркетинга (принципы, задачи и функции) и направления проведения маркетинговых исследований – (Б1.Б.11 – 3.4)	Обучающийся должен уметь: проводить маркетинговые исследования и систематизировать результаты исследования – (Б1.Б.11 – У.4)	Обучающийся должен владеть: методами проведения маркетинговых исследований – (Б1.Б.11 – Н.4)
ПК-13 готовностью к кооперации с коллегами и работе в коллективе различных организационных форм собственности	Обучающийся должен знать: формы участия персонала в управлении – (Б1.Б.11 – 3.5)	Обучающийся должен уметь: эффективно работать в коллективе, управлять персоналом и конфликтами – (Б1.Б.11 – У.5)	Обучающийся должен владеть: навыками работы в коллективе и методами управления персоналом – (Б1.Б.11 – Н.5)

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» относится к базовой части Блока 1 (Б1.Б.11) основной профессиональной образовательной программы академического бакалавриата по направлению подготовки 35.03.03 Агрохимия и агропочвоведение, профиль – Агроэкология.

Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предшествующими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

№ п/п	Наименование обеспечивающих (предшествующих) и обеспечиваемых (последующих) дисциплин, практик	Формируемые компетенции	
		Раздел 1	Раздел 2
Предшествующие дисциплины, практики			
1	Бухгалтерский учет и финансы в АПК	ОК-3, ПК-10	ОК-3
2	Экономическая теория	ОК-3	ОК-3
3	Социология	ОК-6	–
4	Производственная технологическая практика	ПК-10	ПК-10
Последующие дисциплины, практики			
1	Преддипломная практика	ПК-12; ПК-13	ПК-12; ПК-13

3. Объём дисциплины и виды учебной работы

Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы (ЗЕТ), 108 академических часов (далее часов). Дисциплина изучается в 8 семестре.

3.1. Распределение объема дисциплины по видам учебной работы

Вид учебной работы	Количество часов
Контактная работа (всего)	48

Вид учебной работы	Количество часов
В том числе:	
Лекции (Л)	24
Лабораторные занятия (ЛЗ)	–
Практические занятия (ПЗ)	24
Самостоятельная работа обучающихся (СР)	60
Контроль	–
Общая трудоемкость	108

3.2. Распределение учебного времени по разделам и темам

№ темы	Наименование раздела и тем	Всего часов	в том числе				Контроль
			контактная работа			СР	
			Л	ЛЗ	ПЗ		
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Менеджмент							
1.1	Методологические основы менеджмента и эволюция управленческой мысли	20	6	–	8	6	x
1.2	Организация как объект менеджмента	8	2	–	2	4	x
1.3	Управленческие решения	8	2	–	–	6	x
1.4	Управление персоналом	16	2	–	8	6	x
1.5	Управление качеством и обеспечение конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции	8	2	–	–	6	x
1.6	Организация управления на предприятиях АПК	8	–	–	–	8	x
Раздел 2 Маркетинг							
2.1	Методологические основы маркетинга и его развитие	12	4	–	4	4	x
2.2	Особенности маркетинга в АПК	8	2	–	–	6	x
2.3	Основы управления маркетингом на предприятиях АПК и механизмы управления маркетингом.	10	–	–	2	8	x
2.4	Комплекс инструментального маркетинга	10	4	–	–	6	x
	Контроль	x	x	x	x	x	x
	Итого	108	24	–	24	60	x

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Содержание дисциплины

Раздел 1. Менеджмент

Методологические основы менеджмента и эволюция управленческой мысли. Содержание и сущность управления. Менеджмент как вид деятельности. Сущность менеджмента: цели, задачи и разновидности менеджмента. Принципы, функции и методы менеджмента. Менеджер на предприятии, его функции. Экономические учения и формирование управленческих концепций в зарубежных странах. Управленческие школы и течения 20 столетия: классическая школа управления, «человеческих отношений», школа «социальных систем», эмпи-

рическая и ситуационная школы. Развитие управленческой мысли и реформы государственного управления в России. Основные направления аграрной науки управления при переходе к рыночным отношениям.

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

Управленческие решения. Понятие управленческого решения, их типы. Требования к принятию и выполнению управленческих решений в условиях рыночных отношений. Сущность, свойства и роль управленческого решения в системе управления производством. Процесс разработки и принятия управленческих решений. Определение цели и критериев оценки решения, изучение сложившейся ситуации, разработка и оценка вариантов решения, организация выполнения решений, формирование и доведение решений до исполнителей. Система контроля за выполнением решений. Классификация управленческих решений.

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

Управление качеством и обеспечение конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции. Качество и его составляющие элементы. Элементы, цели, принципы и функции управления качеством. Методы управления качеством. Понятие конкурентоспособности и качества сельскохозяйственной продукции, их общие и отличительные черты. Факторы, влияющие на качество сельскохозяйственной продукции. Факторы, определяющие конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции. Пути повышения конкурентоспособности отечественной сельхозпродукции.

Организация управления на предприятиях АПК. АПК, понятие и сущность. АПК как объект планирования, управления. Функциональный, региональный и районный уровень управления в АПК. Органы государственного управления народным хозяйством страны (ветви власти). Система органов управления агропромышленным комплексом. Организация как объект управления: понятие, черты, роль в обществе, организационная система, внешняя и внутренняя среда, система процессов. Классификация организаций: формальные и неформальные, частные, государственные, коммерческие и некоммерческие, малые, средние и крупные. Группировка организаций по секторам производства. Организация управления на предприятиях АПК различных организационно-правовых форм.

