

**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  
  
С. М. Красножан  
« 30 » марта 2016 г.

Кафедра «Экологии, агрохимии и защиты растений»

Рабочая программа дисциплины

**Б1.Б.11 МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ**

Направление подготовки 35.03.04 Агрономия

Профиль Агробизнес

Уровень высшего образования – бакалавриат (академический)

Квалификация – бакалавр

Форма обучения – заочная

Миасское  
2016

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 от 04.12.2015 № 1431. Рабочая программа предназначена для подготовки бакалавра по направлению **35.03.04 Агрономия**, профиль – **Агробизнес** (2016 год набора).

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

« 28 » марта 2016 г. (протокол № 7/1 ).

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



А.Н. Покатилова

Рабочая программа дисциплины одобрена учебно-методической комиссией Института агроэкологии

« 30 » марта 2016 г. (протокол № 1/1 ).

Председатель учебно-методической комиссии, кандидат технических наук, доцент



О. С. Батраева

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.....	6
3.1. Распределение объема дисциплины по видам учебной работы.....	6
3.2. Распределение учебного времени по разделам и темам.....	6
4. Структура и содержание дисциплины.....	7
4.1. Содержание дисциплины.....	7
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.....	9
5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	10
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	10
7. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины.....	11
8. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимые для освоения дисциплины.....	12
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.....	12
12. Инновационные формы образовательных технологий.....	13
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	14
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	28

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

## 1.1. Цель и задачи дисциплины

Бакалавр по направлению подготовки 35.03.04 Агрономия 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 трудовыми коллективами и организациями, действующими на сельских территориях, и проведение маркетинговых исследований.

### Задачи дисциплины:

- познание теоретических и методологических основ науки управления трудовыми коллективами и организациями АПК;
- приобретение практических навыков по управлению различными формированиями АПК в меняющихся условиях;
- совершенствование организации и оценки труда работников управления АПК;
- познание теоретических основ маркетинговой деятельности в условиях рыночных отношений;
- приобретение практических навыков по комплексному исследованию товарного рынка и разработки рыночной стратегии.

## 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-6 – способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Обучающийся должен знать: основы служебной этики – (Б1.Б.11 – 3.1)	Обучающийся должен уметь: руководить и работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия – (Б1.Б.11 – У.1)	Обучающийся должен владеть: методами управления персоналом – (Б1.Б.11 – Н.1)
ПК-6 способностью анализировать технологический процесс как объект управления	обучающийся должен знать: принципы построения организационных структур и распределения функций управления – (Б1.Б.11 – 3.2)	обучающийся должен уметь: планировать и выбирать оптимальные методы управления производством сельскохозяйственной продукции – (Б1.Б.11 – У.2)	обучающийся должен владеть: методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающей требованиям стандартов и рынка – (Б1.Б.11 – Н.2)
ПК-8 способностью организовать работу	обучающийся должен знать: теоретические основы управления	обучающийся должен уметь: руководить коллективом, подчи-	обучающийся должен владеть: методами принятия управленче-

исполнителей, находить и принимать управленческие решения в области организации и нормирования труда в разных экономических и хозяйственных условиях	трудовыми коллективами, принципы построения организационных структур и распределения функций управления – (Б1.Б.11 – 3.3)	няться и эффективно работать в коллективе – (Б1.Б.11 – У.3)	ских решений – (Б1.Б.11 – Н.3)
ПК-9 способностью проводить маркетинговые исследования на сельскохозяйственных рынках	обучающийся должен знать: теоретические основы маркетинга и направления проведения маркетинговых исследований – (Б1.Б.11 – 3.4)	обучающийся должен уметь: проводить маркетинговые исследования и систематизировать их результаты – (Б1.Б.11 – У.4)	обучающийся должен владеть: методами проведения маркетинговых исследований – (Б1.Б.11 – Н.4)
ПК-11 готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе; знает принципы и методы организации и управления малыми коллективами; способен находить организационно-управленческие решения в нестандартных производственных ситуациях и готов нести за них ответственность	обучающийся должен знать: формы участия персонала в управлении – (Б1.Б.11 – 3.5)	обучающийся должен уметь: применять на практике методы управления трудовыми ресурсами и качеством – (Б1.Б.11 – У.5)	обучающийся должен владеть: методами управления трудовыми ресурсами и качеством – (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 35.03.04 Агрономия, профиль – Агробизнес.

