	Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
	федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный аграрный университет»
	ФГБОУ ВО Уральский ГАУ
	Рабочая программа учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг»
Б1.Б.20	Кафедра менеджмента и экономической теории

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
учебной дисциплины

«Менеджмент и маркетинг»





Направление подготовки
38.03.01 Экономика

Направленность (профиль) программы
Бухгалтерский учет, анализ и аудит

Уровень подготовки
бакалавр

Форма обучения
очная, заочная

Екатеринбург, 2019

	Должность	Фамилия/ Подпись	Дата № протокола
Разработал:	Доцент	Куликова Е.С. 	11.01.2019 N5
Согласовали:	Заведующий кафедрой	Руцицкая О.А. 	11.01.2019 N5
	Председатель учебно-методической комиссии института экономики, финансов и менеджмента	Зырянова Т.В. 	15.01.2019 N5
Утвердил:	Директор института экономики, финансов и менеджмента	Руцицкая О.А. 	15.01.2019
Версия: 1.0		КЭ:1 УЭ № _____	Стр 1 из 1



СОДЕРЖАНИЕ

1. Введение	3
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	3
4. Объем дисциплины и виды учебной работы	4
Содержание дисциплины	4
4.1. Модули (разделы) дисциплин и виды занятий.....	5
4.2. Содержание модулей (разделов) дисциплин	6
4.3. Детализация самостоятельной работы	7
5. Перечень учебно-методического и программного обеспечения дисциплины	7
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	7
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины:	8
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	8
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	9
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	9
11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	10
12. Особенности обучения студентов с различными нозологиями:	11



1. Введение

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» играет важную роль в структуре образовательной программы, дает инструментарий для приобретения знаний в области менеджмента и маркетинга с целью формирования комплекса знаний, умений, навыков управления и проведения маркетинговых мероприятий на предприятии или в его подразделениях.

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

В результате изучения дисциплины студент должен овладеть компетенции:

ОПК-4 способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- формы и методы обеспечения эффективности управления
- проблемы мотивации, лидерства и руководства

– основы совокупности процессов создания, продвижения и предоставления ценностей, в том числе воплощенных в продуктовые и технологические инновации, потребителям

уметь:

- находить организационно-управленческие решения и нести за них ответственность;
- проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры

- использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач.

– собирать маркетинговую информацию, анализировать ее и готовить информационный обзор для формирования предложений, включающих создание, продвижения и предоставления ценностей, в том числе воплощенных в продуктовые и технологические инновации, потребителям

владеть:

- навыками применения организационно-управленческих решений в текущей профессиональной деятельности;

- методами реализации основных управленческих функций при принятии решений


- навыками разработки и внедрения технологических и продуктовых инноваций

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.Б.20 «Менеджмент и маркетинг» относится к блоку 1 «Дисциплины (модули)» базовой части.

Траектория формирования компетенций выделяет этапы (курсы) формирования в соответствии с календарным графиком учебного процесса, при этом соблюдается принцип нарастающей сложности.

Основными этапами формирования указанных компетенций при освоении дисциплины является последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) дисциплины. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

	ФГБОУ ВО Уральский ГАУ
	Рабочая программа по учебной дисциплине «Менеджмент и маркетинг»

Этапность формирования компетенций прямо связана с местом дисциплины в образовательной программе

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 9 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Курс/семестр					
	Очное Всего	Очное 2/4	Очное 3/5	Заочное всего	Заочн ое 3/5	Заоч ное 3/6
Контактная работа* (всего)	126	72	54	28	14	14
В том числе:						
Лекции	72	36	36	14	14	
Практические занятия (ПЗ)	54	36	18	14		14
Самостоятельная работа (всего):	198	108	90	296	130	166
Общая трудоёмкость, зач.ед.	324	180	144	324	144	180
	9	5	4	9	4	5
Вид промежуточной аттестации	Экзамен			Экзамен		

*Контактная работа по дисциплине может включать в себя занятия лекционного типа, практические и (или) лабораторные занятия, групповые и индивидуальные консультации и самостоятельную работу обучающихся под руководством преподавателя, в том числе в электронной информационной образовательной среде, а также время, отведенное на промежуточную аттестацию. Часы контактной работы определяются «Положением об установлении минимального объема контактной работы обучающихся с преподавателем, а также максимального объема занятий лекционного и семинарского типов в ФГБОУ ВО Уральский ГАУ, утвержденным врио ректора 26 октября 2017 года.

В учебном плане отражена контактная работа только занятий лекционного и практического и (или) лабораторного типа. Иные виды контактной работы планируются в трудоёмкость самостоятельной работы, включая контроль.

Содержание дисциплины

Эволюция менеджмента. Концепция современного менеджмента. Стратегия и тактика менеджмента. Мотивация персонала в менеджменте. Эффективность управленческой деятельности. Особенности управления в России. Виды и методы принятия решений в менеджменте. Маркетинговое планирование. Анализ потребительских и деловых рынков. Сегментирование рынков. Создание брендов. Стратегии конкурентного преимущества. Разработка ценовых стратегий и планов. Эффективные маркетинговые стратегии.

