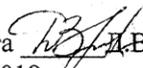


Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Курганская государственная сельскохозяйственная академия имени Т.С. Мальцева»

Кафедра Экономики и организации агробизнеса

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета  Д.В. Гладков
«04» апреля 2019 г.

Рабочая программа дисциплины
МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Направление подготовки – 35.03.04 Агрономия
Направленность подготовки (профиль) – Агрономия

Квалификация – Бакалавр

Лесниково
2019

Разработчик:
к. с.-х.н., доцент



М.В. Карпова

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры экономики и организации агробизнеса « 04 » апреля 2019 г. (протокол № 5)

Завкафедрой, к.э.н., доцент



Л.В. Субботина

Одобрена на заседании методической комиссии агрономического факультета
« 04 » апреля 2019 г. (протокол № 8)

Председатель методической комиссии факультета
к. с.-х.н., доцент



А.В. Созинов

1. Цель и задачи основания дисциплины

Цель освоения дисциплины - формирование у студентов целостного представления об основных теориях, концепциях и ключевых проблемах и практики менеджмента, выработать базовые навыки принятия и реализации административно-управленческих решений, сформировать систему взглядов в области управленческой деятельности.

Задачи дисциплины:

- изучить основные характеристики и понятия управления;
- дать представление о формировании науки об управлении, о сущности, содержании, функций и методов управления;
- организовывать работу коллективов производственных подразделений организаций;
- организовывать работу исполнителей в полевых и лабораторных условиях;
- проводить маркетинговые исследования на рынке сельскохозяйственной продукции;
- умение принимать управленческие решения при производстве продукции растениеводства в различных экономических погодных условиях хозяйствования.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2.1 Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» (Б1.В.01) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений части блока Б1 по направлению 35.03.04 Агрономия.

2.2 Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для изучения дисциплины: студент должен владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации; должен знать основы организации производства и предпринимательской деятельности; уметь использовать системы современных показателей, для характеристики социально-экономической, производственной, управленческой и финансовой деятельности организаций; знать тенденции и закономерности развития инновационных процессов в организации, основные факторы и условия, определяющие их эффективную реализацию.

Для успешного освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» обучающийся должен иметь базовую подготовку по дисциплине «Экономическая теория», формирующая следующую компетенцию ОПК-6.

2.3 Результаты обучения по дисциплине необходимы для успешной подготовки выпускной квалификационной работы.

3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты обучения по дисциплине – знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

| Компетенция | Индикаторы | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
|--|--|--|
| УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | ИД-2 _{УК-2} Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений | <p>знать: виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач</p> <p>уметь: анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов</p> <p>владеть: методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта</p> |
| УК-3.Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | ИД-2 _{УК-3} Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально незащищенные слои населения и т.п.). | <p>знать: теоретические основы социального взаимодействия</p> <p>уметь: реализовывать свою роль в команде</p> <p>владеть: навыками работы в команде</p> |
| УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | ИД-2 _{УК-6} Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда. | <p>знать: и показатели эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата</p> <p>уметь: создавать условия для повышения квалификации сотрудников в области профессиональной деятельности в области маркетинга и менеджмента</p> <p>владеть: навыками оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | | задач |
| ПК-16. Способен проводить маркетинговые исследования на рынке агрохимикатов и сельскохозяйственной продукции | ИД-1 _{ПК-16} Готов проводить маркетинговые исследования на рынке сельскохозяйственной продукции | <p>знать: теоретические основы менеджмента и маркетинга</p> <p>уметь: проводить маркетинговые исследования на рынке агрохимикатов и сельскохозяйственной продукции</p> <p>владеть: специальной экономической терминологией по вопросам управления сельскохозяйственной организацией; способностью использовать экономические знания в области управленческой деятельности и маркетинга в конкретных ситуациях, условиях и задачах профессиональной деятельности</p> |

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Объем дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы | Трудоемкость | |
|--|----------------------|------------------------|
| | очная форма обучения | заочная форма обучения |
| Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего | 36 | 10 |
| в т.ч.: лекции | 12 | 4 |
| практические занятия | 24 | 6 |
| Самостоятельная работа | 36 | 58 |
| Промежуточная аттестация (зачет) | 7 семестр | 4/ 5 курс |
| Общая трудоемкость дисциплины | 72 / 2 ЗЕ | 72 / 2 ЗЕ |

4.2 Содержание дисциплины

Таблица 1 – Тематика занятий и распределение часов в системе очной и заочной формы обучения

| Наименование раздела учебной дисциплины/ укрупненные темы раздела | Основные вопросы темы | Трудоёмкость раздела и её распределение по видам учебной работы, час | | | | | | | | Коды формируемых компетенций |
|--|---|--|----------|----------|----------|------------------------|----------|----------|-----------|-----------------------------------|
| | | очная форма обучения | | | | заочная форма обучения | | | | |
| | | всего | лекция | ЛП 3 | СРС 6 | всего | лекция | ЛП 3 | СРС С | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| | | 7 семестр | | | | 9 семестр | | | | |
| 1 Основы менеджмента | | 12 | 2 | 4 | 6 | 10 | 1 | 1 | 8 | УК-2, УК-3, УК -6, ПК-16 |
| | 1 Теоретические основы управления | | + | | + | | + | | + | |
| | 2 Система менеджмента | | + | + | + | | + | + | + | |
| | 3 Принятие управленческих решений | | | + | + | | | + | + | |
| Форма контроля | | устный опрос, тестирование, доклад | | | | | | | | |
| 2 Управление предприятием | | 12 | 2 | 4 | 6 | 12 | 1 | 1 | 10 | УК-2, УК-3, УК -6, ПК-16 |
| | 1 Цели и система управления организациями | | + | + | + | | + | | | |
| | 2 Построение организационных структур | | + | + | + | | + | + | + | |
| | 3 Система мотиваций | | + | | + | | | | + | |
| Форма контроля | | устный опрос, тестирование, доклад | | | | | | | | |
| 3 Эффективность менеджмента | | 12 | 2 | 4 | 6 | 12 | - | 1 | 11 | УК-2, УК-3, УК -6, ПК-16 |
| | 1 Сущность эффективности менеджмента | | + | + | | | + | + | + | |
| | 2 Рационализация методов управления производством | | + | + | | | | + | | |
| | 3 Критерии и показатели эффективности менеджмента | | | + | + | | | + | + | |
| Форма контроля | | устный опрос, тестирование, | | | | | | | | |
| 4 Маркетинг – инструмент | | 12 | 2 | 4 | 6 | 10 | 1 | 1 | 8 | УК-2, УК-3, |
| | 1 Сущность, цели, объекты и виды маркетинга | | + | | + | | + | | + | |