### 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	История	ОК-6	ОК-6
2	Культурология	ОК-6	ОК-6
3	Психология и педагогика	ОК-6	-
4	Социология	ОК-6	ОК-6
5	Экономическая теория	-	ПК-9
6	Организация производства и предпринимательства	ПК-6, ПК-8,	ПК-6, ПК-8,

	в агропромышленном комплексе	ПК-11	ПК-11
7	Производственная технологическая практика	ПК-6, ПК-8, ПК-11	ПК-6, ПК-8, ПК-11
Последующие дисциплины, практики			
1	Преддипломная практика	ПК-9	ПК-9

### 3. Объём дисциплины и виды учебной работы

Объём дисциплины составляет 3 зачетные единицы (ЗЕТ), 108 академических часов (далее часов). Дисциплина изучается на 5 курсе.

#### 3.1. Распределение объема дисциплины по видам учебной работы

Вид учебной работы	Количество часов
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>12</b>
В том числе:	
Лекции (Л)	6
Лабораторные занятия (ЛЗ)	–
Практические занятия (ПЗ)	6
<b>Самостоятельная работа обучающихся (СР)</b>	<b>92</b>
<b>Контроль</b>	<b>4</b>
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>108</b>

#### 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
<b>Раздел 1. Менеджмент</b>							
1.1	Методологические основы менеджмента и эволюция управленческой мысли	13	2	–	1	10	x
1.2	Организация как объект менеджмента	13	–	–	1	12	x
1.3	Управленческие решения	10	–	–	–	10	x
1.4	Управление персоналом	10	1	–	1	8	x
1.5	Управление качеством и обеспечение конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции	11	1	–	–	10	x
<b>Раздел 2 Маркетинг</b>							
2.1	Методологические основы маркетинга и его развитие	10	1	–	1	8	x
2.2	Особенности маркетинга в АПК	10	–	–	–	10	x
2.3	Основы управления маркетингом на предприятиях АПК и механизмы управления маркетингом.	14	–	–	2	12	x
2.4	Комплекс инструментального маркетинга	13	1	–	–	12	x
	Контроль	4	x	x	x	x	4
	<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>6</b>	<b>–</b>	<b>6</b>	<b>92</b>	<b>4</b>

## 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», эмпирическая 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. Организация как объект управления: понятие, черты, роль в обществе, организационная система, внешняя и внутренняя среда, система процессов. Организация управления на предприятиях АПК различных организационно-правовых форм.

*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.

#### 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	<b>Методологические основы менеджмента.</b> Сущность менеджмента. Основные разновидности, принципы и функции менеджмента. Методы менеджмента.	2
2	<b>Управление персоналом.</b> Понятие персонала. Система управления персоналом. Лидер, его роль в коллективе. Понятие власти и влияния. Стили управления. Управление конфликтами и стрессами. <b>Управление качеством и обеспечение конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции.</b> Качество и его составляющие элементы. Цели, принципы и функции управления качеством. Методы управления качеством.	2
3	<b>Методологические основы маркетинга.</b> Сущность маркетинга как науки. Основные задачи, принципы, стратегии и тактики маркетинга. Концепции маркетинга. Особенности маркетинга в АПК. <b>Комплекс инструментального маркетинга.</b> Товарная политика и понятие товара, его виды. Упаковка и марка 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.	2
	<b>Итого</b>	<b>6</b>



### 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	1
2.	Проектирование структуры управления организацией	1
3.	Оценка обеспеченности персоналом	1
4.	Эволюция маркетинга как практической деятельности предприятия	1
5.	Анализ маркетинговой деятельности сельскохозяйственных производителей (решение задач)	2
	<b>Итого</b>	<b>6</b>

### 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	30
Самостоятельное изучение отдельных тем и вопросов	32
Выполнение контрольной работы	30
<b>Итого</b>	<b>92</b>

В соответствии с учебным планом трудоемкость контроля составляет **4 часа**.

