

	Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный аграрный университет»
	ФГБОУ ВО Уральский ГАУ
	Рабочая программа учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга»
Б1.Б.13	Кафедра менеджмента и экономической теории

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
учебной дисциплины

«Основы менеджмента и маркетинга»

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) программы
Менеджмент

Уровень подготовки
бакалавр

Форма обучения
очная, заочная

Екатеринбург, 2019

	<i>Должность</i>	<i>Фамилия/ Подпись</i>	<i>Дата № протокола</i>
Разработал:	<i>Доцент кафедры Ст.преподаватель</i>	<i>Руцицкая О.Е. Фетисова А.В.</i>	<i>11 янв 2019</i>
Согласовали:	<i>Заведующий кафедрой</i>	<i>Руцицкая О.А.</i>	<i>11 янв 2019 №6</i>
	<i>Председатель учебно-методической комиссии Института экономики, финансов и менеджмента</i>	<i>Зырянова Т.В.</i>	<i>15 янв 2019 №5</i>
Утвердил:	<i>Директор Института экономики, финансов и менеджмента</i>	<i>Руцицкая О.А.</i>	<i>15 янв 2019</i>
Версия: 1.0		КЭ:1	УЭ № _____

**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	8
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	8
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины:	8
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	9
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	10
11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	10
12. Особенности обучения студентов с различными нозологиями:	11



1. Введение

Дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» 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:

ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

ОПК-2 способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений

ПК-1 владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- основные понятия и положения менеджмента и маркетинга;
- формы и методы обеспечения эффективности управления;
- проблемы мотивации, лидерства и руководства

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; разрабатывать маркетинговые стратегии;

владеть:

- навыками применения организационно-управленческих решений в текущей профессиональной деятельности;
- методами реализации основных управленческих функций при принятии решений.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.Б.13 «Основы менеджмента и маркетинга» 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.

Этапность формирования компетенций прямо связана с местом дисциплины в образовательной программе

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

Вид учебной работы	Курс/семестр	
	Очное (2 семестр)	Заочное (3 семестр)
Контактная работа* (всего)	72	16
В том числе:		
Лекции	36	8
Практические занятия (ПЗ)	36	8
Самостоятельная работа (всего):	72	128
Общая трудоёмкость, час	144	144
зач. ед.	4	4
Вид промежуточной аттестации	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

*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) дисциплины и виды занятий****Очная форма**

№ п/п	Наименование модуля (раздела) дисциплины	Л	ПЗ	СРС	Всего час.
1.	Основы менеджмента	18	18	36	72
	Тема 1. Эволюция управленческой мысли	2	2	4	8
	Тема 2. Организация и её типы	4	4	6	14
	Тема 3. Исследование организационных структур управления	4	4	8	16
	Тема 4. Внешняя и внутренняя среды организации	4	4	8	16
	Тема 5. Разработка и принятие управленческих решений	2	2	6	10
	Тема 6. Руководство, лидерство и власть	2	2	4	8
2.	Основы маркетинга	18	18	36	72
	Тема 1. История возникновения и развития маркетинга. Основные концепции маркетинговой деятельности	2	2	6	10
	Тема 2. Принципы маркетинга и комплекс маркетинговых коммуникаций	4	4	6	14
	Тема 3. Система маркетинговых исследований	4	4	6	14
	Тема 4. Товарная политика предприятия	2	2	6	10
	Тема 5. Сегментация и выбор рынка. Позиционирование товаров на рынке	2	2	6	10
	Тема 6. Организация маркетинговой службы на предприятии	4	4	6	14
ИТОГО		36	36	72	144

Заочная форма

№ п/п	Наименование модуля (раздела) дисциплины	Л	ПЗ	СРС	Всего час.
1.	Основы менеджмента	4	4	64	72
2.	Основы маркетинга	4	4	64	72
ИТОГО		8	8	128	144