**4.1 . Модули (разделы) дисциплин и виды занятий****Очная форма**

№ п/п	Наименование модуля (раздела) дисциплины	Л	ПЗ	СРС	Всего час.
1.	Основы менеджмента	36	28	82	146
	Тема 1. Эволюция управленческой мысли	6	4	12	22
	Тема 2. Организация и её типы	6	4	14	24
	Тема 3. Исследование организационных структур управления	6	4	14	24
	Тема 4. Внешняя и внутренняя среды организации	6	6	14	26
	Тема 5. Разработка и принятие управленческих решений	6	6	14	26
	Тема 6. Руководство, лидерство и власть	6	4	14	24
2.	Основы маркетинга	36	26	80	142
	Тема 1. История возникновения и развития маркетинга. Основные концепции маркетинговой деятельности	6	4	12	22
	Тема 2. Принципы маркетинга и комплекс маркетинговых коммуникаций	6	4	12	22
	Тема 3. Система маркетинговых исследований	6	4	14	24
	Тема 4. Товарная политика предприятия	6	4	14	24
	Тема 5. Сегментация и выбор рынка. Позиционирование товаров на рынке	6	4	14	24
	Тема 6. Организация маркетинговой службы на предприятии	6	6	14	26
Контроль					36
ИТОГО		72	54	162	324

Заочная форма

№ п/п	Наименование модуля (раздела) дисциплины	Л	ПЗ	СРС	Всего час.
1.	Основы менеджмента	7	7	132	146
2.	Основы маркетинга	7	7	128	142
Подготовка к экзамену					27
Контроль					9
ИТОГО		14	14	287	324



4.2. Содержание модулей (разделов) дисциплин Очная и заочная форма обучения

№ п.п	Наименование модуля (раздела)	Содержание модуля (раздела)	Трудоемкость очное (ауд. час.)	Трудоемкость очное (ауд. час.)	Формируемые компетенции (ОПК)	Формы контроля	Технологии интерактивного обучения
1.	Основы менеджмента	Тема 1. Эволюция управленческой мысли Тема 2. Организация и её типы Тема 3. Исследование организационных структур управления Тема 4. Внешняя и внутренняя среды организации Тема 5. Разработка и принятие управленческих решений Тема 6. Руководство, лидерство и власть	64	14	ОПК-4	Устный опрос, доклад, тест контрольная работа (заочное обучение)	работа в группах
2.	Основы маркетинга	Тема 1. История возникновения и развития маркетинга. Основные концепции маркетинговой деятельности Тема 2. Принципы маркетинга и комплекс маркетинговых коммуникаций Тема 3. Система маркетинговых исследований Тема 4. Товарная политика предприятия Тема 5. Сегментация и выбор рынка. Позиционирование товаров на рынке Тема 6. Организация маркетинговой службы на предприятии	62	14	ОПК-4	Устный опрос, доклад, тест контрольная работа (заочное обучение)	работа в группах

**4.3. Детализация самостоятельной работы**

№ п/п	Наименование модуля (раздела) дисциплины	Тематика самостоятельной работы	Формы самостоятельной работы*	Трудоемкость, часы	
				очно	заочно
1.	Основы менеджмента	Тема 1. Эволюция управленческой мысли	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, работа в библиотеке, выполнение контрольной работы (заочное обучение)	82	132
		Тема 2. Организация и её типы			
		Тема 3. Исследование организационных структур управления			
		Тема 4. Внешняя и внутренняя среды организации			
		Тема 5. Разработка и принятие управленческих решений			
		Тема 6. Руководство, лидерство и власть			
2.	Основы маркетинга	Тема 1. История возникновения и развития маркетинга. Основные концепции маркетинговой деятельности	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, работа в библиотеке выполнение контрольной работы (заочное обучение)	80	137
		Тема 2. Принципы маркетинга и комплекс маркетинговых коммуникаций			
		Тема 3. Система маркетинговых исследований			
		Тема 4. Товарная политика предприятия			
		Тема 5. Сегментация и выбор рынка. Позиционирование товаров на рынке			
		Тема 6. Организация маркетинговой службы на предприятии			
	Подготовка к экзамену				27
	Контроль			36	9

5. Перечень учебно-методического и программного обеспечения дисциплины

1. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»/ сост. Куликова Е.С., Фетисова А.В.– Екатеринбург: Изд-во Уральский ГАУ, 2019.г.

2. Методические указания к контрольной работе по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»/ сост. Куликова Е.С., Фетисова А.В.– Екатеринбург: Изд-во Уральский ГАУ, 2019.