#### 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. Эволюция управленческой мысли. Менеджмент в прошлом и настоящем. Управленческие школы и течения 20 столетия. Развитие управленческой мысли и реформы государственного управления в России.	10
2	Понятие организации, её характеристики и классификация. Значение внешней среды в бизнесе. Внутренняя среда предприятия. Понятие, сущность и типы структуры управления. Формальные и неформальные организации. Социальная ответственность и этика менеджмента. Организация управления на предприятиях АПК различных организационно-правовых форм.	12
3	Понятие управленческого решения, их типы. Требования к принятию и выполнению управленческих решений в условиях рыночных отношений. Процесс разработки и принятия управленческих решений. Сущность, свойства и роль управленческого решения в системе управления производством. Классификация индивидуальных стилей принятия управленческих решений.	10
4	Подбор и приём на работу. Профессиональное развитие и обучение персонала. Оценка персонала. Деловая карьера. Служебная этика. Цен-	8

	трализация и децентрализация власти. Управление изменениями.	
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.	10
6	Основные концепции маркетинга, применяемые в практике работы организаций. Факторы, способствующие становлению и развитию рыночных отношений в России.	8
7	АПК, понятие и сущность. АПК как объект планирования, управления. Уровни управления в АПК. Система агромаркетинговой информации. Система планирования агромаркетинга. Система агромаркетингового контроля. Органы государственного управления народным хозяйством страны. Система органов управления агропромышленным комплексом.	10
8	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. Особенности управления экологическим маркетингом. Маркетинг услуг. 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.	12
9	Упаковка и марка товара. Жизненный цикл товара. Особенности товаров различных сфер АПК. Виды кривых жизненного цикла техники и оборудования, сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. Оптовая и розничная торговля. Решение о структуре канала: типы посредников, число посредников. Вертикальная и горизонтальная маркетинговая системы. Функции системы сбыта аграрных продуктов. цен и их классификация. Задачи и политика ценообразования.	12
	<b>Итого</b>	<b>92</b>

#### **5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

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

Менеджмент и маркетинг [Электронный ресурс] : метод. указания для выполнения самостоятельной и контрольной работы по дисциплине "Менеджмент и маркетинг" для студентов агрономического факультета заочной формы обучения [для бакалавра] / Южно-Уральский ГАУ, Институт агроэкологии ; сост. Е. С. Иванова. - Миасское: Южно-Уральский ГАУ, 2017. - 58 с. : ил., табл. - Библиогр.: с. 57-58 (19 назв.). Доступ из локальной сети: <http://192.168.2.40/Books/keaz096.pdf>; <http://188.43.29.221:8080/webdocs/iae/keaz096.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>

### Периодические издания:

- 1 Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий : теорет. и науч.-практ. журн./ М-ВО СЕЛ. ХОЗ-ВА РОС. ФЕДЕРАЦИИ, АГРОПРОМБАНК. – Москва : Ред. журн., 1926 . ВАК. – Выходит ежемесячно
- 2 Экономическое развитие России : журнал/ учредитель и издатель: Ин-т эконом. политики им. Е. Т. Гайдара. – Москва : Институт экономической политики России им.

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

1. Единое окно доступа к учебно-методическим разработкам <https://roypray.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 заочной формы обучения [Электронный ресурс] : [для бакалавра] / Южно-Уральский ГАУ, Институт агроэкологии ; сост. Е. С. Иванова. - Миасское: Южно-Уральский ГАУ, 2017. - 41 с. : ил., табл. Доступ из локальной сети: <http://192.168.2.40/Books/keaz097.pdf>; <http://188.43.29.221:8080/webdocs/iae/keaz097.pdf>.

2. Менеджмент и маркетинг [Электронный ресурс] : метод. указания для выполнения самостоятельной и контрольной работы по дисциплине "Менеджмент и маркетинг" для студентов агрономического факультета заочной формы обучения [для бакалавра] / Южно-Уральский ГАУ, Институт агроэкологии ; сост. Е. С. Иванова. - Миасское: Южно-Уральский ГАУ, 2017. - 58 с. : ил., табл. - Библиогр.: с. 57-58 (19 назв.). Доступ из локальной сети: <http://192.168.2.40/Books/keaz096.pdf>; <http://188.43.29.221:8080/webdocs/iae/keaz096.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.

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 **35.03.04 Агрономия**

Профиль **Агробизнес**

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

Квалификация – **бакалавр**

Форма обучения – **заочная**

## 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
4.1.5. Контрольная работа.....	24
4.2. Процедуры и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации	24
4.2.1. Зачет .....	24
4.2.2. Экзамен	27
4.2.3. Курсовой проект/курсовая работа	27

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

Компетенции по данной дисциплине формируются на продвинутом этапе.