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

№ п.п	Наименование модуля (раздела)	Содержание модуля (раздела)	Трудоемкость (ауд. час.)	Формируемые компетенции (ОК, ПК)	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	72	ОК-3 ОПК-2 ПК-1	Устный опрос, тест	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	72	ОК-3 ОПК-2 ПК-1	Устный опрос, тест	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	36	64
		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	36	64
		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			



№ п/п	Наименование модуля (раздела) дисциплины	Тематика самостоятельной работы	Формы самостоятельной работы*	Трудоемкость, часы	
				очно	заочно
		Тема 6. Организация маркетинговой службы на предприятии			

5. Перечень учебно-методического и программного обеспечения дисциплины

- Методические указания к самостоятельной работе для студентов очной и заочной формы обучения по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль Менеджмент по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга»/ сост. 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. Рубчинский, А. А. Методы и модели принятия управленческих решений : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. А. Рубчинский. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 526 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-03619-0. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://biblio-online.ru/book/metody-i-modeli-prinyatiya-upravlencheskih-resheniy-432911>

2. Голубков, Е. П. Основы менеджмента и маркетинга в 2-х ч. Часть 1 : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. П. Голубков. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 183 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-06815-3. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://biblio-online.ru/book/metody-prinyatiya-upravlencheskih-resheniy-v-2-ch-chast-1-444153>

3. Голубков, Е. П. Основы менеджмента и маркетинга в 2-х ч. Часть 2 : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. П. Голубков. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 249 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-06700-2. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://biblio-online.ru/book/metody-prinyatiya-upravlencheskih-resheniy-v-2-ch-chast-2-434315>

б) дополнительная литература:

1. Филинов-Чернышев, Н. Б. Разработка и принятие управленческих решений : учебник и практикум для вузов / Н. Б. Филинов-Чернышев. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 324 с. – (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-03558-2. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://biblio-online.ru/book/razrabotka-i-prinyatie-upravlencheskih-resheniy-433919>



2. Теория и практика принятия управленческих решений : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. И. Бусов, Н. Н. Лябах, Т. С. Саткалиева, Г. А. Таспенова ; под общ. ред. В. И. Бусова. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 279 с. – (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-03859-0. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://biblio-online.ru/book/teoriya-i-praktika-prinyatiya-upravlencheskih-resheniy-432942>

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>
- доступ к информационным ресурсам «eLIBRARY», «УИС РОССИЯ» и «Polpred.com».

2) 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/

3) система ЭИОС на платформе Moodle

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 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 02.27.2018 до 13.03.2020 г

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. №4417	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 02.27.2018 до 13.03.2020 г.
Самостоятельная работа		
Помещение для самостоятельной работы – 620075, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Тургенева, д. 23 Литер А, ауд. № 4412, 4420 620075, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Карла Либкнехта, д. 42 Литер Е читальный зал - № 5104, 5208	Аудитория, оснащенная столами и стульями; Переносным демонстрационным мультимедийным оборудованием (ноутбук, экран, проектор); рабочими местами, оснащенными компьютерами с выходом в сеть Интернет и электронно-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 02.27.2018 до 13.03.2020 г.

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: к. 4412а

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 случаи 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 1 000 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.

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

Индекс компетенции	Формулировка	Разделы дисциплины	
		1	2
ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	+	+
ОПК-2	способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	+	+
ПК-1	владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	+	+

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			
	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Академическая оценка по 4-х балльной шкале (зачет с оценкой)				



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
ОК-3	<i>Знание:</i> основные понятия и положения менеджмента и маркетинга	1-2	основные понятия и положения менеджмента и маркетинга	Лекционное занятие, практическое занятие, самостоятельная работа	Тест. Устный опрос	3.2-3.3	3.2-3.3	3.2-3.3
	<i>Умение:</i> применять основные методики менеджмента и маркетинга в профессиональной деятельности	1-2	методики менеджмента и маркетинга и их особенности в профессиональной деятельности	Лекционное занятие, практическое занятие, самостоятельная работа	Тест. Устный опрос	3.2-3.3	3.2-3.3	3.2-3.3
	<i>Владение</i> навыками	1-2	методики менеджмента и маркетинга и их особенности в профессиональной деятельности	Лекционное занятие, практическое занятие, самостоятельная	Тест. Устный опрос	3.2-3.3	3.2-3.3	3.2-3.3