| | | | | | | | | | | |
|--|---|------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|-----------|--------------------------|
| рыночных преобразований в экономике | 2 Организация маркетинговой деятельности на предприятии | | + | + | + | | + | + | + | УК -6, ПК-16 |
| | 3 Система маркетинговой информации и маркетинговых исследований | | | + | + | | | + | + | |
| Форма контроля | | устный опрос, доклад | | | | | | | | |
| 5 Товар и товарная политика предприятия | | 12 | 2 | 4 | 6 | 12 | 1 | 1 | 10 | УК-2, УК-3, УК -6, ПК-16 |
| | 1 Понятие и сущность товара, его свойства и классификация | | + | | | | + | | | |
| | 2 Понятие и структура товарной политики | | + | + | | | + | + | | |
| | 3 Позиционирование товаров на рынке и маркетинговые решения по товарному позиционированию | | + | | + | | + | | + | |
| | 4 Товарная номенклатура и товарный ассортимент | | | + | | | | + | | |
| | 5 Товарная марка, упаковка и маркировка товара, сервисное обслуживание | | | + | | | | + | | |
| | 6 Конкурентоспособность товара | | | + | + | | | + | + | |
| 7 Жизненный цикл товара и товарные инновации | | | + | + | | | + | + | | |
| Форма контроля | | устный опрос, тестирование, доклад | | | | | | | | |
| 6 Цена и ценовая политика предприятия | | 12 | 2 | 4 | 6 | 12 | - | 1 | 11 | УК-2, УК-3, УК -6, ПК-16 |
| | 1 Понятие, функции и виды цен | | + | | + | | | | + | |
| | 2 Ценовая политика предприятия и ее содержание | | + | + | | | | + | | |
| | 3 Ценообразующие факторы | | + | + | | | | + | | |
| Форма контроля | | устный опрос, тестирование | | | | | | | | |
| Аудиторных и СРС, ч: | | 72 | 12 | 24 | 36 | 68 | 4 | 6 | 58 | |
| Зачет, ч: | | | | | | 4 | | | | |
| Всего, ч: | | 72 | | | | 72 | | | | |

5 Образовательные технологии

С целью обеспечения развития у обучающегося навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств, в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки – 35.03.04 Агрономия реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в образовательной деятельности активных и интерактивных форм проведения занятий (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых Академией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

| Номер темы | Используемые в учебном процессе интерактивные и активные образовательные технологии | | | | Всего |
|--|---|------|------------------------------------|------|--------------|
| | лекции | | практические (семинарские) занятия | | |
| | форма | часы | форма | часы | |
| 1-7 | лекция-презентация | 12 | | | 12 |
| 1,2,4,5 | | | Чтение и обсуждение докладов | 8 | 8 |
| Итого в часах (% к общему количеству аудиторных часов) | | | | | 20 (55,6) |

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) перечень основной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг менеджмент: [Электронный ресурс]: Учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2017. – 152 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415015>. (ЭБС Znanium).

б) перечень дополнительной литературы

2. Балашов А.П. Менеджмент [Электронный ресурс]: Учебное пособие.- М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 271 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/452755>. (ЭБС Znanium).
3. Репина Е.А., Чернышев М.А., Анопченко Т.Ю. Основы менеджмента: [Электронный ресурс] Учебное пособие. - М.: ИНФРА-М; Ростов н/Д: Академцентр, 2011. - 240 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/254666>. (ЭБС Znanium).
4. Фридман А.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга предприятия питания [Электронный ресурс]: Учебник. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 229 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/516081>. (ЭБС Znanium).

в) перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине;

- 5 Карпова М.В. Менеджмент и маркетинг: методические указания для практических занятий и самостоятельной работы студентов очной и заочной формы обучения по направлению: 35.03.03 Агрехимия и агропочвоведение, 35.03.04 Агрономия. - Лесниково, 2019. – 30 с.

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

- 1 <http://www.consultant.ru/> - Информационно-справочная система Консультант+
- 2 <http://www.garant.ru/> Информационно-справочная система Гарант
- 3 <http://www.google.ru/> поисковая система GOOGLE
- 4 Журнал «Управление персоналом» - www.to-personal.ru.
- 5 Журнал «Кадровое дело» - www.kdelo.ru.
- 6 Журнал «Кадровая служба и управление персоналом предприятия» - www.delo-press.ru

г) перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

- 1 Microsoft Windows Professional 7
- 2 Microsoft Office 2007
- 3 Kaspersky Endpoint Security
- 4 Чтение лекций с использованием слайд-презентаций.

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы |
|--|--|
| Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, аудитория № 401, главный корпус | Специализированная мебель: учебная доска, стол и стул преподавателя, посадочные места для студентов. Набор демонстрационного оборудования с возможностью использования мультимедиа: проектор SANYOMultiverseProjectorPLC-XU70 – 1 шт; экран для проектора – 1 шт; портативный компьютер TOSHIBASatelliteM60-182 – 1 шт |
| Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, аудитория № 430, главный корпус | Специализированная мебель: учебная доска, стол и стул преподавателя, посадочные места для студентов. Специальная учебно-методическая литература |
| Помещение для самостоятельной работы обучающихся, читальный зал библиотеки, кабинет № 216, главный корпус | Специализированная мебель: учебная доска, посадочные места для студентов. Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» (ЭБС «Znanium.com», ЭБС «AgriLib», Научная библиотека «eLYBRARY.RU») и обеспечением доступа в электронную образовательную среду Академии. Специальная учебная, учебно- |

| | |
|---|--|
| | методическая и научная литература |
| Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, кабинет № 110а, главный корпус | Специализированная мебель: стеллажи. Сервер IntelXeonE5620, IntelPentium 4 - 7 шт, IntelCore 2 QuadQ 6600 – 3 шт |

8 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств по дисциплине для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации представлен в приложении 1.

9 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Планирование и организация времени, необходимого на освоение дисциплины (модуля), предусматривается ФГОС и учебным планом дисциплины. Объем часов и виды учебной работы по формам обучения распределены в рабочей программе дисциплины в п.4.2.

9.1 Учебно-методическое обеспечение аудиторных занятий

По дисциплине «Менеджмент и маркетинг» образовательной программой предусмотрено проведение следующих занятий: лекции, практические занятия, индивидуальные и групповые консультации, самостоятельная работа обучающихся.

Лекции предусматривают преимущественно передачу учебной информации преподавателем обучающимся. Занятия лекционного типа включают в себя лекции вводные, установочные (по заочной форме обучения), ординарные, обзорные, заключительные.

На лекциях используются следующие интерактивные и активные формы и методы обучения: презентации, лекции с элементами беседы и дискуссии.

Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять на одной странице листа или оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале. Можно делать это с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения. Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

Практические занятия (семинары) проводятся для углубленного изучения студентами определенных тем, закрепления и проверки полученных знаний, овладения навыками самостоятельной работы. Практическое занятие является действенным средством усвоения курса. Поэтому студенты, получившие на занятии

неудовлетворительную оценку, а также пропустившие его по любой причине, обязаны отработать возникшие задолженности. По итогам практических занятий студент получает допуск к зачету.