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

6.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (ФОС)

Приложение 1 к рабочей программе

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины:

а) основная литература:

1. Корнеева, И. В. Маркетинг : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 436 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03565-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/book/marketing-434598>

Петров, А. Н. Менеджмент : учебник для бакалавров / А. Н. Петров ; отв. ред. А. Н. Петров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2016. — 645 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-1853-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/book/menedzhment-394239>

б) дополнительная литература:

Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. В. Липсиц [и др.] ; под ред. И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 379 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/book/marketing-menedzhment-432976>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

- 1) интернет-ресурсы библиотеки:
 - электронные учебно-методические ресурсы (ЭУМР),
 - электронный каталог Web ИРБИС;
 - электронные библиотечные системы: ЭБС «Лань» – Режим доступа: <http://e.lanbook.com>
 - ЭБС «Юрайт» - Режим доступа: <https://biblio-online.ru>;
 - ЭБС «Рукопт» – <http://lib.rucont.ru>
- 2) Справочная правовая система «Консультант Плюс»
- 3) система ЭИОС на платформе Moodle
- 4) Профессиональные базы данных:
 - международная информационная система по сельскому хозяйству и смежным с ним отраслям - AGRIS <http://agris.fao.org/agris-search/index.do>
 - базы данных официального сайта ФГБУ «Центр агроаналитики» Министерства сельского хозяйства Российской Федерации - <http://www.specagro.ru/#/>
 - базы данных информационных ресурсов «Polpred.com», «УИС РОССИЯ», «eLIBRARY»
 - официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/



9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Учебным планом при изучении дисциплины предусмотрены практические занятия, а также самостоятельная работа обучающихся.

Практические занятия проводятся с целью закрепления и более тщательной проработки материала по основным разделам дисциплины.

Чтобы получить необходимое представление о дисциплине и о процессе организации её изучения, целесообразно в первые дни занятий ознакомиться с рабочей программой дисциплины на платформе MOODLE или на сайте университета.

В процессе изучения дисциплины, обучающиеся должны самостоятельно изучить теоретическую часть материала, для чего необходимо ознакомиться с конспектом лекций, литературой, указанной в списке основной и дополнительной литературы.

Основные понятия и определения, используемые в курсе, можно эффективно закрепить, обратившись к тексту глоссария.

Проверить степень овладения дисциплиной помогут вопросы для самопроверки и самоконтроля (вопросы к зачету), ответы на которые позволят студенту систематизировать свои знания, а также тесты, выложенные на платформе MOODLE в фонде оценочных средств по дисциплине.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Для формирования этапов компетенций у обучающихся в процессе изучения данной дисциплины применяются традиционные (пассивные) и инновационные (активные) технологии обучения в зависимости от учебных целей с учетом различного сочетания форм организации образовательной деятельности и методов ее активизации с приоритетом на самостоятельную работу обучающихся.

Для успешного овладения дисциплиной используются следующие информационные технологии обучения:

При проведении лекций используются презентации материала в программе Microsoft Office (Power Point), выход на профессиональные сайты, использование видеоматериалов различных интернет-ресурсов.

Практические занятия по дисциплине проводятся с использованием платформы MOODLE, Справочной правовой системы «Консультант Плюс».

В процессе изучения дисциплины учебными целями являются восприятие учебной информации, ее усвоение, запоминание, а также структурирование полученных знаний и развитие интеллектуальных умений, ориентированных на способы деятельности репродуктивного характера. Посредством использования этих интеллектуальных умений достигаются узнавание ранее усвоенного материала в новых ситуациях, применение абстрактного знания в конкретных ситуациях.

Для достижения этих целей используются в основном традиционные информативно-развивающие технологии обучения с учетом различного сочетания пассивных форм (практическое занятие, консультация, самостоятельная работа) и репродуктивных методов обучения (повествовательное изложение учебной информации, объяснительно-иллюстративное изложение, чтение информативных текстов) и лабораторно-практических методов обучения (упражнение, инструктаж, проектно-организованная работа).

Для организации учебного процесса используется программное обеспечение, обновляемое согласно лицензионным соглашениям.

**Программное обеспечение:**


- Microsoft Win Home 10 RUS OLP NL Acdm Legalization get Genuine. Договор от 17.05.2018 (лицензия бессрочная); Microsoft Win PRO 10 RUS Upgrd OLP NL Acdm. Договор от 17.05.2018 (лицензия бессрочная);
- Kaspersky Total Security для бизнеса Edition. Договор от 21.02.2018 (до 13.03.2020).

Информационные справочные системы:

- Информационно-правовой портал ГАРАНТ – режим доступа: <http://www.garant.ru/>
- Справочная правовая система «Консультант Плюс» (Договор № 29/12 -9-бн Поставки и сопровождения экземпляров систем КОНСУЛЬТАНТПЛЮС от 01.01.2019).