Раздел 2. Маркетинг

Методологические основы маркетинга и его развитие. Сущность маркетинга как науки. Основные задачи, решаемые практическим маркетингом. Принципы маркетинга. Стратегии и тактики маркетинга. Маркетинг услуг: сущность, цели, задачи. Классификация маркетинга по областям применения, целям и характеру организаций. Факторы, способствующие становлению и развитию рыночных отношений в России. Основные концепции маркетинга, применяемые в практике работы организаций.

Особенности маркетинга в АПК. Специфика маркетинга в аграрном секторе, связанная с особенностями сельского хозяйства, рыночного механизма и охраной окружающей среды. Новые тенденции развития маркетинговых систем. Оценка качества продукции растениеводства и животноводства, а также продуктов ее переработки, объектов и земель, как один из основных элементов социальной концепции маркетинга. Стратегия охвата рынка природных ресурсов. Анализ организационно-экономических отношений на рынке сельскохозяйственной продукции: объем и источники товарных ресурсов, каналы распределения, система товародвижения, переработка. Основные направления совершенствования маркетинговой деятельности в сфере производства, переработки и реализации продукции растениеводства и животноводства.

Основы управления маркетингом на предприятиях АПК. Механизма управления маркетингом. Сущность, цели, задачи, методы, функции и принципы управления маркетингом, особенности их применения на разных уровнях. Особенности управления экологическим маркетингом. Контроль маркетинга продукции растениеводства и животноводства, маркетинга услуг и экологического маркетинга как основные формы контроля. Механизм и организация управления маркетингом на предприятиях АПК. Профессиональные требования к руководителям и специалистам в области маркетинга. Структуры управления маркетингом на уровне предприятий (организаций), компаний, агрохолдингов. Эффективность управления маркетингом товаров и услуг. Технология принятия маркетинговых решений. Этапы создания службы маркетинга.

Комплекс инструментального маркетинга. Товарная политика. Понятие товара (продукция и услуги) и его виды. Упаковка товара: функции, основные требования, виды. Марка товара: значение, основные требования и виды. Жизненный цикл товара: понятие, стадии жизненного цикла, виды кривых жизненного цикла техники и оборудования, сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. Особенности товаров различных сфер АПК (продукция сельскохозяйственного машиностроения; минеральные удобрения, средства защиты растений).

Система товародвижения. Уровни каналов распределения товаров: ситуационный анализ. Решение о структуре канала: типы посредников, число посредников. Вертикальная и горизонтальная маркетинговые системы. Методы распространения товара (продукции и услуг). Оптовая и розничная торговля. Функции системы сбыта аграрных продуктов.

Ценовая стратегия. Сущность и функции цен в маркетинге. Виды цен и их классификация. Состав и структура цены. Государственное регулирование цен. Задачи и политика ценообразования. Особенности ценообразования на продукцию АПК

4.2. Содержание лекций

№ лекции	Содержание лекции	Количество часов
1, 2	Методологические основы менеджмента. Сущность менеджмента. Основные разновидности менеджмента. Принципы и функции менеджмента. Методы менеджмента.	4
3	Эволюция управленческой мысли. Менеджмент в прошлом и настоящем. Управленческие школы и течения 20 столетия. Развитие управленческой мысли и реформы государственного управления в России.	2
4	Организация как объект менеджмента. Понятие организации, её характеристики и классификация. Значение внешней среды в бизнесе. Внутренняя среда предприятия. Понятие, сущность и типы структуры управления.	2
5	Управленческие решения. Понятие управленческого решения, их типы. Требования к принятию и выполнению управленческих решений в условиях рыночных отношений. Процесс разработки и принятия управленческих решений.	2
6	Управление персоналом. Коллектив и его особенности. Понятие персонала. Система управления персоналом. Лидер, его роль в коллективе. Понятие власти и влияния. Процесс делегирования власти. Стили управления (руководства). Управление конфликтами и стрессами.	2
7	Управление качеством и обеспечение конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции. Качество и его составляющие элементы. Цели, принципы и функции управления качеством. Методы управления качеством.	2

8	Методологические основы маркетинга. Сущность маркетинга как науки. Основные задачи, решаемые практическим маркетингом. Принципы, стратегии и тактики маркетинга. Классификация маркетинга по областям применения, целям и характеру организаций.	2
9	Развитие маркетинга. Основные концепции маркетинга, применяемые в практике работы организаций. Факторы, способствующие становлению и развитию рыночных отношений в России.	2
10	Особенности маркетинга в АПК. Специфика маркетинга в аграрном секторе, связанная с особенностями сельского хозяйства, рыночного механизма и охраной окружающей среды. Система управления агромаркетингом. Система агромаркетинговой информации. Система планирования агромаркетинга. Система агромаркетингового контроля.	2
11, 12	Комплекс инструментального маркетинга. Товарная политика и понятие товара, его виды. Упаковка и марка товара. Жизненный цикл товара. Особенности товаров различных сфер АПК. Система товародвижения и уровни каналов распределения товаров. Оптовая и розничная торговля. Ценовая стратегия и сущность цен в маркетинге. Функции цен и их классификация. Государственное регулирование цен. Особенности ценообразования на продукцию АПК.	4
Итого		24

4.3. Содержание лабораторных занятий

Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом.