Для организации работы по освоению дисциплины (модуля) «Менеджмент и маркетинг (модуля)» преподавателем разработаны следующие методические указания:

1 Карпова М.В. Менеджмент и маркетинг: методические указания для практических занятий и самостоятельной работы студентов очной и заочной формы обучения по направлению: 35.03.03 Агрохимия и агропочвоведение, 35.03.04 Агрономия. - Лесниково, 2019. – 30 с.

9.2 Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа является более продуктивной и эффективной, если правильно используются консультации. Консультация – одна из форм учебной работы. Она предназначена для оказания помощи студентам в решении вопросов, которые могут возникнуть в процессе самостоятельной работы.

Самостоятельная работа студентов включает в себя подготовку докладов, различных презентаций. При самостоятельной работе большое внимание нужно уделять работе с первоисточниками, дополнительной литературой, учебной литературой. Самостоятельная работа студентов обычно складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: учебниками, нормативными материалами, дополнительной литературой, в том числе материалами интернета, а также проработка конспектов лекций;
- написание докладов, рефератов;
- участие в работе семинаров, студенческих научных конференций, олимпиад;
- подготовка к экзамену непосредственно перед ним.

Зачет – форма проверки знаний студентов по изучаемому курсу. Он позволяет обобщить и углубить полученные знания, систематизировать и структурировать их. Готовясь к экзамену, студент должен еще раз просмотреть материалы лекционных и семинарских занятий, повторить ключевые термины и понятия.

За месяц до проведения зачета преподаватель сообщает студентам примерные вопросы, вынесенные для обсуждения на промежуточной аттестации. Для организации самостоятельной работы студентов по освоению дисциплины «Менеджмент и маркетинг» преподавателем разработаны следующие методические указания:

Для организации работы по освоению дисциплины (модуля) «Менеджмент и маркетинг» преподавателем разработаны следующие методические указания:

1 Карпова М.В. Менеджмент и маркетинг: методические указания для практических занятий и самостоятельной работы студентов очной и заочной формы обучения по направлению: 35.03.03 Агрохимия и агропочвоведение, 35.03.04 Агрономия. - Лесниково, 2019. – 30 с.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Курганская государственная сельскохозяйственная академия имени Т.С. Мальцева»

Кафедра экономики и организации агробизнеса

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Направление подготовки – 35.03.04 Агрономия
Направленность подготовки (профиль) – Агрономия

Квалификация – Бакалавр

Лесниково
2019

1.1 Фонд оценочных средств предназначен для оценки результатов освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» основной образовательной программы 35.03.04 Агрономия.

1.2 В ходе освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» используются следующие виды контроля: текущий контроль и промежуточная аттестация (итоговый контроль по данной дисциплине, предусмотренный учебным планом).

1.3 Формой промежуточной аттестации по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» является зачет.

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

| Контролируемые разделы, темы дисциплины | Код контролируемой компетенции | Наименование оценочного средства | |
|--|-----------------------------------|--|--------------------------|
| | | текущий контроль | промежуточная аттестация |
| 1 Основы менеджмента | УК-2, УК-3, УК -6, ПК-16 | устный опрос, тестирование, доклад | Вопросы к зачёту |
| 2 Управление предприятием | УК-2, УК-3, УК -6, ПК-16 | устный опрос, тестирование, доклад | |
| 3 Эффективность менеджмента | УК-2, УК-3, УК -6, ПК-16 | устный опрос, тестирование | |
| 4 Маркетинг – инструмент рыночных преобразований в экономике | УК-2, УК-3, УК -6, ПК-16 | устный опрос, доклад | |
| 5 Товар и товарная политика | УК-2, УК-3, УК -6, ПК-16 | устный опрос, доклад, тестирование | |
| 6 Цена и ценовая политика предприятия | УК-2, УК-3, УК -6, ПК-16 | устный опрос, тестирование | |

3. Типовые контрольные задания (необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы)

3.1 Оценочные средства для текущего контроля

Темы 1-6

Текущий контроль проводится в форме устного опроса во время проведения практического занятия с целью оценки знаний обучающихся по теме.

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: УК-2, УК-3, УК -6, ПК-16.

Перечень вопросов (задач) для проведения устного опроса:

- 1 В чем заключается сущность менеджмента?
- 2 Сформулируйте цели и задачи менеджмента.
- 3 Расскажите о школах в менеджменте
- 4 Функции менеджмента
- 5 Системный и комплексный подходы
- 6 Ситуационный и процессный подходы в менеджменте
- 7 Сформулировать понятие управленческого решения;
- 8 Классифицировать управленческие решения;
- 9 Знать технологию принятия решений в отрасли растениеводства;
- 10 Назвать этапы принятия решений;
- 11 Определить степень реализации решений;
- 12 Основные подразделения организации и их функции
- 13 Внутренняя и внешняя среда организации и их характеристика
- 14 Современные тенденции в развитии организации
- 15 Понятие, основные элементы организационной структуры и структуры управления
- 16 Оценка эффективности структуры управления
- 17 Общая характеристика мотивации
- 18 Содержательные и процессуальные теории мотивации
- 19 Сущность эффективности менеджмента
- 20 Критерии и показатели эффективности менеджмента
- 30 Сущность, цели и структура маркетинга
- 31 Содержание (принципы и функции) маркетинга на предприятии
- 32 Концепции маркетинга и виды маркетинга
- 34 Маркетинговая среда и ее влияние на результаты маркетинговой деятельности
- 35 Процесс управления маркетингом
- 36 Организационные структуры служб маркетинга на предприятии
- 37 Понятие и сущность товара, его свойства и классификация
- 38 Понятие и структура товарной политики
- 39 Товарная номенклатура и товарный ассортимент
- 40 Товарная марка, упаковка и маркировка товара, сервисное обслуживание
- 41 Понятие, функции и виды цен
- 42 Ценовая политика предприятия и ее содержание
- 43 Ценообразующие факторы

Ожидаемые результаты:

Знание видов ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач (для УК-2); теоретические основы социального взаимодействия (для УК-3); сущность и показатели эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата (для УК-6); теоретические основы менеджмента и маркетинга (для ПК-16).

Умение анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов (для УК-2); реализовывать свою роль в команде (для УК-3); создавать условия для повышения квалификации сотрудников в области профессиональной деятельности в области маркетинга и менеджмента (для УК-6); проводить маркетинговые исследования на рынке агрохимикатов и сельскохозяйственной продукции (для ПК-16).

Владение методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта (для УК-2); навыками работы в команде (для УК-3); навыками оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных

задач (для УК-6); специальной экономической терминологией по вопросам управления сельскохозяйственной организацией; способностью использовать экономические знания в области управленческой деятельности и маркетинга в конкретных ситуациях, условиях и задачах профессиональной деятельности (для ПК-16).