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

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	2	3
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации – 620075, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Тургенева, д. 23 Литер А, ауд. № 4407	Аудитория, оснащенная столами и стульями; Переносные: - демонстрационное мультимедийное оборудование (ноутбук, экран, проектор); - комплект электронных учебно-наглядных материалов (презентаций) на флеш-носителях, обеспечивающих тематические иллюстрации.	- Microsoft WinHome 10 RUS OLP NL Acdm Legalization get Genuine (объем 168); Лицензия бессрочная. Контракт № ЭА - 103 от 17.05.2018. - Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition. 250-499. Node 2 year Educational Renewal License: Лицензионный сертификат 17E0-180227-123942-623-1585, срок с 21.02.2018 до 13.03.2020 г.
Самостоятельная работа		
Помещения для самостоятельной работы – 620075, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Тургенева, д. 23 Литер А, ауд. № 4420	Рабочие места, оснащенные компьютерами с выходом в сеть Интернет и электронную образовательную среду	- Microsoft WinHome 10 RUS OLP NL Acdm Legalization get Genuine (объем 168); Лицензия бессрочная. Контракт № ЭА - 103 от 17.05.2018. - Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition. 250-499. Node 2 year Educational Renewal License: Лицензионный сертификат 17E0-180227-123942-623-1585, срок с 21.02.2018 до 13.03.2020 г.

		ФГБОУ ВО Уральский ГАУ	
		Рабочая программа по учебной дисциплине «Менеджмент и маркетинг»	
620075, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Карла Либкнехта, д. 42 Литер Е Читальный зал – ауд. № 5104, 5208	Рабочие места, оснащенные компьютерами с выходом в сеть Интернет и электронную образовательную среду	- Microsoft WinHome 10 RUS OLP NL Acdm Legalization get Genuine (объем 168); Лицензия бессрочная. Контракт № ЭА - 103 от 17.05.2018. - Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition. 250-499. Node 2 year Educational Renewal License: Лицензионный сертификат 17E0-180227-123942-623-1585, срок с 21.02.2018 до 13.03.2020 г.	
Помещение для хранения и профилактического обслуживания			
620075, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Тургенева, д. 23 Литер А, ауд. № 4412а	Переносное демонстрационное оборудование (мультимедийные проекторы, экраны, ноутбуки) Расходные материалы для ремонта и обслуживания техники. Места для хранения оборудования		

12. Особенности обучения студентов с различными нозологиями

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предъявляются особые требования к организации образовательного процесса и выбору методов и форм обучения при изучении данной дисциплины, в случае зачисления таких обучающихся.

Для обучения студентов с нарушением слуха предусмотрены следующие методы обучения:

- объяснительно-иллюстративный метод (лекция, работа с литературой);
- репродуктивный (студенты получают знания в готов виде);
- программированный или частично-поисковый (управление и контроль познавательной деятельности по схеме, образцу).

Для повышения эффективности занятия используются следующие средства обучения:

- учебная, справочная литература, работа с которой позволяет развивать речь, логику, умение обобщать и систематизировать информацию;
- словарь понятий, способствующих формированию и закреплению терминологии;
- структурно-логические схемы, таблицы и графики, концентрирующие и обобщающие информацию, опорные конспекты, активирующие различные виды памяти;
- раздаточный материал, позволяющий осуществить индивидуальный и дифференцированный подход, разнообразить приемы обучения и контроля;
- технические средства обучения.

Во время лекции используются следующие приемы:

- наглядность;
- использование различных форм речи: устной или письменной – в зависимости от навыков, которыми владеют студенты;



- разделение лекционного материала на небольшие логические блоки. Учитывая специфику обучения слепых и слабовидящих студентов, соблюдаются следующие условия:

- дозирование учебных нагрузок;
- применение специальных форм и методов обучения, оригинальных учебников и наглядных пособий;

Во время проведения занятий происходит частое переключение внимания обучающихся с одного вида деятельности на другой. Также учитываются продолжительность непрерывной зрительной нагрузки для слабовидящих. Учет зрительной работы строго индивидуален.

Искусственная освещенность помещения, в которых занимаются студенты с пониженным зрением, оставляет от 500 до 1000 лк. На занятиях используются настольные лампы.

Формы работы со студентами с нарушениями опорно-двигательного аппарата следующие:

- лекции групповые (проблемная лекция, лекция-презентация, лекция-диалог, лекция с применением дистанционных технологий и привлечением возможностей интернета).
- индивидуальные беседы;
- мониторинг (опрос, анкетирование).

Конкретные виды и формы самостоятельной работы обучающихся лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливаются преподавателем самостоятельно. Выбор форм и видов самостоятельной работы обучающихся с ОВЗ и инвалидов осуществляются с учетом их способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала. При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для консультаций и выполнения заданий.



Утверждено
Решением Ученого совета университета
ФГБОУ ВО Уральский ГАУ
протокол 08 от 27 апреля 2020 г.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ
рабочей программы дисциплины Б1.Б.20 «Менеджмент и маркетинг»
направления 38.03.01 ЭКОНОМИКА,
направленность «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

В рабочую программу дисциплины Б1.Б.20 «Менеджмент и маркетинг» внесены следующие изменения:
Лицензионное программное обеспечение:

– Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition. 250-499. Node 2 year Educational Renewal License:
Лицензионный сертификат 24342003031146291531071, срок 14.03.2022 г.

Информационные ресурсы:

– Справочная правовая система «Консультант Плюс» Договор об информационной поддержке от 02.08.2011 г. (с ежегодным автоматическим продлением).