4.4. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование практических занятий	Количество часов
1	Эволюция управленческой мысли	2
2	Сравнительный анализ разных моделей менеджмента	2
3	Определение целей, подцелей и задач управления	2
4	Группировка функций управления и определение их трудоёмкости	2
5	Проектирование структуры управления организацией	2
6	Определение лидерского потенциала менеджера	2
7	Изучение социально-психологического климата в коллективе	2
8	Определение стиля руководства	2
9	Оценка обеспеченности персоналом	2
10	Эволюция маркетинга как практической деятельности предприятия	2
11	Сравнительный анализ разных концепций маркетинга	2
12	Анализ маркетинговой деятельности сельскохозяйственных производителей (решение задач)	2
Итого		24

4.5. Виды и содержание самостоятельной работы обучающихся

4.5.1. Виды самостоятельной работы обучающихся

Виды самостоятельной работы обучающихся	Количество часов
Подготовка к практическим занятиям	28
Самостоятельное изучение отдельных тем и вопросов	26

Подготовка к зачету	6
Итого	60

4.5.2. Содержание самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Наименование тем и вопросов	Количество часов
1	Менеджмент как вид деятельности. Менеджер на предприятии, его функции. Основные направления аграрной науки управления при переходе к рыночным отношениям.	6
2	Формальные и неформальные организации. Социальная ответственность и этика менеджмента.	4
3	Сущность, свойства и роль управленческого решения в системе управления производством. Определение цели и критериев оценки решения, изучение сложившейся ситуации, разработка и оценка вариантов решения, организация выполнения решений, формирование и доведение решений до исполнителей. Система контроля за выполнением решений. Классификация индивидуальных стилей принятия управленческих решений.	6
4	Подбор и приём на работу. Профессиональное развитие и обучение персонала. Оценка персонала. Деловая карьера. Служебная этика. Централизация и децентрализация власти. Управление изменениями.	6
5	Понятие конкурентоспособности и качества сельскохозяйственной продукции, их общие и отличительные черты. Понятие квалиметрии. Факторы, влияющие на качество сельскохозяйственной продукции. Факторы, определяющие конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции. Пути повышения конкурентоспособности отечественной сельхозпродукции.	6
6	АПК, понятие и сущность. АПК как объект планирования, управления. Уровни управления в АПК. Органы государственного управления народным хозяйством страны (ветви власти). Система органов управления агропромышленным комплексом. Организация управления на предприятиях АПК различных организационно-правовых форм.	8
7	Маркетинг услуг: сущность, цели, задачи.	4
8	Новые тенденции развития маркетинговых систем. Стратегия охвата рынка природных ресурсов. Анализ организационно-экономических отношений на рынке сельскохозяйственной продукции: объем и источники товарных ресурсов, каналы распределения, система товародвижения, переработка.	6
9	Особенности управления экологическим маркетингом. Структуры управления маркетингом на уровне предприятий (организаций), компаний, агрохолдингов. Профессиональные требования к руководителям и специалистам в области маркетинга. Технология принятия маркетинговых решений. Этапы создания службы маркетинга.	8
10	Виды кривых жизненного цикла техники и оборудования, сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. Решение о структуре канала: типы посредников, число посредников. Вертикальная и горизонтальная маркетинговые системы. Функции системы сбыта аграрных продуктов. Задачи и политика ценообразования.	6
	Итого	60

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Учебно-методические разработки имеются в Научной библиотеке ФГБОУ ВО Южно-Уральский ГАУ:

Методические указания для выполнения самостоятельной работы по дисциплине "Менеджмент и маркетинг" для студентов агрономического факультета [Электронный ресурс] : [уровень высш. образования - бакалавриат по направлению Агрехимия и агропочвоведение, Агрономия, Технология производства и переработки с.-х. продукции] / сост. Иванова Е. С. ; Южно-Уральский ГАУ, Институт агроэкологии. - Челябинск: Южно-Уральский ГАУ, 2017. - 36 с.: ил. – Доступ из локальной сети: <http://192.168.2.40/Books/keaz004.pdf>

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Для установления соответствия уровня подготовки обучающихся требованиям ФГОС ВО разработан фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине. Фонд оценочных средств представлен в Приложении №1.

7. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины

Основная и дополнительная учебная литература имеется в Научной библиотеке и электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО Южно-Уральский ГАУ.

Основная:

1. Годин, А.М. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / А.М. Годин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 656 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/105549>
2. Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.А. Дробышева. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 152 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93471>.
3. Ким, С.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / С.А. Ким. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 260 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93392>
4. Маслова, Е.Л. Теория менеджмента: Практикум для бакалавров [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Маслова. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 160 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93441>
5. Семенов, А.К. Теория менеджмента [Электронный ресурс] : учебник / А.К. Семенов, В.И. Набоков. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 492 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93396>

Дополнительная:

1. Бадалова, А.Г. Эволюция научной мысли в менеджменте и организация производства [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Г. Бадалова, В.Г. Ларионов, С.Г. Фалько. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 192 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/77282>.
2. Блинов, А.О. Теория менеджмента [Электронный ресурс] : учебник / А.О. Блинов, Н.В. Угрюмова. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 304 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93288>
3. Дейнека, А.В. Управление персоналом организации [Электронный ресурс] : учебник / А.В. Дейнека. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 288 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93448>.
4. Деловое общение : учебное пособие / авт.-сост. И.Н. Кузнецов. - 7-е изд., пересм. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 524 с. - (Учебные издания

для бакалавров). - Библиогр.: с. 467 - 470 - ISBN 978-5-394-02951-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496102>

5. Романов, А.А. Маркетинг : учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 440 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01311-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496077>

6. Семенов, А.К. История управленческой мысли [Электронный ресурс] : учебник / А.К. Семенов, В.И. Набоков. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2018. — 275 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/110735>

7. Юкаева, В.С. Менеджмент: Краткий курс [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.С. Юкаева. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 104 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93366>

8. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимые для освоения дисциплины

1. Единое окно доступа к учебно-методическим разработкам <https://yoypay.pdf>
2. ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
3. Университетская библиотека ONLINE <http://biblioclub.ru>
4. Научная электронная библиотека «eLibrary» <http://elibrary.ru/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Учебно-методические разработки имеются в Научной библиотеке и электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО Южно-Уральский ГАУ.