Шкала оценивания устного опроса

| Оценка | Требования |
|-----------|---|
| «Отлично» | <p>Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач (для УК-2); теоретические основы социального взаимодействия (для УК-3); сущность и показатели эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата (для УК-6); теоретические основы менеджмента и маркетинга (для ПК-16).</p> <p>Умеет анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов (для УК-2); реализовывать свою роль в команде (для УК-3); создавать условия для повышения квалификации сотрудников в области профессиональной деятельности в области маркетинга и менеджмента (для УК-6); проводить маркетинговые исследования на рынке агрохимикатов и сельскохозяйственной продукции (для ПК-16).</p> <p>Владеет методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта (для УК-2); навыками работы в команде (для УК-3); навыками оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач (для УК-6); специальной экономической терминологией по вопросам управления сельскохозяйственной организацией; способностью использовать экономические знания в области управленческой деятельности и маркетинга в конкретных ситуациях, условиях и задачах профессиональной деятельности (для ПК-16).</p> |
| «Хорошо» | <p>Знает не в полном объеме виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач (для УК-2); теоретические основы социального взаимодействия (для УК-3); сущность и показатели эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата (для УК-6); теоретические основы менеджмента и маркетинга (для ПК-16).</p> <p>Умеет в большинстве случаев анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов (для УК-2); реализовывать свою роль в команде (для УК-3); создавать условия для повышения квалификации сотрудников в области профессиональной деятельности в области маркетинга и менеджмента (для УК-6); проводить маркетинговые исследования на рынке агрохимикатов и сельскохозяйственной продукции (для ПК-16).</p> <p>Владеет не в полном объеме методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта (для УК-2); навыками работы в команде (для УК-3); навыками оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач (для УК-6); специальной экономической терминологией по вопросам управления сельскохозяйственной организацией; способностью использовать экономические знания в области управленческой деятельности и маркетинга в конкретных ситуациях, условиях и задачах профессиональной деятельности (для ПК-16).</p> |

| | |
|-----------------------|---|
| «Удовлетворительно» | <p>Знает недостаточно виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач (для УК-2); теоретические основы социального взаимодействия (для УК-3); сущность и показатели эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата (для УК-6); теоретические основы менеджмента и маркетинга (для ПК-16).</p> <p>Умеет в некоторой степени анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов (для УК-2); реализовывать свою роль в команде (для УК-3); создавать условия для повышения квалификации сотрудников в области профессиональной деятельности в области маркетинга и менеджмента (для УК-6); проводить маркетинговые исследования на рынке агрохимикатов и сельскохозяйственной продукции (для ПК-16).</p> <p>Владеет недостаточно методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта (для УК-2); навыками работы в команде (для УК-3); навыками оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач (для УК-6); специальной экономической терминологией по вопросам управления сельскохозяйственной организацией; способностью использовать экономические знания в области управленческой деятельности и маркетинга в конкретных ситуациях, условиях и задачах профессиональной деятельности (для ПК-16).</p> |
| «Неудовлетворительно» | <p>Не знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач (для УК-2); теоретические основы социального взаимодействия (для УК-3); сущность и показатели эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата (для УК-6); теоретические основы менеджмента и маркетинга (для ПК-16).</p> <p>Не умеет анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов (для УК-2); реализовывать свою роль в команде (для УК-3); создавать условия для повышения квалификации сотрудников в области профессиональной деятельности в области маркетинга и менеджмента (для УК-6); проводить маркетинговые исследования на рынке агрохимикатов и сельскохозяйственной продукции (для ПК-16).</p> <p>Не владеет методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта (для УК-2); навыками работы в команде (для УК-3); навыками оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач (для УК-6); специальной экономической терминологией по вопросам управления сельскохозяйственной организацией; способностью использовать экономические знания в области управленческой деятельности и маркетинга в конкретных ситуациях, условиях и задачах профессиональной деятельности (для ПК-16).</p> |

Компетенции УК-2, УК-3, УК -6, ПК-16 считаются сформированными, если обучающийся получил оценку «удовлетворительно», «хорошо», «отлично».

3.1.2 Тестовые задания

Темы 1-3,5,6

Текущий контроль проводится в форме тестирования во время проведения практического занятия с целью оценки знаний и умений обучающихся по конкретной теме.

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: УК-2, УК-3, УК -6, ПК-16.

Тестовые задания для проведения текущего контроля

Тема 1: Теоретические основы управления

1 Менеджмент – это:

а) умение добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект и мотивы поведения других людей, работающих в организации

б) искусство

в) наука + опыт

в) практика управления

2 Основные принципы управления первый сформулировал:

а) Тейлор

б) Файоль

в) Маслоу

г) Вебер

3 Субъект управления:

а) работник управления

б) средства труда

в) менеджмент

г) маркетинг

4 Процесс менеджмента включает стадии в следующей последовательности:

а) установление цели, определение ситуации, определение проблемы, принятие и реализация решения;

б) определение ситуации, установление цели, определение проблемы, принятие и реализация решения;

в) принятие и реализация решения, установление цели, определение ситуации, определение проблемы.

5 Управление это:

а) целенаправленное воздействие субъекта на объект управления с целью приведения его в заданное состояние;

б) руководство производственной деятельностью, сбытом, финансами, персоналом и др.;

в) общественный характер труда;

г) морально-этические рычаги.

6 Универсальные принципы управления, применяемые к любому его объекту разработала школа:

а) научного управления;

б) классическая (административная)

в) психологии и человеческих отношений

г) науки управления (количественная)

7 Общие функции менеджмента:

а) управление;

б) планирование;

в) организация;

г) координация;

д) мотивация;

- е) контроль.
- 8 Не относятся к функциям управления:
 - а) контроль;
 - б) оценка;
 - в) планирование.

Ключи к ответам

1а, 2б, 3а, 4б, 5а, 6а, 7б,в,г,д,е, 8б.

Тема 2 Управление предприятием

Текущий контроль по данному разделу проводится в форме тестирования, с целью оценки знаний, умений и навыков обучающихся. Тестирование проводится в письменной форме. В каждом вопросе необходимо выбрать один и более правильных ответов.

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством ОК-7.

Тестовые задания для проведения текущего контроля

1 Организация – это социальная общность, состоящая из группы людей:

- а) деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели и системы целей;
- б) взаимодействующих друг с другом с помощью материальных, правовых, экономических и иных условий;
- в) всем вышеперечисленным.

2 Указать пример линейной соподчиненности работников аппарата управления:

- а) бригадир овощеводческой бригады – главному инженеру;
- б) управляющий - главному экономисту;
- в) бригадир – управляющему.

3 Цели организации определяются:

- а) местом и ролью организации в общественной системе и характером ее производственного потенциала;
- б) интересами собственников и персонала организации
- в) интересами местных властей и потребителей;
- г) всем перечисленным.