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

– основная литература:

1. Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04184-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450097>

2. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450037>

3. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450381>

– дополнительная литература:

1. Менеджмент. Практикум : учебное пособие для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 246 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00609-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450764>

2. Менеджмент в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / И. Н. Шапкин [и др.] ; под общей редакцией И. Н. Шапкина. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04625-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453626>

3. Маркетинг в агропромышленном комплексе : учебник и практикум для вузов / Н. В. Суркова [и др.] ; под редакцией Н. В. Сурковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03123-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450426>

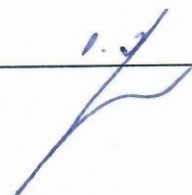
4. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13841-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467017>

Дополнения и изменения внесли:

Руководитель образовательной программы по направлению
подготовки 38.03.01 Экономика


И.Ф.Пильникова

Образовательная программа рассмотрена и утверждена на
Ученом совете Института экономики, финансов и
менеджмента от 27.04.2020, протокол №9


О.А.Рущицкая

**1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Индекс компетенции	Формулировка	Разделы дисциплины	
		1	2
ОПК-4	способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность	+	+

2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ**2.1 Шкала академических оценок освоения дисциплины**

Виды оценок	Оценки			
Академическая оценка по 4-х балльной шкале (Экзамен)	«Неудовлетворительно»	«Удовлетворительно»	«Хорошо»	«Отлично»



2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

2.2 Текущий контроль

Индекс	Планируемые результаты	Раздел дисциплины	Содержание требования в разрезе разделов дисциплины	Технология формирования	Форма оценочного средства (контроля)	№ задания		
						Пороговый уровень	Базовый уровень	Повышенный уровень
ОПК-4	Знать: - формы и методы обеспечения эффективности управления -проблемы мотивации, лидерства и руководства – основы совокупности процессов создания, продвижения и предоставления ценностей, в том числе воплощенных в продуктовые и технологические инновации, потребителям	1-2	Концепция современного менеджмента; основные понятия и положения менеджмента и маркетинга	Лекция, практика, самостоятельная работа	Тест. Устный опрос. Доклад	3.2, 3.3	3.2, 3.3	3.2, 3.3
	Уметь: - находить организационно-управленческие решения и нести за них ответственность; - проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	1-2	методики менеджмента и маркетинга и их особенности в профессиональной деятельности Мотивация персонала в менеджменте. Эффективность управленческой деятельности. Создание брендов. Стратегии конкурентного преимущества.	Лекция, практика, самостоятельная работа	Тест. Устный опрос. Доклад Контрольная работа (заочная форма обучения)	3.2, 3.3, 3.4	3.2, 3.3, 3.4	3.2, 3.3, 3.4



<p>- использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач.</p> <p>– собирать маркетинговую информацию, анализировать ее и готовить информационный обзор для формирования предложений, включающих создание, продвижения и предоставления ценностей, в том числе воплощенных в продуктовые и технологические инновации, потребителям</p>		Разработка ценовых стратегий и планов.					
<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- навыками применения организационно-управленческих решений в текущей профессиональной деятельности;- методами реализации основных управленческих функций при принятии решений- навыками разработки и внедрения технологических и продуктовых инноваций	1-2	<p>методики менеджмента и маркетинга и их особенности в профессиональной деятельности</p> <p>Стратегия и тактика менеджмента. Особенности управления в России. Виды и методы принятия решений в менеджменте. Маркетинговое планирование. Анализ потребительских и деловых рынков. Сегментирование рынков. Эффективные маркетинговые стратегии.</p>	Лекция, практика, самостоятельная работа	Тест. Устный опрос. Доклад	3.2, 3.3	3.2, 3.3	3.2, 3.3

**2.2 Промежуточная аттестация**

Индекс	Планируемые результаты	Раздел дисциплины	Содержание требования в разрезе разделов дисциплины	Технология формирования	Форма оценочного средства (контроля)	№ задания		
						Пороговый уровень	Базовый уровень	Повышенный уровень
ОПК-4	Знать: - формы и методы обеспечения эффективности управления -проблемы мотивации, лидерства и руководства – основы совокупности процессов создания, продвижения и предоставления ценностей, в том числе воплощенных в продуктовые и технологические инновации, потребителям	1-2	Концепция современного менеджмента; основные понятия и положения менеджмента и маркетинга	Лекция, практика, самостоятельная работа	Экзамен	3.1	3.1	3.1
	Уметь: - находить организационно-управленческие решения и нести за них ответственность; - проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры - использовать основные теории мотивации, лидерства и власти	1-2	методики менеджмента и маркетинга и их особенности в профессиональной деятельности Мотивация персонала в менеджменте. Эффективность управленческой деятельности. Создание брендов. Стратегии конкурентного преимущества. Разработка ценовых стратегий и планов.	Лекция, практика, самостоятельная работа	Экзамен	3.1	3.1	3.1