1. Методические указания к выполнению практических работ по дисциплине "Менеджмент и маркетинг" для студентов агрономического факультета [Электронный ресурс] : [уровень высш. образования - бакалавриат по направлению Агрохимия и агропочвоведение, Агрономия, Технология производства и переработки с.-х. продукции] Ч. 1. Менеджмент / сост. Иванова Е. С.; Южно-Уральский ГАУ, Институт агроэкологии. - Челябинск, 2017. - 33 с.: ил. - Доступ из локальной сети: <http://192.168.2.40/Books/keaz002.pdf>

2. Методические указания к выполнению практических работ по дисциплине "Менеджмент и маркетинг" для студентов агрономического факультета [Электронный ресурс]: [уровень высш. образования - бакалавриат по направлению Агрохимия и агропочвоведение, Агрономия, Технология производства и переработки с.-х. продукции] Ч. 2. Маркетинг / сост. Иванова Е. С.; Южно-Уральский ГАУ, Институт агроэкологии. - Челябинск, 2017. - 17 с.: ил. - Доступ из локальной сети: <http://192.168.2.40/Books/keaz003.pdf>

3. Методические указания для выполнения самостоятельной работы по дисциплине "Менеджмент и маркетинг" для студентов агрономического факультета [Электронный ресурс] : [уровень высш. образования - бакалавриат по направлению Агрохимия и агропочвоведение, Агрономия, Технология производства и переработки с.-х. продукции] / сост. Иванова Е. С. ; Южно-Уральский ГАУ, Институт агроэкологии. - Челябинск: Южно-Уральский ГАУ, 2017. - 36 с.: ил. - Доступ из локальной сети: <http://192.168.2.40/Books/keaz004.pdf>

10. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

В Научной библиотеке с терминальных станций предоставляется доступ к базам данных:

КонсультантПлюс (справочные правовые системы) <http://www.consultant.ru>

Программное обеспечение:

Microsoft Win Starter 7 Russian Academic Open 1 License No Level Legalization Get Genuine, Лицензионный договор № 47544514 от 15.10.2010;

Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN 1 License No Level, Лицензионный договор № 47544515 от 15.10.2010;

Microsoft Office 2010 Russian Academic OPEN 1 License NoLevel, Лицензионный договор № 47544515 от 15.10.2010;

Антивирус Kaspersky Endpoint Security для бизнеса, Лицензионный договор № 17E0-161220-114550-750-604 от 20.12.16

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Перечень учебных лабораторий, аудиторий, компьютерных классов

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа (оснащена мультимедийным оборудованием) – 217, 309.

2. Учебная аудитория для проведения практических занятий, занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации – 313.

3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся – малый читальный зал библиотеки.

Перечень основного учебно-лабораторного оборудования

Учебно-лабораторное оборудование для изучения дисциплины не предусмотрено.

12. Инновационные формы образовательных технологий

Вид занятия Формы работы	Лекции	ПЗ
Практико-ориентированное обучение на основе анализа маркетинговой деятельности сельскохозяйственных производителей	–	+

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине **Б1.Б.11 Менеджмент и маркетинг**

Направление подготовки **35.03.03 Агрохимия и агропочвоведение**

Профиль **Агроэкология**

Уровень высшего образования – **бакалавриат (академический)**

Квалификация – **бакалавр**

Форма обучения – **очная**

Миасское
2018

СОДЕРЖАНИЕ

1. Компетенции с указанием этапа их формирования в процессе освоения ОПОП	16
2. Показатели, критерии и шкала оценивания сформированности компетенций.....	18
3. Типовые контрольные задания и(или) иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этап(ы) формирования компетенций в процессе освоения ОПОП.....	21
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этап(ы) формирования компетенций.....	21
4.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости.....	21
4.1.1. Отчет по практической работе	21
4.1.2. Тестирование	22
4.1.3. Устный ответ на практическом занятии	22
4.1.4. Практико-ориентированное обучение на основе анализа маркетинговой деятельности сельскохозяйственных производителей.....	23
4.2. Процедуры и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации	24
4.2.1. Зачет	24
4.2.2. Экзамен	26
4.2.3. Курсовой проект/курсовая работа	26

1. Компетенции с указанием этапа их формирования в процессе освоения ОПОП

Компетенции по данной дисциплине формируются на продвинутом этапе.

Контролируемые результаты освоения ОПОП (компетенции)	Контролируемые результаты обучения по дисциплине		
	знания	умения	навыки
ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	Обучающийся должен знать: принципы эффективного функционирования агропромышленных предприятий и методы управления ими – (Б1.Б.11 – 3.1)	Обучающийся должен уметь: применять экономическую терминологию, лексику и основные экономические категории – (Б1.Б.11 – У.1)	Обучающийся должен владеть: профессиональным лексиконом – (Б1.Б.11 – Н.1)
ОК-6 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Обучающийся должен знать: основы служебной этики – (Б1.Б.11 – 3.2)	Обучающийся должен уметь: руководить коллективом, подчиняться и эффективно работать в коллективе – (Б1.Б.11 – У.2)	Обучающийся должен владеть: навыками самостоятельной работы и работы в коллективе – (Б1.Б.11 – Н.2)
ПК-10 способностью организовать работу исполнителей, находить и принимать управленческие решения в области организации и нормирования труда в разных экономических и хозяйственных условиях	Обучающийся должен знать: основы организации труда – Б1.Б.11 – 3.3)	Обучающийся должен уметь: применять на практике методы управления персоналом – (Б1.Б.11 – У.3)	Обучающийся должен владеть: общими методами менеджмента и методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающей требованиям стандартов и рынка – (Б1.Б.11 – Н.3)
ПК-12 способностью проводить маркетинговые исследования на рынках агрохимикатов и сельскохозяйственной продукции	Обучающийся должен знать: теоретические основы маркетинга (принципы, задачи и функции) и направления проведения маркетинговых исследований – (Б1.Б.11 – 3.4)	Обучающийся должен уметь: проводить маркетинговые исследования и систематизировать результаты исследования – (Б1.Б.11 – У.4)	Обучающийся должен владеть: методами проведения маркетинговых исследований – (Б1.Б.11 – Н.4)