4 Информационное обеспечение менеджмента – это:

- а) совокупность сведений, необходимых субъекту управления для соответствующего воздействия на объект управления;
- б) совокупность мероприятий направленных на создание, эксплуатацию и совершенствование информационных систем, в которых осуществляется сбор, хранение, обработка и передача информации;
- в) передача информации о положении и деятельности организации на высший уровень управления и взаимный обмен информацией между ее подразделениями.

5 Техническое обеспечение менеджмента – это:

- а) применение технических средств сбора, накопления, обработки и передачи информации в сочетании с использованием аналитической математической статистики и моделей прогнозно-аналитических ресурсов;
- б) средство труда менеджеров, предназначенное для выполнения информационных преобразований в процессе менеджмента;
- в) техническая база внутрифирменных информационных систем, применяющих новейшие технические средства автоматизированной обработки информации и объединенных в единую внутрифирменную сеть.

6 Организационная структура позволяющая гибко реагировать на изменения в окружающей среде...

- а) линейная;
- б) функциональная;
- в) адаптивная;
- г) дивизиональная.

7 Адаптивные организации структуры –

- а) линейно-функциональная;
- б) линейная;
- в) матричная;
- г) продуктовая.

8 К гибким можно отнести виды структур:

- а) линейно-функциональная;
- б) линейная;
- в) матричная;
- г) проектная.

9 Структура управления – это:

- а) совокупность элементов и звеньев системы управления;
- б) форма разделения и кооперации труда в управлении;
- в) совокупность элементов и звеньев системы управления и установление между ними связей;
- г) форма разделения и кооперации труда в управлении, закрепляющая его деление на функции управления.

10 Наиболее распространенным типом управления в сельском хозяйстве является:

- а) линейный;
- б) функциональный;
- в) линейно-функциональный;
- г) дивизиональный.

Ключи к ответам

1а, 2в, 3а, 4а, 5в, 6в, 7в, 8в, 9в, 10а.

Тема 3 Эффективность менеджмента

1 Наука управления влияет на его эффективность следующим образом:

- а) наука разрабатывает и вооружает управление новыми методиками решения проблем;
- б) наука позволяет увидеть и распознать проблему;
- в) наука управления является основой формирования профессионального сознания;
- г) наука не влияет напрямую на практику управления. Ее влияние опосредовано образованием.
- д) восприятие науки практикой, определяется отношением к ней практических работников.

2 Повышение эффективности менеджмента осуществляются по направлениям:

- а) совершенствование оргструктуры управления и системы информации;
- б) выработка стратегии организации и формирование организационной культуры;
- в) улучшение системы подбора, обучения, оценки и перемещения кадров управления;
- г) диверсификация деятельности.

3 Какие методы целесообразно использовать для повышения эффективности производства в предприятии?

- а) экономические;
- б) организационно-распорядительные;
- в) социально-психологические;
- г) систему этих методов.

4 Не относится к основным показателям экономической эффективности:

- а) годовой экономический эффект;
- б) высвобождение работников;
- в) повышение производительности труда.

5 К показателям экономичности аппарата управления относятся:

- а) фондоотдача;
- б) удельный вес заработной платы работников аппарата управления в общем фонде заработной платы работников предприятия;
- в) себестоимость единицы продукции;
- г) удельный вес заработной платы работников аппарата управления в себестоимости продукции.

Ключи к ответам

1б, 2б, 3г, 4б, 5б.

Тема 5 Товар и товарная политика

1. Потребность- это?
 1. количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд
 2. нужда, воплощенная в какую-то конкретную форму
 3. товар, который способен удовлетворить нужду потребителя
 4. все ответы верны
 5. правильного ответа нет

2. Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается?
 1. большое число потребителей
 2. превышение предложения над спросом
 3. превышение спроса над предложением
 4. все ответы верны
 5. правильного ответа нет

3. Спрос на товар (услугу) как категорию маркетинга- это?
 1. нужда в конкретном виде продукции
 2. потребность в товаре (услуге)
 3. потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем
 4. все ответы верны
 5. правильного ответа нет

4. В маркетинге товар понимается как?
 1. продукт товара, произведенный для обмена
 2. физический объект
 3. набор свойств, позволяющих решить проблемы потребителя
 4. все ответы верны
 5. правильного ответа нет

5. Разновидности одного и того же товара являются?
 1. конкурентами- желаниями
 2. товарно-родовыми конкурентами
 3. товарно-видовыми конкурентами
 4. матками-конкурентами
 5. правильного ответа нет

Ключи к ответам

1-2, 2-2, 3-3, 4-3, 5-3.

Тема 6 Цена и ценовая политика предприятия

1. Задачи ценовой политики связаны со снижением цены при наличии на рынке:
 - 1) чрезмерного спроса;
 - 2) латентного (скрытого) спроса;
 - 3) непостоянного спроса;
 - 4) сезонного спроса;
 - 5) правильного ответа нет.

2. Отличие скидок от распродажи товаров по низким ценам заключается в том, что:
 - 1) при распродаже снижение цены больше;
 - 2) распродажа имеет меньший период действия;
 - 3) распродажа помогает сбыть неходовой товар;
 - 4) все ответы верны;
 - 5) правильного ответа нет.
3. Ценовая дискриминация заключается в:
 - 1) государственном ценообразовании;
 - 2) предоставлении товаров одинакового характера по различным ценам;
 - 3) использовании системы скидок;
 - 4) контроле большей доли рынка производителем;
 - 5) необходимости соответствовать ценам конкурентов.
4. Для регулирования рынка государство может использовать:
 - 1) фиксирование цен;
 - 2) косвенное изменение цен с помощью налогов, дотаций и других дополнительных выплат;
 - 3) приватизацию производителей;
 - 4) национализацию;
 - 5) ценовую дискриминацию.
5. Производитель обычно поднимает цены, если:
 - 1) имеет незанятые производственные мощности;
 - 2) не может выполнить все заказы;
 - 3) стремится увеличить объем заказов;
 - 4) считает спрос эластичным;
 - 5) правильного ответа нет.
6. Сокращение предложения товара ведет к увеличению:
 - 1) спроса на взаимодополняющие товары;
 - 2) общей выручки продавца, если спрос на товар является эластичным по цене;
 - 3) спроса на этот товар;
 - 4) спроса на взаимозаменяемые товары;
 - 5) правильного ответа нет.

Ключи к ответам

1-1, 2-1, 3-1, 4-5, 5-3, 6-1.

Тестирование проводится в письменной форме.

Ожидаемые результаты:

Знание видов ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач (для УК-2); теоретические основы социального взаимодействия (для УК-3); сущность и показатели эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата (для УК-6); теоретические основы менеджмента и маркетинга (для ПК-16).

Умение анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов (для УК-2); реализовывать свою роль в команде (для УК-3); создавать условия для повышения квалификации сотрудников в области профессиональной деятельности в области маркетинга и менеджмента (для УК-6); проводить маркетинговые исследования на рынке агрохимикатов и сельскохозяйственной продукции (для ПК-16).