<p>для решения стратегических и оперативных управленческих задач.</p> <p>– собирать маркетинговую информацию, анализировать ее и готовить информационный обзор для формирования предложений, включающих создание, продвижения и предоставления ценностей, в том числе воплощенных в продуктовые и технологические инновации, потребителям</p>							
<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- навыками применения организационно-управленческих решений в текущей профессиональной деятельности;- методами реализации основных управленческих функций при принятии решений- навыками разработки и внедрения технологических и продуктовых инноваций	1-2	<p>методики менеджмента и маркетинга и их особенности в профессиональной деятельности</p> <p>Стратегия и тактика менеджмента. Особенности управления в России. Виды и методы принятия решений в менеджменте. Маркетинговое планирование. Анализ потребительских и деловых рынков. Сегментирование рынков. Эффективные маркетинговые стратегии.</p>	Лекция, практика, самостоятельная работа	Экзамен	3.1	3.1	3.1



2.3. Критерии оценки устного опроса и доклада

Ступени уровней освоения компетенций	Критерии
(удовлетворительно)	выставляется студенту, если он показывает базовые знания основного учебно-программного материала по основным вопросам
(хорошо)	выставляется студенту, если он допускает отдельные погрешности в ответе
(отлично)	выставляется студенту, если он определяет рассматриваемые понятия четко и полно, приводя соответствующие примеры;

2.4 Критерии оценки на экзамене

Оценка «отлично» ставится, если обозначена проблема, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «хорошо» – ставится, если соблюдены основные требования, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; на дополнительные вопросы даны неполные ответы.

Оценка «удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует вывод.

Оценка «неудовлетворительно» – тема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

2.5 Критерии оценки тестов

Ступени уровней освоения компетенций	Отличительные признаки	Показатель оценки сформированности компетенции
Пороговый уровень	Обучающийся воспроизводит термины, основные понятия, способен узнавать концепции и методы научных школ и подходов.	Не менее 50% баллов за задания
Базовый уровень	Обучающийся выявляет взаимосвязи, классифицирует, упорядочивает, интерпретирует, применяет законы.	Не менее 70% баллов за задания
Повышенный уровень	Обучающийся анализирует, диагностирует, оценивает, прогнозирует, конструирует.	Более 70% баллов за задания

**2.8. Критерии оценки контрольной работы**

Ступени уровней освоения компетенций	Критерии
Повышенный уровень (отлично)	выставляется студенту, если студент выполнил все задания разделов (тем) контрольной работы (теоретический вопрос раскрыт в полной мере,; свободно владеет материалом выполненных заданий (дан исчерпывающий, правильный и развернутый ответ на теоретический вопрос,;
Базовый уровень (хорошо)	выставляется студенту, если студент выполнил все задания разделов (тем) контрольной работы (теоретический вопрос раскрыт достаточной мере); владеет материалом выполненных заданий (ответ на теоретический вопрос дан правильный, сжатый и не полный,;
Пороговый уровень (удовлетворительно)	выставляется студенту, если студент выполнил все задания разделов (тем) контрольной работы (теоретический вопрос раскрыт в сжатом виде,); владеет материалом выполненных заданий (ответ на теоретический вопрос дан правильный, на сжатый и не полный.

2.7 Допуск к сдаче экзамена

1. Посещение занятий. Допускается один пропуск без предъявления справки.
2. Пропущенные занятия необходимо отработать до экзамена
3. Активное участие в работе на занятиях.

3.ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И КЛЮЧИ (ОТВЕТЫ) К КОНТРОЛЬНЫМ ЗАДАНИЯМ, МАТЕРИАЛАМ, НЕОБХОДИМЫМ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ**3.1.Вопросы к экзамену по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»****Менеджмент**

- 1.Предмет, задачи, содержание и методологическая основа курса.
2. Менеджмент как совокупность науки и искусства управления.
3. Эволюция концепций менеджмента.
4. Классическая школа управления.
5. Школа «человеческих отношений».
6. Новейшие школы управления.
7. Особенности развития отечественных концепций управления.
8. Организационная культура.
9. Закономерности и принципы менеджмента.
10. Функции управления.
11. Организация процесса управления организацией.
12. Группировка методов управления.
13. Экономические методы управления.
- 14.Организационно-распорядительные методы управления.
15. Социальные и психологические методы управления.
16. Правовые (юридические) методы управления.
17. Организационная структура системы управления.
18. Информационное обеспечение менеджмента.
19. Коммуникационный процесс.