<p>ПК-13 готовностью к кооперации с коллегами и работе в коллективе различных организационных форм собственности</p>	<p>Обучающийся должен знать: формы участия персонала в управлении – (Б1.Б.11 – 3.5)</p>	<p>Обучающийся должен уметь: эффективно работать в коллективе, управлять персоналом и конфликтами – (Б1.Б.11 – У.5)</p>	<p>Обучающийся должен владеть: навыками работы в коллективе и методами управления персоналом – (Б1.Б.11 – Н.5)</p>
--	---	---	--

2. Показатели, критерии и шкала оценивания сформированности компетенций

Показатели оценивания (ЗУН)	Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине			
	Недостаточный уровень	Достаточный уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Б1.Б.11 – 3.1	Обучающийся не знает принципы эффективного функционирования агропромышленных предприятий и методы управления ими	Обучающийся слабо знает принципы эффективного функционирования агропромышленных предприятий и методы управления ими	Обучающийся знает принципы эффективного функционирования агропромышленных предприятий и методы управления ими с незначительными ошибками и отдельными пробелами	Обучающийся знает принципы эффективного функционирования агропромышленных предприятий и методы управления ими с требуемой степенью полноты и точности
Б1.Б.11 – 3.2	Обучающийся не знает основы служебной этики	Обучающийся слабо знает основы служебной этики	Обучающийся знает основы служебной этики с незначительными ошибками и отдельными пробелами	Обучающийся знает основы служебной этики с требуемой степенью полноты и точности
Б1.Б.11 – 3.3	Обучающийся не знает основы организации труда	Обучающийся слабо знает основы организации труда	Обучающийся знает основы организации труда с незначительными ошибками и отдельными пробелами	Обучающийся знает основы организации труда с требуемой степенью полноты и точности
Б1.Б.11 – 3.4	Обучающийся не знает теоретические основы маркетинга (принципы, задачи и функции) и направления проведения маркетинговых исследований	Обучающийся слабо знает теоретические основы маркетинга (принципы, задачи и функции) и направления проведения маркетинговых исследований	Обучающийся знает теоретические основы маркетинга (принципы, задачи и функции) и направления проведения маркетинговых исследований с незначительными ошибками и отдельными пробелами	Обучающийся знает теоретические основы маркетинга (принципы, задачи и функции) и направления проведения маркетинговых исследований с требуемой степенью полноты и точности
Б1.Б.11 – 3.5	Обучающийся не знает формы участия персонала в управлении	Обучающийся слабо знает формы участия персонала в управлении	Обучающийся знает формы участия персонала	Обучающийся знает формы участия персонала в управлении с требуемой

			в управлении с незначительными ошибками и отдельными пробелами	степенью полноты и точности
Б1.Б.11 – У.1	Обучающийся не умеет применять экономическую терминологию, лексику и основные экономические категории	Обучающийся слабо умеет применять экономическую терминологию, лексику и основные экономические категории	Обучающийся умеет применять экономическую терминологию, лексику и основные экономические категории с незначительными затруднениями	Обучающийся умеет применять экономическую терминологию, лексику и основные экономические категории
Б1.Б.11 – У.2	Обучающийся не умеет руководить коллективом, подчиняться и эффективно работать в коллективе	Обучающийся слабо умеет руководить коллективом, подчиняться и эффективно работать в коллективе	Обучающийся умеет руководить коллективом, подчиняться и эффективно работать в коллективе с незначительными затруднениями	Обучающийся умеет руководить коллективом, подчиняться и эффективно работать в коллективе
Б1.Б.11 – У.3	Обучающийся не умеет применять на практике методы управления персоналом	Обучающийся слабо умеет применять на практике методы управления персоналом	Обучающийся умеет применять на практике методы управления персоналом с незначительными затруднениями	Обучающийся умеет применять на практике методы управления персоналом
Б1.Б.11 – У.4	Обучающийся не умеет проводить маркетинговые исследования и систематизировать результаты исследования	Обучающийся слабо умеет проводить маркетинговые исследования и систематизировать результаты исследования	Обучающийся умеет проводить маркетинговые исследования и систематизировать результаты исследования с незначительными затруднениями	Обучающийся умеет проводить маркетинговые исследования и систематизировать результаты исследования
Б1.Б.11 – У.5	Обучающийся не умеет эффективно работать в коллективе, управлять персоналом и конфликтами	Обучающийся слабо умеет эффективно работать в коллективе, управлять персоналом и конфликтами	Обучающийся умеет эффективно работать в коллективе, управлять персоналом и конфликтами с незначительными затруднениями	Обучающийся умеет эффективно работать в коллективе, управлять персоналом и конфликтами