Владение методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта (для УК-2); навыками работы в команде (для УК-3); навыками оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных

задач (для УК-6); специальной экономической терминологией по вопросам управления сельскохозяйственной организацией; способностью использовать экономические знания в области управленческой деятельности и маркетинга в конкретных ситуациях, условиях и задачах профессиональной деятельности (для ПК-16).

Оценка

«отлично» выставляется обучающемуся, если получено более 85 % правильных ответов;

«хорошо» выставляется обучающемуся, если получено от 66 до 85 % правильных ответов;

«удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если получено от 51 до 65 % правильных ответов;

«неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если получено менее 50 % правильных ответов.

3.2.1 Подготовка докладов

Темы: 1, 2, 4, 5

Текущий контроль по дисциплине проводится в форме докладов на семинарском занятии с целью оценки знания выбирать и анализировать информацию, аргументировать собственную точку зрения обучающихся.

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: УК-6, ПК-8.

Темы докладов

1. Концептуальная эволюция менеджмента.
2. Современная система взглядов на менеджмент.
3. Совокупность научных подходов к менеджменту.
4. Особенности американского менеджмента.
5. Особенности российского менеджмента.
6. Особенности японского менеджмента.
7. Содержание целевой подсистемы Системы Производственного Менеджмента (СПМ).
8. Содержание обеспечивающей подсистемы СПМ.
9. Содержание управляющей подсистемы СПМ.
10. Основные функции менеджмента.
11. Положения теории принятия решений.
12. Классификация управленческих решений и технология принятия управленческих решений.
13. Анализ управленческих решений. Параметры и условия достижения качества и эффективности управленческих решений.
14. Организационные структуры. Сущность. Назначение.
15. Методы построения и типы организационных структур.
16. Виды органических структур управления организацией.
17. Виды бюрократических структур управления организацией.
18. Тенденции эволюции организационных структур
19. Организация и содержание работ по совершенствованию структур управления.
20. Коммуникационные процессы управления.
21. Мотивация как функция менеджмента.
22. Различные теории мотивации.
23. Мотивационный процесс.
24. Теории процесса мотивации

25 Мотивация труда в современных условиях.

26 Различные системы оплат с точки зрения мотивации

Ожидаемый результат

Знание видов ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач (для УК-2); теоретические основы социального взаимодействия (для УК-3); сущность и показатели эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата (для УК-6); теоретические основы менеджмента и маркетинга (для ПК-16).

Умение анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов (для УК-2); реализовывать свою роль в команде (для УК-3); создавать условия для повышения квалификации сотрудников в области профессиональной деятельности в области маркетинга и менеджмента (для УК-6); проводить маркетинговые исследования на рынке агрохимикатов и сельскохозяйственной продукции (для ПК-16).

Владение методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта (для УК-2); навыками работы в команде (для УК-3); навыками оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач (для УК-6); специальной экономической терминологией по вопросам управления сельскохозяйственной организацией; способностью использовать экономические знания в области управленческой деятельности и маркетинга в конкретных ситуациях, условиях и задачах профессиональной деятельности (для ПК-16).

Критерии оценки докладов

| Оценка | Требования |
|---------------------|--|
| «Отлично» | Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач (для УК-2); теоретические основы социального взаимодействия (для УК-3); сущность и показатели эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата (для УК-6); теоретические основы менеджмента и маркетинга (для ПК-16). |
| «Хорошо» | Знает не в полном объеме виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач (для УК-2); теоретические основы социального взаимодействия (для УК-3); сущность и показатели эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата (для УК-6); теоретические основы менеджмента и маркетинга (для ПК-16). |
| «Удовлетворительно» | Знает недостаточно виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач (для УК-2); теоретические основы социального взаимодействия (для УК-3); сущность и показатели эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата (для УК-6); теоретические основы менеджмента и маркетинга (для ПК-16). |

Компетенции УК-2, УК-3, УК -6, ПК-16 считаются сформированными, если обучающийся получил оценку «удовлетворительно», «хорошо», «отлично».

3.2 Оценочные средства для самостоятельной работы

3.2.1 Другие виды самостоятельной работы

Текущий контроль проводится в форме устного опроса во время проведения практического занятия с целью оценки знаний обучающихся по теме.

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: УК-2, УК-3, УК -6, ПК-16.

Перечень вопросов для самостоятельного изучения студентами:

Тема 1: Основы менеджмента

- 1 В чем заключается сущность менеджмента?
- 2 Что является основой экономического механизма менеджмента?
- 3 Сформулируйте цели и задачи менеджмента.
- 4 Расскажите о школах в менеджменте
- 5 Основные понятия управления
- 6 Функции менеджмента
- 7 Системный и комплексный подходы
- 8 Ситуационный и процессный подходы в менеджменте
- 9 Национальные подходы к менеджменту
- 10 Сформулировать понятие управленческого решения;
- 11 Определить требования к управленческим решениям работников растениеводческой отрасли;
- 11 Охарактеризовать основные моменты принятия решения (интуиция, суждения, рациональность);
- 12 Классифицировать управленческие решения;
- 13 Знать технологию принятия решений в отрасли растениеводства;
- 14 Назвать этапы принятия решений;
- 15 Определить степень реализации решений;
- 16 Особенности принятия управленческих решений по реализации технологий возделывания сельскохозяйственных культур в различных экономических и природных условиях.

Тема 2 Управление предприятием

- 1 Основные подразделения организации и их функции
- 2 Внутренняя и внешняя среда организации и их характеристика
- 3 Современные тенденции в развитии организации
- 4 Понятие, основные элементы организационной структуры и структуры управления
- 5 Классификация достоинства и недостатки, область применения различных видов структур
- 6 Оценка эффективности структуры управления
- 7 Общая характеристика мотивации
- 8 Содержательные теории мотивации
- 9 Процессуальные теории мотивации

Тема 3 Эффективность менеджмента

- 1 Сущность эффективности менеджмента
- 2 Экономическая эффективность управления
- 3 Социальная эффективность управления
- 4 Рационализация методов управления производством
- 5 Критерии и показатели эффективности менеджмента
- 6 Рекомендации по повышению эффективности управления

Тема 4 Маркетинг – инструмент рыночных преобразований в экономике

- 1 Сущность, цели и структура маркетинга
- 2 Содержание (принципы и функции) маркетинга на предприятии
- 3 Концепции маркетинга
- 4 Виды маркетинга
- 5 Маркетинговая среда и ее влияние на результаты маркетинговой деятельности

6 Процесс управления маркетингом

7 Организационные структуры служб маркетинга на предприятии

Тема 5 Товар и товарная политика

1 Понятие и сущность товара, его свойства и классификация

2 Понятие и структура товарной политики

3 Позиционирование товаров на рынке и маркетинговые решения по товарному позиционированию

4 Товарная номенклатура и товарный ассортимент

5 Товарная марка, упаковка и маркировка товара, сервисное обслуживание

6 Конкурентоспособность товара

7 Жизненный цикл товара и товарные инновации

Тема 6 Цена и ценовая политика предприятия

1 Понятие, функции и виды цен

2 Ценовая политика предприятия и ее содержание

3 Ценообразующие факторы

4 Порядок расчета цены на товар и методы установления цен

Форма отчетности: контроль самостоятельной работы проводится в форме устного опроса во время проведения практического занятия с целью оценки знаний по теме.