20. Техническое обеспечение менеджмента.
21. Основы принятия решений.
22. Особенности процесса управления персоналом.
23. Исторические аспекты менеджмента.
24. Организация труда персонала.
25. Характер и содержание труда менеджера.
26. Организация труда и оценка деятельности менеджера.
27. Методы, стиль и культура руководства.
28. Эффективность менеджмента.
29. Мотивация труда.
30. Комплексный подход в управлении.
31. Новая парадигма управления.
32. Управление производительностью труда.
33. Групповая динамика.
34. Управление стратегией деятельности предприятия.
35. Этика менеджмента.
36. Стратегические и тактические планы.
37. Проектирование оргструктур управления.
38. Руководство, власть, лидерство.
39. Методы принятия управленческих решений.
40. Факторы повышения эффективности менеджмента.
41. Организация деловых совещаний и переговоров. Условия их эффективности.
42. Стратегическое и текущее планирование в системе менеджмента

Маркетинг

1. Предмет маркетинга
2. Концепции маркетинга
3. Анализ рыночных возможностей
4. Отбор целевых рынков
5. Разработка комплекса маркетинга
6. Основные факторы микросреды
7. Основные факторы макросреды
8. Анализ потребительских рынков
9. Характеристики покупателей
10. Процесс принятия решения о сделке
11. Организационные сделки
12. Процесс совершения сделки
13. Уровни сегментирования рынка
14. Сегментирование потребительских рынков
15. Сегментирование деловых рынков
16. Система маркетинговых исследований
17. Процесс маркетингового исследования
18. Оценка эффективности маркетинга
19. Характеристики и классификации товаров и услуг
20. Анализ товарных линий или услуг
21. Формирование капитала бренда
22. Маркетинговые стратегии и ЖЦТ
23. Позиционирование бренда.



24. Проблемы конкуренции.
25. Конкурентные стратегии лидеров рынка
26. Конкурентные стратегии организаций, не являющихся лидерами
27. Гарантии предложений, упаковка и маркировка товаров
28. Основы ценообразования
29. Ценообразование в рамках линий, товаров, услуг
30. Маркетинговые коммуникации
31. Разработка и управление рекламной программой
32. Стимулирование сбыта
33. Связи с общественностью
34. Личные коммуникации
35. Маркетинговые каналы
36. Управление каналами распределения
37. Маркетинговая логистика
38. Розничная торговля
39. Оптовая торговля
40. Создание новых предложений
41. Управление хозяйственным портфелем на основе концепции жизненного цикла
42. Стратегическое управление маркетингом
43. Международный маркетинг
44. Решения о выходе на внешний рынок
45. Способы организации службы маркетинга
46. Процесс принятия нового предложения потребителем.
47. Маркетинг событий
48. Оценка и контроль

3.2 Вопросы для устного опроса и подготовки докладов по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»

Менеджмент

1. Предмет, задачи, содержание и методологическая основа курса.
2. Менеджмент как совокупность науки и искусства управления.
3. Эволюция концепций менеджмента.
4. Классическая школа управления.
5. Школа «человеческих отношений».
6. Новейшие школы управления.
7. Особенности развития отечественных концепций управления.
8. Организационная культура.
9. Закономерности и принципы менеджмента.
10. Функции управления.
11. Организация процесса управления организацией.
12. Группировка методов управления.
13. Экономические методы управления.
14. Организационно-распорядительные методы управления.
15. Социальные и психологические методы управления.
16. Правовые (юридические) методы управления.
17. Организационная структура системы управления.



18. Информационное обеспечение менеджмента.
19. Коммуникационный процесс.
20. Техническое обеспечение менеджмента.
21. Основы принятия решений.
22. Особенности процесса управления персоналом.
23. Исторические аспекты менеджмента.
24. Организация труда персонала.

Маркетинг

1. Стратегическое планирование в подразделениях.
2. Факторы микросреды.
3. Оценка эффективности маркетинга.
4. Процесс совершения сделки на деловых рынках.
5. Определение конкурентов.
6. Пути достижения конкурентного преимущества.
7. Товарные системы, системы услуг и ассортимент.
8. Анализ бизнес-портфеля на основе жизненного цикла товара (матрица БКГ).
9. Особенности маркетинговых стратегий в сфере услуг.
10. Управление брендами в сфере услуг.
11. Разработка коммуникаций.
12. Комплекс маркетинговых коммуникаций.
13. Факторы структуры комплекса маркетинговых коммуникаций.
14. Системы и стратегии маркетинговых каналов.
15. Конфликты и кооперация.
16. Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле.
17. Управление этапами процесса разработки предложений.
18. Решения о выходе на внешний рынок и выбор рынков.
19. Способы организации служб маркетинга.
20. Социально-ответственный маркетинг.

3.3 Тесты по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»

Менеджмент

1. Кто первым определил менеджмент как «обеспечение выполнения работы с помощью других лиц» ?
 - А) Макс Вебер
 - Б) Анри Файоль
 - В) С.Ю. Витте
 - Г) Мери Паркер Фоллетт
2. Наиболее важными факторами Ф. Гилбрет считал:
 - А) факторы движения
 - Б) факторы рабочего
 - В) факторы оборудования
 - Г) факторы обстановки
3. Кто является основным разработчиком социальной инженерии?
 - А) О. Ерманский
 - Б) А.К. Гастев



- В) М. Вебер
Г) П.К. Анохин

4. Модель Портера-Лоулера рассматривает

- А) вопросы мотивации
Б) проблемы демографии
В) вопросы конфликта

5. Гибкость, динамизм, творчество и оперативность в решении задач - все это относится к достоинствам

- А) матричной структуры
Б) линейной структуры
В) дивизиональной структуры

6. Кто разработал «Теорию Х» и «Теорию У»?