Планируемые результаты освоения ОПОП (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУН)		
	знания	умения	навыки
ОК-6 – способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Обучающийся должен знать: основы служебной этики – (Б1.Б.11 – 3.1)	Обучающийся должен уметь: руководить и работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия – (Б1.Б.11 – У.1)	Обучающийся должен владеть: методами управления персоналом – (Б1.Б.11 – Н.1)
ПК-6 способностью анализировать технологический процесс как объект управления	обучающийся должен знать: принципы построения организационных структур и распределения функций управления – (Б1.Б.11 – 3.2)	обучающийся должен уметь: планировать и выбирать оптимальные методы управления производством сельскохозяйственной продукции – (Б1.Б.11 – У.2)	обучающийся должен владеть: методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающей требованиям стандартов и рынка – (Б1.Б.11 – Н.2)
ПК-8 способностью организовать работу исполнителей, находить и принимать управленческие решения в области организации и нормирования труда в разных экономических и хозяйственных условиях	обучающийся должен знать: теоретические основы управления трудовыми коллективами, принципы построения организационных структур и распределения функций управления – (Б1.Б.11 – 3.3)	обучающийся должен уметь: руководить коллективом, подчиняться и эффективно работать в коллективе – (Б1.Б.11 – У.3)	обучающийся должен владеть: методами принятия управленческих решений – (Б1.Б.11 – Н.3)
ПК-9 способностью проводить маркетинговые исследования на сельскохозяйственных рынках	обучающийся должен знать: теоретические основы маркетинга и направления проведения маркетинговых исследований – (Б1.Б.11 – 3.4)	обучающийся должен уметь: проводить маркетинговые исследования и систематизировать их результаты – (Б1.Б.11 – У.4)	обучающийся должен владеть: методами проведения маркетинговых исследований – (Б1.Б.11 – Н.4)



<p>ПК-11 готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе; знает принципы и методы организации и управления малыми коллективами; способен находить организационно-управленческие решения в нестандартных производственных ситуациях и готов нести за них ответственность</p>	<p>обучающийся должен знать: формы участия персонала в управлении – (Б1.Б.11 – 3.5)</p>	<p>обучающийся должен уметь: применять на практике методы управления трудовыми ресурсами и качеством – (Б1.Б.11 – У.5)</p>	<p>обучающийся должен владеть: методами управления трудовыми ресурсами и качеством – (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 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 – 3.2	Обучающийся не знает принципы построения организационных структур и распределения функций управления	Обучающийся слабо знает принципы построения организационных структур и распределения функций управления	Обучающийся знает принципы построения организационных структур и распределения функций управления с незначительными ошибками и отдельными пробелами	Обучающийся знает принципы построения организационных структур и распределения функций управления с требуемой степенью полноты и точности
Б1.Б.11 – 3.3	Обучающийся не знает теоретические основы управления трудовыми коллективами, принципы построения организационных структур и распределения функций управления	Обучающийся слабо знает теоретические основы управления трудовыми коллективами, принципы построения организационных структур и распределения функций управления	Обучающийся знает теоретические основы управления трудовыми коллективами, принципы построения организационных структур и распределения функций управления с незначительными ошибками и отдельными пробелами	Обучающийся знает теоретические основы управления трудовыми коллективами, принципы построения организационных структур и распределения функций управления с требуемой степенью полноты и точности
Б1.Б.11 – 3.4	Обучающийся не знает теоретические основы маркетинга и направления проведения маркетинговых исследований	Обучающийся слабо знает теоретические основы маркетинга и направления проведения маркетинговых исследований	Обучающийся знает теоретические основы маркетинга и направления проведения маркетинговых исследований с незначительными ошибками и отдельными пробелами	Обучающийся знает теоретические основы маркетинга и направления проведения маркетинговых исследований с требуемой степенью полноты и точности
Б1.Б.11 – 3.5	Обучающийся не знает	Обучающийся слабо знает	Обучающийся знает фор-	Обучающийся знает фор-