Ожидаемый результат: В результате изучения темы студент должен:

Знать:

виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач (для УК-2);

– теоретические основы социального взаимодействия (для УК-3);

– сущность и показатели эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата (для УК-6);

– теоретические основы менеджмента и маркетинга (для ПК-16).

Уметь:

– анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов (для УК-2);

– реализовывать свою роль в команде (для УК-3);

– создавать условия для повышения квалификации сотрудников в области профессиональной деятельности в области маркетинга и менеджмента (для УК-6);

– проводить маркетинговые исследования на рынке агрохимикатов и сельскохозяйственной продукции (для ПК-16).

Владеть:

– методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта (для УК-2);

– навыками работы в команде (для УК-3);

– навыками оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач (для УК-6);

– специальной экономической терминологией по вопросам управления сельскохозяйственной организацией; способностью использовать экономические знания в области управленческой деятельности и маркетинга в конкретных ситуациях, условиях и задачах профессиональной деятельности (для ПК-16).

Шкала оценивания устного опроса

| Оценка | Требования |
|---------------------|---|
| «Отлично» | <p>Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач (для УК-2); теоретические основы социального взаимодействия (для УК-3); сущность и показатели эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата (для УК-6); теоретические основы менеджмента и маркетинга (для ПК-16).</p> <p>Умеет анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов (для УК-2); реализовывать свою роль в команде (для УК-3); создавать условия для повышения квалификации сотрудников в области профессиональной деятельности в области маркетинга и менеджмента (для УК-6); проводить маркетинговые исследования на рынке агрохимикатов и сельскохозяйственной продукции (для ПК-16).</p> <p>Владеет методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта (для УК-2); навыками работы в команде (для УК-3); навыками оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач (для УК-6); специальной экономической терминологией по вопросам управления сельскохозяйственной организацией; способностью использовать экономические знания в области управленческой деятельности и маркетинга в конкретных ситуациях, условиях и задачах профессиональной деятельности (для ПК-16).</p> |
| «Хорошо» | <p>Знает не в полном объеме виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач (для УК-2); теоретические основы социального взаимодействия (для УК-3); сущность и показатели эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата (для УК-6); теоретические основы менеджмента и маркетинга (для ПК-16).</p> <p>Умеет в большинстве случаев анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов (для УК-2); реализовывать свою роль в команде (для УК-3); создавать условия для повышения квалификации сотрудников в области профессиональной деятельности в области маркетинга и менеджмента (для УК-6); проводить маркетинговые исследования на рынке агрохимикатов и сельскохозяйственной продукции (для ПК-16).</p> <p>Владеет не в полном объеме методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта (для УК-2); навыками работы в команде (для УК-3); навыками оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач (для УК-6); специальной экономической терминологией по вопросам управления сельскохозяйственной организацией; способностью использовать экономические знания в области управленческой деятельности и маркетинга в конкретных ситуациях, условиях и задачах профессиональной деятельности (для ПК-16).</p> |
| «Удовлетворительно» | <p>Знает недостаточно виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач (для УК-2); теоретические основы социального взаимодействия (для УК-3); сущность и показатели эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного</p> |

| | |
|-----------------------|--|
| | <p>результата (для УК-6); теоретические основы менеджмента и маркетинга (для ПК-16).</p> <p>Умеет в некоторой степени анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов (для УК-2); реализовывать свою роль в команде (для УК-3); создавать условия для повышения квалификации сотрудников в области профессиональной деятельности в области маркетинга и менеджмента (для УК-6); проводить маркетинговые исследования на рынке агрохимикатов и сельскохозяйственной продукции (для ПК-16).</p> <p>Владеет недостаточно методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта (для УК-2); навыками работы в команде (для УК-3); навыками оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач (для УК-6); специальной экономической терминологией по вопросам управления сельскохозяйственной организацией; способностью использовать экономические знания в области управленческой деятельности и маркетинга в конкретных ситуациях, условиях и задачах профессиональной деятельности (для ПК-16).</p> |
| «Неудовлетворительно» | <p>Не знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач (для УК-2); теоретические основы социального взаимодействия (для УК-3); сущность и показатели эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата (для УК-6); теоретические основы менеджмента и маркетинга (для ПК-16).</p> <p>Не умеет анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов (для УК-2); реализовывать свою роль в команде (для УК-3); создавать условия для повышения квалификации сотрудников в области профессиональной деятельности в области маркетинга и менеджмента (для УК-6); проводить маркетинговые исследования на рынке агрохимикатов и сельскохозяйственной продукции (для ПК-16).</p> <p>Не владеет методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта (для УК-2); навыками работы в команде (для УК-3); навыками оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач (для УК-6); специальной экономической терминологией по вопросам управления сельскохозяйственной организацией; способностью использовать экономические знания в области управленческой деятельности и маркетинга в конкретных ситуациях, условиях и задачах профессиональной деятельности (для ПК-16).</p> |

Компетенции УК-2, УК-3, УК-6, ПК-16 считаются сформированными, если обучающийся получил оценку «удовлетворительно», «хорошо», «отлично».

3.3 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Перечень вопросов для промежуточной аттестации (зачет)

- 1 В чем заключается сущность менеджмента?
- 2 Что является основой экономического механизма менеджмента?
- 3 Сформулируйте цели и задачи менеджмента.
- 4 Расскажите о школах в менеджменте
- 5 Основные понятия управления
- 6 Сущность и классификация функций менеджмента
- 7 Содержание общих функций менеджмента