Б1.Б.11 – Н.1	Обучающийся не владеет профессиональным лексиконом	Обучающийся слабо владеет профессиональным лексиконом	Обучающийся владеет профессиональным лексиконом с небольшими затруднениями	Обучающийся свободно владеет профессиональным лексиконом
Б1.Б.11 – Н.2	Обучающийся не владеет навыками самостоятельной работы и работы в коллективе	Обучающийся слабо владеет навыками самостоятельной работы и работы в коллективе	Обучающийся владеет навыками самостоятельной работы и работы в коллективе с небольшими затруднениями	Обучающийся свободно владеет навыками самостоятельной работы и работы в коллективе
Б1.Б.11 – Н.3	Обучающийся не владеет общими методами менеджмента и методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающей требованиям стандартов и рынка	Обучающийся слабо владеет общими методами менеджмента и методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающей требованиям стандартов и рынка	Обучающийся владеет общими методами менеджмента и методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающей требованиям стандартов и рынка с небольшими затруднениями	Обучающийся свободно владеет общими методами менеджмента и методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающей требованиям стандартов и рынка
Б1.Б.11 – Н.4	Обучающийся не владеет методами проведения маркетинговых исследований	Обучающийся слабо владеет методами проведения маркетинговых исследований	Обучающийся владеет методами проведения маркетинговых исследований с небольшими затруднениями	Обучающийся свободно владеет методами проведения маркетинговых исследований
Б1.Б.11 – Н.5	Обучающийся не владеет навыками работы в коллективе и методами управления персоналом	Обучающийся слабо владеет навыками работы в коллективе и методами управления персоналом	Обучающийся владеет навыками работы в коллективе и методами управления персоналом с небольшими затруднениями	Обучающийся свободно владеет навыками работы в коллективе и методами управления персоналом

3. Типовые контрольные задания и (или) иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этап формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Типовые контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков, характеризующих продвинутый этап формирования компетенций в процессе освоения ОПОП, содержатся в учебно-методических разработках, приведенных ниже.

1. Методические указания к выполнению практических работ по дисциплине "Менеджмент и маркетинг" для студентов агрономического факультета [Электронный ресурс] : [уровень высш. образования - бакалавриат по направлению Агрохимия и агропочвоведение, Агрономия, Технология производства и переработки с.-х. продукции] Ч. 1. Менеджмент / сост. Иванова Е. С.; Южно-Уральский ГАУ, Институт агроэкологии. - Челябинск, 2017. - 33 с.: ил. - Доступ из локальной сети: <http://192.168.2.40/Books/keaz002.pdf>

2. Методические указания к выполнению практических работ по дисциплине "Менеджмент и маркетинг" для студентов агрономического факультета [Электронный ресурс]: [уровень высш. образования - бакалавриат по направлению Агрохимия и агропочвоведение, Агрономия, Технология производства и переработки с.-х. продукции] Ч. 2. Маркетинг / сост. Иванова Е. С.; Южно-Уральский ГАУ, Институт агроэкологии. - Челябинск, 2017. - 17 с.: ил. - Доступ из локальной сети: <http://192.168.2.40/Books/keaz003.pdf>

3. Методические указания для выполнения самостоятельной работы по дисциплине "Менеджмент и маркетинг" для студентов агрономического факультета [Электронный ресурс] : [уровень высш. образования - бакалавриат по направлению Агрохимия и агропочвоведение, Агрономия, Технология производства и переработки с.-х. продукции] / сост. Иванова Е. С. ; Южно-Уральский ГАУ, Институт агроэкологии. - Челябинск: Южно-Уральский ГАУ, 2017. - 36 с.: ил. - Доступ из локальной сети: <http://192.168.2.40/Books/keaz004.pdf>

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

В данном разделе методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и(или) опыта деятельности, характеризующих продвинутый этап формирования компетенций по дисциплине «Менеджмент и маркетинг», приведены применительно к каждому из используемых видов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

4.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости

4.1.1. Отчет по практической работе

Отчет по практической работе используется для оценки качества освоения обучающимся основной профессиональной образовательной программы по отдельным темам дисциплины. Содержание и форма отчета по практическим работам приводится в методических указаниях к практическим работам (п. 3 ФОС).

Содержание отчета и критерии оценки отчета (табл.) доводятся до сведения обучающихся в начале занятий. Отчет оценивается оценкой «зачтено», «не зачтено». Оценка «зачтено» ставится обучающимся, уровень ЗУН которых соответствует критериям, установленным для положительных оценок («отлично», «хорошо», «удовлетворительно»). Оценка объявляется обучающемуся непосредственно после сдачи отчета.

Шкала	Критерии оценивания
Оценка «зачтено»	- изложение материала логично, грамотно; - свободное владение терминологией; - умение высказывать и обосновать свои суждения при ответе на контрольные вопросы;

	<ul style="list-style-type: none"> - умение описывать изучаемые явления и процессы; - умение проводить и оценивать результаты измерений; - способность разрешать конкретные ситуации (допускается наличие малозначительных ошибок или недостаточно полное раскрытие содержания вопроса или погрешность непринципиального характера в ответе на вопросы).
Оценка «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие необходимых теоретических знаний; допущены ошибки в определении понятий и описании изучаемых явлений и процессов, искажен их смысл, не правильно оцениваются результаты измерений; - незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении.

4.1.2. Тестирование

Тестирование используется для оценки качества освоения обучающимся основной профессиональной образовательной программы по отдельным темам или разделам дисциплины. Тест представляет собой комплекс стандартизированных заданий, позволяющий упростить процедуру измерения знаний и умений обучающихся. Обучающимся выдаются тестовые задания с формулировкой вопросов и предложением выбрать один правильный ответ из нескольких вариантов ответов. По результатам теста обучающемуся выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

Критерии оценивания ответа (табл.) доводятся до сведения обучающихся до начала тестирования. Результат тестирования объявляется обучающемуся непосредственно после его сдачи.