	формы участия персонала в управлении	формы участия персонала в управлении	мы участия персонала в управлении с незначительными ошибками и отдельными пробелами	мы участия персонала в управлении с требуемой степенью полноты и точности
Б1.Б.11 – У.1	Обучающийся не умеет руководить и работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Обучающийся слабо умеет руководить и работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Обучающийся умеет руководить и работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия с незначительными затруднениями	Обучающийся умеет руководить и работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
Б1.Б.11 – У.2	Обучающийся не умеет планировать и выбирать оптимальные методы управления производством сельскохозяйственной продукции	Обучающийся слабо умеет планировать и выбирать оптимальные методы управления производством сельскохозяйственной продукции	Обучающийся умеет планировать и выбирать оптимальные методы управления производством сельскохозяйственной продукции с незначительными затруднениями	Обучающийся умеет планировать и выбирать оптимальные методы управления производством сельскохозяйственной продукции
Б1.Б.11 – У.3	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.4	Обучающийся не умеет проводить маркетинговые исследования и систематизировать их результаты	Обучающийся слабо умеет проводить маркетинговые исследования и систематизировать их результаты	Обучающийся умеет проводить маркетинговые исследования и систематизировать их результаты с незначительными затруднениями	Обучающийся умеет проводить маркетинговые исследования и систематизировать их результаты
Б1.Б.11 – У.5	Обучающийся не умеет применять на практике методы управления тру-	Обучающийся слабо умеет применять на практике методы управления тру-	Обучающийся умеет применять на практике методы управления трудовыми	Обучающийся умеет применять на практике методы управления трудовыми

	довыми ресурсами и качеством	довыми ресурсами и качеством	ресурсами и качеством с незначительными затруднениями	ресурсами и качеством
Б1.Б.11 – Н.1	Обучающийся не владеет методами управления персоналом	Обучающийся слабо владеет методами управления персоналом	Обучающийся владеет методами управления персоналом с небольшими затруднениями	Обучающийся свободно владеет методами управления персоналом
Б1.Б.11 – Н.2	Обучающийся не владеет методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающей требованиям стандартов и рынка	Обучающийся слабо владеет методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающей требованиям стандартов и рынка	Обучающийся владеет методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающей требованиям стандартов и рынка методами с небольшими затруднениями	Обучающийся свободно владеет методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающей требованиям стандартов и рынка
Б1.Б.11 – Н.3	Обучающийся не владеет методами принятия управленческих решений	Обучающийся слабо владеет методами принятия управленческих решений	Обучающийся владеет методами принятия управленческих решений с небольшими затруднениями	Обучающийся свободно владеет методами принятия управленческих решений
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 методами управления трудовыми ресурсами и качеством	Обучающийся слабо владеет методами управления трудовыми ресурсами и качеством	Обучающийся владеет методами управления трудовыми ресурсами и качеством с небольшими затруднениями	Обучающийся свободно владеет методами управления трудовыми ресурсами и качеством

### 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 базовый 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 заочной формы обучения [Электронный ресурс] : [для бакалавра] / Южно-Уральский ГАУ, Институт агроэкологии ; сост. Е. С. Иванова. - Миасское: Южно-Уральский ГАУ, 2017. - 41 с. : ил., табл. Доступ из локальной сети: <http://192.168.2.40/Books/keaz097.pdf>; <http://188.43.29.221:8080/webdocs/iae/keaz097.pdf>.

2. Менеджмент и маркетинг [Электронный ресурс] : метод. указания для выполнения самостоятельной и контрольной работы по дисциплине "Менеджмент и маркетинг" для студентов агрономического факультета заочной формы обучения [для бакалавра] / Южно-Уральский ГАУ, Институт агроэкологии ; сост. Е. С. Иванова. - Миасское: Южно-Уральский ГАУ, 2017. - 58 с. : ил., табл. - Библиогр.: с. 57-58 (19 назв.). Доступ из локальной сети: <http://192.168.2.40/Books/keaz096.pdf>; <http://188.43.29.221:8080/webdocs/iae/keaz096.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»	<ul style="list-style-type: none"><li>- изложение материала логично, грамотно;</li><li>- свободное владение терминологией;</li><li>- умение высказывать и обосновать свои суждения при ответе на контрольные вопросы;</li><li>- умение описывать изучаемые явления и процессы;</li><li>- умение проводить и оценивать результаты измерений;</li><li>- способность разрешать конкретные ситуации (допускается наличие малозначительных ошибок или недостаточно полное раскрытие содержания вопроса или погрешность непринципиального характера в ответе на вопросы).</li></ul>