				я работа				
ОПК-2	<i>Знание:</i> формы и методы обеспечения эффективности управления; основ выявления новых рыночных возможностей и управления взаимоотношениями организации с потребителями	1-2	формы и методы обеспечения эффективности управления;	Лекционное занятие, практическое занятие, самостоятельная работа	Тест. Устный опрос	3.2-3.3	3.2-3.3	3.2-3.3
	<i>Умение:</i> находить организационно-управленческие решения и нести за них ответственность; проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	1-2	собирать маркетинговую информацию, анализировать ее	Лекционное занятие, практическое занятие, самостоятельная работа	Тест. Устный опрос	3.2-3.3	3.2-3.3	3.2-3.3
	<i>Владение:</i> навыками применения организационно-управленческих решений в текущей профессиональной деятельности;	1-2	применение организационно-управленческих решений в текущей профессиональной деятельности	Лекционное занятие, практическое занятие, самостоятельная работа	Тест. Устный опрос	3.2-3.3	3.2-3.3	3.2-3.3
ПК-1	<i>Знание:</i> проблемы мотивации, лидерства и руководства	1-2	Основные проблемы мотивации, лидерства и руководства	Лекционное занятие, практическое занятие, самостоятельная	Тест. Устный опрос	3.2-3.3	3.2-3.3	3.2-3.3



				я работа				
	<i>Умение:</i> использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач.	1-2	основные теории мотивации, лидерства и власти	Лекционное занятие, практическое занятие, самостоятельная работа	Тест. Устный опрос	3.2-3.3	3.2-3.3	3.2-3.3
	<i>Владение:</i> методами реализации основных управленческих функций при принятии решений	1-2	методы реализации основных управленческих функций при принятии решений	Лекционное занятие, практическое занятие, самостоятельная работа	Тест. Устный опрос	3.2-3.3	3.2-3.3	3.2-3.3

2.2 Промежуточная аттестация

Код	Планируемые результаты	Технология формирования	Форма оценочного средства (контроля)	№ задания		
				Пороговый уровень (удовл.)	Повышенный уровень (хорошо)	Высокий уровень (отлично)
ОК-3 ОПК-2, ПК-1	<i>Знать:</i> - основные понятия и положения менеджмента и маркетинга; - формы и методы обеспечения эффективности управления; - проблемы мотивации, лидерства и руководства <i>Уметь:</i>	Лекция Практические занятия Самостоятельная работа	Зачет с оценкой	Из пункта 3.1		



<ul style="list-style-type: none">- 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; разрабатывать маркетинговые стратегии;			
<p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none">- навыками применения организационно-управленческих решений в текущей профессиональной деятельности;- методами реализации основных управленческих функций при принятии решений.			

**2.3 Критерии оценки на зачете с оценкой**

Результат зачета	Критерии
Повышенный уровень «зачтено» отлично	Обучающийся показал прочные знания основных положений учебной дисциплины, умение самостоятельно решать конкретные практические задачи повышенной сложности, делать обоснованные выводы из результатов расчетов, знание форм бухгалтерской отчетности сельскохозяйственных предприятий, умение выбирать из отчетности необходимую информацию в соответствии с поставленной задачей, умеет разработать типовые управленческие решения по анализируемому направлению
Базовый уровень «зачтено» хорошо	Обучающийся показал прочные знания основных положений учебной дисциплины, умение самостоятельно решать конкретные практические задачи, предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в рекомендованной справочной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты расчетов, умение выбирать из отчетности необходимую информацию в соответствии с поставленной задачей
Пороговый уровень «зачтено» Удовлетворительно	Обучающийся показал знание основных положений учебной дисциплины, умение получить с помощью преподавателя правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой, знакомство с рекомендованной справочной литературой, знание содержания отдельных форм статистической отчетности
«не зачтено» Неудовлетворительно	При ответе обучающегося выявились существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины

2.4 Критерии оценки устного опроса

Ступени уровней освоения компетенций	Критерии
Пороговый (удовлетворительно)	выставляется студенту, если он недостаточно владеет знаниями основного учебно-программного материала по основным вопросам менеджмента и маркетинга
Базовый (хорошо)	выставляется студенту, если он допускает отдельные погрешности в ответе, частично ориентируется в вопросах основ менеджмента и маркетинга
Повышенный (отлично)	выставляется студенту, если он определяет рассматриваемые понятия четко и полно, приводя соответствующие примеры, правильно отвечая на дополнительные вопросы

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

2.6. Процедура оценки

2.6.1. Работа в семестре (прохождение контрольных точек)

№ п/п	Измерители обученности текущего контроля	Ступени уровней освоения компетенций		
		Пороговый уровень	Базовый уровень	Повышенный уровень
1.	Устный опрос	Пороговый уровень	Базовый уровень	Повышенный уровень
2.	Тест	Пороговый уровень	Базовый уровень	Повышенный уровень

Показатель оценки сформированности компетенции: не ниже порогового.

2.6.2 Промежуточная аттестация

Зачет с оценкой проводится в форме устного опроса по билетам

№ п/п	Измерители обученности текущего контроля	Ступени уровней освоения компетенций		
		Пороговый уровень	Базовый уровень	Повышенный уровень
1.	Зачет с оценкой (устный опрос по вопросам)	Пороговый уровень	Базовый уровень	Повышенный уровень

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 зачету с оценкой по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга»

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 по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга»

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

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 Y»?
- 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 > предложения;
- в) спрос < предложения.

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.

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

4.1. Методические указания по проведению текущего контроля

4.1.1. Устный опрос

1.	Сроки проведения текущего контроля	После изучения раздела дисциплины
2.	Место и время проведения текущего контроля	в учебной аудитории во время занятия
3.	Требование к техническому оснащению аудитории	в соответствии с паспортом аудитории
4.	Ф.И.О. преподавателя (ей), проводящих процедуру контроля	
5.	Вид и форма заданий	ответ на вопросы
6.	Время для выполнения заданий	25 минут
7.	Возможность использования дополнительных материалов:	обучающийся не может пользоваться дополнительными материалами
8.	Ф.И.О. преподавателя (ей), обрабатывающих результаты	
9.	Методы оценки результатов	Экспертный
10.	Предъявление результатов	Оценка выставляется в журнал и доводится до сведения обучающихся
11.	Апелляция результатов	в порядке, установленном нормативными документами, регулирующими образовательный процесс в ФГБОУ ВО Уральский ГАУ

4.1.2. Тест

1.	Сроки проведения текущего контроля	После изучения соответствующих тем дисциплины
2.	Место и время проведения текущего контроля	в учебной аудитории во время занятия



3.	Требование к техническому оснащению аудитории	В соответствии с паспортом аудитории
4.	Ф.И.О. преподавателя (ей), проводящих процедуру контроля	
5.	Вид и форма заданий	Письменная работа
6.	Время проведения опроса	30 минут
7.	Возможность использования дополнительных материалов:	Обучающийся не может пользоваться дополнительными материалами
8.	Ф.И.О. преподавателя (ей), обрабатывающих результаты	
9.	Методы оценки результатов	Экспертный
10.	Предъявление результатов	Оценка выставляется в журнал и доводится до сведения обучающихся в конце опроса
11.	Апелляция результатов	В порядке, установленном нормативными документами, регулирующими образовательный процесс в ФГБОУ ВО Уральский ГАУ

4.2 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.