Шкала	Критерии оценивания (% правильных ответов)
Оценка 5 (отлично)	80-100
Оценка 4 (хорошо)	70-79
Оценка 3 (удовлетворительно)	50-69
Оценка 2 (неудовлетворительно)	менее 50

Тестовые задания изложены в методических указаниях: Методические указания для выполнения самостоятельной работы по дисциплине "Менеджмент и маркетинг" для студентов агрономического факультета [Электронный ресурс] : [уровень высш. образования - бакалавриат по направлению Агрохимия и агропочвоведение, Агрономия, Технология производства и переработки с.-х. продукции] / сост. Иванова Е. С. ; Южно-Уральский ГАУ, Институт агроэкологии. - Челябинск: Южно-Уральский ГАУ, 2017. - 36 с.: ил. - Доступ из локальной сети: <http://192.168.2.40/Books/keaz004.pdf>

4.1.3. Устный ответ на практическом занятии

Устный ответ на практическом занятии используется для оценки качества освоения обучающимся образовательной программы по основным разделам дисциплины. Ответ оценивается оценкой как «зачтено» или «не зачтено».

Критерии оценки ответа (табл.) доводятся до сведения обучающихся в начале занятий. Оценка объявляется обучающемуся непосредственно после устного ответа.

Шкала	Критерии оценивания
Оценка «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся полно усвоил учебный материал; - проявляет навыки анализа, обобщения, критического осмысления и восприятия информации;

	<ul style="list-style-type: none"> - материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, точно используется терминология; - показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; - продемонстрирована сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков; - могут быть допущены одна-две неточности при освещении второстепенных вопросов.
Оценка «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - не раскрыто основное содержание учебного материала; - обнаружено незнание или непонимание большей, или наиболее важной части учебного материала; - допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов; - не сформированы компетенции, отсутствуют соответствующие знания, умения и навыки.

4.1.4. Практико-ориентированное обучение на основе анализа маркетинговой деятельности сельскохозяйственных производителей

Практико-ориентированное обучение – это процесс освоения обучающимися образовательной программы с целью формирования у них профессиональных компетенций (прежде всего умений и навыков) за счёт выполнения реальных практических задач, а также формирования понимания того, где, как и для чего полученные знания употребляются на практике.

Сущность практико-ориентированного обучения заключается в построении учебного процесса на основе единства эмоционально-образного и логического компонентов содержания; приобретения новых знаний и формирования практического опыта их использования при решении жизненно важных задач и проблем; эмоционального и познавательного насыщения творческого поиска обучающихся (познавательная деятельность обучающихся активизируется через взаимодействие эмоциональной сферы и жизненного опыта).

Структура практико-ориентированной задачи, включающая знание – понимание – применение – анализ – синтез – оценку и многократно примененная на занятиях, позволит вооружить обучающихся алгоритмом решения проблемных задач, возникающих в реальной жизни. Поэтому практико-ориентированность позволяет обучающимся приобрести не только необходимые профессиональные компетенции, но и опыт организаторской работы, систему теоретических знаний, умение работать в команде и самостоятельно, брать на себя ответственность за принятые решения, что соответствует федеральному государственному образовательному стандарту.

Шкала и критерии оценивания результата практико-ориентированного обучения представлены в таблице:

Шкала	Критерии оценивания
Оценка «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся полностью усвоил учебный материал и свободно им владеет; - знает, понимает и правильно использует в речи профессиональную терминологию; - проявляет навыки анализа, обобщения, критического осмысления и восприятия информации; - способен соотносить и интегрировать теоретические знания с реальными профессиональными потребностями; - владеет основным профессиональным инструментарием; - продемонстрирована сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков.

Оценка «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - не раскрыто основное содержание учебного материала; - обнаружено незнание или непонимание большей, или наиболее важной части учебного материала; - допущены ошибки в определении понятий и при использовании терминологии; - не сформированы компетенции, отсутствуют соответствующие знания, умения и навыки.
---------------------	---

4.2. Процедуры и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

4.2.1. Зачет

Зачет является формой оценки качества освоения обучающимся основной профессиональной образовательной программы по разделам дисциплины. По результатам зачета обучающемуся выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

Зачет проводится по окончании чтения лекций и выполнения практических занятий. Зачетным является последнее занятие по дисциплине. Зачет принимается преподавателями, проводившими практические занятия, или читающими лекции по данной дисциплине. В случае отсутствия ведущего преподавателя зачет принимается преподавателем, назначенным распоряжением заведующего кафедрой. С разрешения заведующего кафедрой на зачете может присутствовать преподаватель кафедры, привлеченный для помощи в приеме зачета.

Присутствие на зачете преподавателей с других кафедр без соответствующего распоряжения ректора, проректора по учебной работе или декана факультета не допускается.

Зачет проводится в форме устного опроса, информация о форме проведения зачета доводится до сведения обучающихся в начале семестра.

Для проведения зачета ведущий преподаватель накануне получает в деканате зачетно-экзаменационную ведомость, которая возвращается в деканат после окончания мероприятия в день проведения зачета или утром следующего дня.

Обучающиеся при явке на зачет обязаны иметь при себе зачетную книжку, которую они предъявляют преподавателю.

Во время зачета обучающиеся могут пользоваться с разрешения ведущего преподавателя справочной и нормативной литературой, другими пособиями и техническими средствами.

Время подготовки ответа в устной форме при сдаче зачета должно составлять не менее 20 минут (по желанию обучающегося ответ может быть досрочным). Время ответа – не более 10 минут.

Преподавателю предоставляется право задавать обучающимся дополнительные вопросы в рамках программы дисциплины.

Качественная оценка «зачтено», внесенная в зачетную книжку и зачетно-экзаменационную ведомость, является результатом успешного усвоения учебного материала.

Результат зачета в зачетную книжку выставляется в день проведения зачета в присутствии самого обучающегося. Преподаватели несут персональную ответственность за своевременность и точность внесения записей о результатах промежуточной аттестации в зачетно-экзаменационную ведомость и в зачетные книжки.