- 8 Характеристика специальных функций менеджмента
- 9 Системный и комплексный подходы
- 10 Ситуационный и процессный подходы в менеджменте
- 11 Национальные подходы к менеджменту
- 12 Сформулировать понятие управленческого решения;
- 13 Определить требования к управленческим решениям работников растениеводческой отрасли;
- 14 Охарактеризовать основные моменты принятия решения (интуиция, суждения, рациональность);
- 15 Классифицировать управленческие решения;
- 16 Знать технологию принятия решений в отрасли растениеводства;
- 17 Назвать этапы принятия решений;
- 18 Определить степень реализации решений;
- 19 Особенности принятия управленческих решений по реализации технологий возделывания сельскохозяйственных культур в различных экономических и природных условиях.
- 20 Основные подразделения организации и их функции
- 21 Внутренняя и внешняя среда организации и их характеристика
- 22 Современные тенденции в развитии организации
- 23 Понятие, основные элементы организационной структуры и структуры управления
- 24 Классификация достоинства и недостатки, область применения различных видов структур
- 25 Оценка эффективности структуры управления
- 26 Общая характеристика мотивации
- 27 Содержательные теории мотивации
- 28 Процессуальные теории мотивации
- 29 Сущность эффективности менеджмента
- 30 Экономическая эффективность управления
- 31 Социальная эффективность управления
- 32 Рационализация методов управления производством
- 33 Критерии и показатели эффективности менеджмента
- 34 Рекомендации по повышению эффективности управления
- 35 Сущность, цели и структура маркетинга
- 36 Содержание (принципы и функции) маркетинга на предприятии
- 37 Концепции маркетинга
- 38 Виды маркетинга
- 39 Маркетинговая среда и ее влияние на результаты маркетинговой деятельности
- 40 Процесс управления маркетингом
- 41 Организационные структуры служб маркетинга на предприятии
- 42 Понятие и сущность товара, его свойства и классификация
- 43 Понятие и структура товарной политики
- 44 Позиционирование товаров на рынке и маркетинговые решения по товарному позиционированию
- 45 Товарная номенклатура и товарный ассортимент
- 46 Товарная марка, упаковка и маркировка товара, сервисное обслуживание
- 47 Конкурентоспособность товара
- 48 Жизненный цикл товара и товарные инновации
- 49 Понятие, функции и виды цен
- 50 Ценовая политика предприятия и ее содержание
- 51 Ценообразующие факторы
- 52 Порядок расчета цены на товар и методы установления цен

Ожидаемый результат: В результате изучения темы студент должен:

Знать:
 виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач (для УК-2);
 –теоретические основы социального взаимодействия (для УК-3);
 –сущность и показатели эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата (для УК-6);
 –теоретические основы менеджмента и маркетинга (для ПК-16).

Уметь:
 –анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов (для УК-2);
 –реализовывать свою роль в команде (для УК-3);
 –создавать условия для повышения квалификации сотрудников в области профессиональной деятельности в области маркетинга и менеджмента (для УК-6);
 –проводить маркетинговые исследования на рынке агрохимикатов и сельскохозяйственной продукции (для ПК-16).

Владеть:
 –методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта (для УК-2);
 –навыками работы в команде (для УК-3);
 –навыками оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач (для УК-6);
 –специальной экономической терминологией по вопросам управления сельскохозяйственной организацией; способностью использовать экономические знания в области управленческой деятельности и маркетинга в конкретных ситуациях, условиях и задачах профессиональной деятельности (для ПК-16).

Итогом промежуточной аттестации является однозначное решение: «компетенций УК-2, УК-3, УК-6, ПК-16– сформированы, если обучающийся получил «зачтено».

4 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Шкала оценивания промежуточной аттестации в форме устного зачёта

| Оценка | Требования | Уровень сформированности компетенции |
|-----------|--|--------------------------------------|
| «Зачтено» | <p>Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач (для УК-2); теоретические основы социального взаимодействия (для УК-3); сущность и показатели эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата (для УК-6); теоретические основы менеджмента и маркетинга (для ПК-16).</p> <p>Умеет анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов (для УК-2); реализовывать свою роль в команде (для УК-3); создавать условия для повышения квалификации сотрудников в области профессиональной деятельности в области маркетинга и менеджмента (для УК-6); проводить маркетинговые исследования на рынке агрохимикатов и сельскохозяйственной продукции (для ПК-16).</p> <p>Владеет методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта (для УК-2); навыками работы в команде (для УК-3); навыками оценки</p> | Пороговый |

| | | |
|--------------|--|-----------------------------|
| | <p>эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач (для УК-6); специальной экономической терминологией по вопросам управления сельскохозяйственной организацией; способностью использовать экономические знания в области управленческой деятельности и маркетинга в конкретных ситуациях, условиях и задачах профессиональной деятельности (для ПК-16).</p> | |
| «Не зачтено» | <p>Не знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач (для УК-2); теоретические основы социального взаимодействия (для УК-3); сущность и показатели эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата (для УК-6); теоретические основы менеджмента и маркетинга (для ПК-16).</p> <p>Не умеет анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов (для УК-2); реализовывать свою роль в команде (для УК-3); создавать условия для повышения квалификации сотрудников в области профессиональной деятельности в области маркетинга и менеджмента (для УК-6); проводить маркетинговые исследования на рынке агрохимикатов и сельскохозяйственной продукции (для ПК-16).</p> <p>Не владеет методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта (для УК-2); навыками работы в команде (для УК-3); навыками оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач (для УК-6); специальной экономической терминологией по вопросам управления сельскохозяйственной организацией; способностью использовать экономические знания в области управленческой деятельности и маркетинга в конкретных ситуациях, условиях и задачах профессиональной деятельности (для ПК-16).</p> | Компетенции не сформированы |

Компетенции УК-2, УК-3, УК-6, ПК-16 считаются сформированными, если обучающийся получил «зачтено», что означает успешное прохождение аттестационного испытания.

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

Промежуточная аттестация по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» проводится в виде устного зачета с целью определения уровня знаний, умений и навыков.

Образовательной программой 35.03.04 Агрономия предусмотрена промежуточная аттестация по соответствующим разделам данной дисциплины. Подготовка обучающегося к прохождению промежуточной аттестации осуществляется в период лекционных и семинарских занятий, а также во внеаудиторные часы в рамках самостоятельной работы. Во время самостоятельной подготовки обучающийся пользуется конспектами лекций, основной и дополнительной литературой по дисциплине (см. перечень литературы в рабочей программе дисциплины).

Оценка знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций осуществляется преподавателем на основе принципов

объективности и независимости оценки результатов обучения, используя объективные данные результатов текущей аттестации студентов.

Во время зачета обучающийся должен дать развернутый ответ на заданные вопросы преподавателя. Преподаватель вправе задавать дополнительные вопросы по всему изучаемому курсу.

Во время ответа обучающийся должен продемонстрировать:

Знание видов ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач (для УК-2); теоретические основы социального взаимодействия (для УК-3); сущность и показатели эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата (для УК-6); теоретические основы менеджмента и маркетинга (для ПК-16).

Умение анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов (для УК-2); реализовывать свою роль в команде (для УК-3); создавать условия для повышения квалификации сотрудников в области профессиональной деятельности в области маркетинга и менеджмента (для УК-6); проводить маркетинговые исследования на рынке агрохимикатов и сельскохозяйственной продукции (для ПК-16).

Владение методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта (для УК-2); навыками работы в команде (для УК-3); навыками оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач (для УК-6); специальной экономической терминологией по вопросам управления сельскохозяйственной организацией; способностью использовать экономические знания в области управленческой деятельности и маркетинга в конкретных ситуациях, условиях и задачах профессиональной деятельности (для ПК-16).

Полнота ответа определяется показателями оценивания планируемых результатов обучения.