Оценка «не зачтено»	- 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: Менеджмент и маркетинг [Электронный ресурс] : метод. указания для выполнения самостоятельной и контрольной работы по дисциплине "Менеджмент и маркетинг" для студентов агрономического факультета заочной формы обучения [для бакалавра] / Южно-Уральский ГАУ, Институт агроэкологии ; сост. Е. С. Иванова. - Миасское: Южно-Уральский ГАУ, 2017. - 58 с. : ил., табл. - Библиогр.: с. 57-58 (19 назв.). Доступ из локальной сети: <http://192.168.2.40/Books/keaz096.pdf>; <http://188.43.29.221:8080/webdocs/iae/keaz096.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 «незачтено».

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

Шкала	Критерии оценивания
Оценка «зачтено»	- обучающийся полно усвоил учебный материал; - проявляет навыки анализа, обобщения, критического осмысления и восприятия информации; - 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"> <li>- не раскрыто основное содержание учебного материала;</li> <li>- обнаружено незнание или непонимание большей, или наиболее важной части учебного материала;</li> <li>- допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов;</li> <li>- не сформированы компетенции, отсутствуют соответствующие знания, умения и навыки.</li> </ul>
---------------------	---

#### 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:

<b>Шкала</b>	<b>Критерии оценивания</b>
Оценка «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обучающийся полностью усвоил учебный материал и свободно им владеет;</li> <li>- знает, понимает и правильно использует в речи профессиональную терминологию;</li> <li>- проявляет навыки анализа, обобщения, критического осмысления и восприятия информации;</li> <li>- способен соотносить и интегрировать теоретические знания с реальными профессиональными потребностями;</li> <li>- владеет основным профессиональным инструментарием;</li> <li>- продемонстрирована сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков.</li> </ul>
Оценка «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>- не раскрыто основное содержание учебного материала;</li> <li>- обнаружено незнание или непонимание большей, или наиболее важной части учебного материала;</li> <li>- допущены ошибки в определении понятий и при использовании терминологии;</li> <li>- не сформированы компетенции, отсутствуют соответствующие знания, умения и навыки.</li> </ul>

#### 4.1.5. Контрольная работа

Контрольная работа используется для самостоятельного освоения обучающимся образовательной программы по темам дисциплины. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы изложены в методических рекомендациях: Менеджмент и маркетинг [Электронный ресурс] : метод. указания для выполнения самостоятельной и контрольной работы по дисциплине "Менеджмент и маркетинг" для студентов агрономического факультета заочной формы обучения [для бакалавра] / Южно-Уральский ГАУ, Институт агроэкологии ; сост. Е. С. Иванова. - Миасское: Южно-Уральский ГАУ, 2017. - 58 с. : ил., табл. - Библиогр.: с. 57-58 (19 назв.). Доступ из локальной сети: <http://192.168.2.40/Books/keaz096.pdf>; <http://188.43.29.221:8080/webdocs/iae/keaz096.pdf>.

Контрольная работа оценивается отметкой «зачтено» или «не зачтено».

Общая оценка контрольной работы складывается из оценок по отдельным заданиям с учетом качества выполнения и оформления работы.

Отметка выставляется на титульном листе работы и заверяется подписью преподавателя. Уровень качества письменной контрольной работы обучающегося определяется с использованием следующей системы оценок.

«Зачтено» выставляется, в случае если обучающийся показывает хорошие знания изученного учебного материала по предложенным вопросам; хорошо владеет основными терминами и понятиями; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемых вопросов и заданий; показывает умение формулировать выводы и обобщения по теме заданий.

«Не зачтено» – выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения материала; неудовлетворительном знании базовых терминов и понятий курса, отсутствии логики и последовательности в изложении ответов на предложенные вопросы; если не выполнены один или несколько заданий контрольной работы.

Контрольная работа, выполненная небрежно, не по своему варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

При выявлении заданий, выполненных самостоятельно, преподаватель вправе провести защиту обучающимися своих работ. По результатам защиты преподаватель выносит решение либо о зачете контрольной работы, либо об ее возврате с изменением варианта. Защита контрольной работы предполагает свободное владение обучающимся материалом, изложенным в работе и хорошее знание учебной литературы, использованной при написании.

### **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 содержания 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.