Если обучающийся явился на зачет и отказался от прохождения аттестации в связи с неподготовленностью, то в зачетно-экзаменационную ведомость ему выставляется оценка «не зачтено».

Неявка на зачет отмечается в зачетно-экзаменационной ведомости словами «не явился».

Нарушение дисциплины, списывание, использование обучающимися неразрешенных печатных и рукописных материалов, мобильных телефонов, коммуникаторов, планшетных компьютеров, ноутбуков и других видов личной коммуникационной и компьютерной техники

во время зачета запрещено. В случае нарушения этого требования преподаватель обязан удалить обучающегося из аудитории и проставить ему в ведомости оценку «не зачтено».

Обучающимся, не сдавшим зачет в установленные сроки по уважительной причине, индивидуальные сроки проведения зачета определяются приказом ректора Университета.

Обучающиеся, имеющие академическую задолженность, сдают зачет в сроки, определяемые Университетом. Информация о ликвидации задолженности отмечается в экзаменационном листе.

Допускается с разрешения деканата и досрочная сдача зачета с записью результатов в экзаменационный лист.

Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья могут сдавать зачеты в сроки, установленные индивидуальным учебным планом. Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, имеющие нарушения опорно-двигательного аппарата, допускаются на аттестационные испытания в сопровождении ассистентов-сопровождающих.

Процедура проведения промежуточной аттестации для особых случаев изложена в «Положении о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ОПОП бакалавриата, специалитета и магистратуры» ФГБОУ ВО Южно-Уральский ГАУ.

Шкала и критерии оценивания ответа обучающегося представлены в таблице.

Шкала	Критерии оценивания
Оценка «зачтено»	знание программного материала, усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной программой дисциплины, правильное решение задачи (допускается наличие малозначительных ошибок или недостаточно полное раскрытие содержание вопроса, или погрешность не принципиального характера в ответе на вопросы). Дополнительным условием получения оценки «зачтено» могут стать хорошие показатели в ходе проведения текущего контроля и систематическая активная работа на учебных занятиях.
Оценка «не зачтено»	пробелы в знаниях основного программного материала, принципиальные ошибки при ответе на вопросы.

Вопросы к зачету

1. Междисциплинарные связи дисциплины «Менеджмент и маркетинг»
2. Сущность, содержание и специфика управления. Категории концепции управления.
3. Учения об управлении. Современные взгляды на управление.
4. Общие подходы в теории управления. Принципы управления.
5. Менеджмент: типы управления. Особенности российского менеджмента.
6. Сравнительные особенности моделей менеджмента.
7. Сущность и классификация функций управления.
8. Методы управления
9. Организация управления на предприятиях различных организационно-правовых форм.
10. Типы организаций, их виды. Факторы внешней и внутренней среды предприятия.
11. Управленческие решения: понятие, классификация.
12. Процесс принятия управленческих решений.
13. Модели и методы принятия управленческих решений.
14. Сущность и структура стратегического управления. Преимущества и недостатки.
15. Процесс стратегического планирования. Этапы процесса.
16. Коммуникации в управлении. Типы организационных коммуникаций.
17. Коммуникационные стили в управлении. Невербальная коммуникация.
18. Информационные технологии в деятельности менеджера.
19. Сущность власти. Источники власти в организации.
20. Лидерство. Типы отношений лидерства.
21. Традиционные и ситуационные концепции лидерства.

22. Природа и причины конфликтов. Типы конфликтов.
23. Управление конфликтами. Стили разрешения межличностных конфликтов.
24. Управление персоналом. Процесс управления трудовыми ресурсами.
25. Основы организации труда на предприятии.
26. Функции и категории работников. Движение персонала в организации.
27. Методы управления персоналом
28. Стили руководства.
29. Основные типы структур управления.
30. Делегирование полномочий, понятия, виды полномочий. Формы участия персонала в управлении.
31. Понятие, виды и этапы деловой карьеры.
32. Сущность этики управления (служебная этика).
33. Оптимизация организаторской деятельности менеджера.
34. Система критериев и показателей оценки персонала организации.
35. Оценка свойств и качеств личности менеджера организации
36. Качество и его составляющие элементы
37. Элементы, цели, принципы и функции управления качеством
38. Методы управления качеством
39. Понятие конкурентоспособности и качества сельскохозяйственной продукции, их общие и отличительные черты.
40. Факторы, влияющие на качество сельскохозяйственной продукции.
41. Факторы, определяющие конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции.
42. Пути повышения конкурентоспособности отечественной сельхозпродукции.
43. АПК как объект планирования, управления.
44. Функциональный, региональный и районный уровень управления в АПК.
45. Органы государственного управления народным хозяйством страны (ветви власти).
46. Сущность, цели и задачи маркетинга
47. Принципы и концепции маркетинга
48. Классификация маркетинга по областям применения, целям и характеру организаций.
49. Функции маркетинга
50. Профессиональные требования к руководителям и специалистам в области маркетинга.
51. Сущность маркетинговых исследований и направления их проведения.
52. Основные методы маркетинговых исследований
53. Маркетинг услуг: сущность, цели, задачи.
54. Система управления агромаркетингом
55. Механизм и организация управления маркетингом на предприятиях АПК. Особенности агромаркетинга
56. Технология принятия маркетинговых решений.
57. Структуры управления маркетингом на уровне предприятий (организаций), компаний, агрохолдингов.
58. Особенности управления экологическим маркетингом.
59. Эффективность управления маркетингом товаров и услуг. Этапы создания службы маркетинга.
60. Система агромаркетинговой информации и контроля

4.2.2. Экзамен

Экзамен не предусмотрен учебным планом.

4.2.3. Курсовой проект/курсовая работа

Курсовой проект/курсовая работа не предусмотрены учебным планом.