- А) А.К.Гастев
Б) А.Файоль
В) А. Маслоу
Г) Д.Мак-Грегор

7. Согласно концепции П. Херси и К. Бланшара эффективные стили руководства зависят от

- А) уровня зрелости исполнителей
Б) пола человека
В) от интеллекта

8. Д. Миллер и М.К. Врие выделили _____ типов организаций

- А) 5
Б) 7
В) 9

9. Для фирм какой страны характерна система пожизненного найма?

- А) Для Швеции
Б) Для Англии
В) Для США
Г) Для Японии

10. Кто занимался исследованием движений?

- А) А. Маслоу
Б) Ф.У.Тейлор
В) Г. Форд
Г) Г.Эмерсон

Маркетинг

1. В чем сущность концепции маркетинга?

- а) в ориентации на нужды и требования производства;
б) в ориентации на требования рынка с целью получения прибыли за счет удовлетворения потребностей покупателя;
в) в ориентации на указания государства;
г) в эффективности производства и обращения.

2. Целями концепции социально-этического маркетинга являются:

- а) удовлетворение разумных потребностей;
б) защита окружающей среды;



- в) комплексный учет интересов потребителей, предприятия и общества в целом;
- г) все вышеперечисленное.

3. Развивающийся маркетинг связан:

- а) с формированием спроса на товар;
- б) с незаинтересованностью потребителя;
- в) с наличием негативного спроса;
- г) с совпадением структуры спроса и предложения.

4. С чем связан ремаркетинг?

- а) с отсутствием спроса;
- б) со снижающимся спросом;
- в) с негативным спросом;
- г) с иррациональным спросом.

5. Какой из перечисленных видов деятельности не включается в маркетинг?

- а) маркетинговые исследования;
- б) производство продукции, основанное на знании нужд потребителей;
- в) стратегическое планирование;
- г) выбор технологии производства.

6. Поддерживающий маркетинг применяют, если:

- а) спрос < предложению;
- б) спрос > предложению;
- в) спрос < предложению.

7. К макросреде предприятия относятся:

- а) поставщики сырья;
- б) покупатели изделий предприятия;
- в) конкуренты;
- г) политико-правовая среда.

8. К факторам микросреды маркетинга относятся:

- а) сама фирма;
- б) демографические факторы;
- в) экономические факторы;
- г) политические факторы.

9. Стратегия, построенная на предположении, что потребители будут покупать товары (услуги) только наивысшего качества, соответствует маркетинговой концепции:

- а) совершенствования производства;
- б) современного маркетинга;
- в) совершенствования товара;
- г) все ответы верны.

10. Ориентация фирмы на извлечение прибыли в основном за счет увеличения объемов продаж товара (услуги) характерна для:

- а) стратегии современного маркетинга;
- б) интенсификации коммерческих усилий;
- в) стратегии совершенствования производства;
- г) все ответы верны;
- д) нет правильного ответа.



3.4. Контрольная работа (для заочной формы обучения)

Контрольная работа представлена в методических указаниях для выполнения контрольной работы по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» направление подготовки 38.03.01 «Экономика» профиль Бухгалтерский учет, анализ и аудит для заочной формы обучения. Издательство ФГБОУ ВО Уральский ГАУ Екатеринбург 2019 г



4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРУ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений, навыков, характеризующая этапы формирования компетенций проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

Контроль текущей успеваемости обучающихся – текущая аттестация – проводится в ходе семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний; формирования у них умений и навыков; своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по ее корректировке; совершенствованию методики обучения; организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.

К контролю текущей успеваемости относятся проверка знаний, умений и навыков обучающихся:

- на занятиях (опрос, тестирования, круглый стол, решение задач, творческие задания, деловая игра);
- по результатам выполнения индивидуальных заданий ;
- по результатам проверки качества конспектов лекций и иных материалов;
- по результатам отчета обучающихся в ходе индивидуальной консультации преподавателя, проводимой в часы самоподготовки, по имеющимся задолженностям.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится с целью выявления соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков по дисциплине требованиям ФГОС ВО в форме предусмотренной учебным планом.

Промежуточная аттестация проводится после завершения изучения дисциплины в объеме рабочей учебной программы. Форма определяется кафедрой



(устный – по билетам, либо путем собеседования по вопросам; письменная работа, тестирование и др.). Оценка по результатам экзамена – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» (оценка по результатам зачета – «зачтено» или «не зачтено»).

Каждая компетенция (или ее часть) проверяется теоретическими вопросами, позволяющими оценить уровень освоения обучающимися знаний и практическими заданиями, выявляющими степень сформированности умений и навыков.

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих стандартах:

1. Периодичность проведения оценки (на каждом занятии).
2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и обучающимися группы) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекса мер по устранению недостатков.
3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
4. Соблюдение последовательности проведения оценки: предусмотрено, что развитие компетенций идет по возрастанию их уровней сложности, а оценочные средства на каждом этапе учитывают это возрастание.