

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Алейник Станислав Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 05.09.2022 15:48:34
Уникальный программный ключ:
5258223550ea9fbeb23726a1609b644b33d8986ab6255891f288f913a1351fae

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «БЕЛГОРОДСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени В.Я.ГОРИНА»**

УТВЕРЖДАЮ



Декан экономического факультета

Ю. А. Китаёв

Ю. А. Китаёв 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Менеджмент и маркетинг

Направление подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)

Направленность (профиль) Экономика и управление

Квалификация Бакалавр

Год начала подготовки - 2022


Майский, 2022

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена с учетом требований:


- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 февраля 2018 г № 124;
- порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 06.04.2021 № 245;
- основной профессиональной образовательной программы ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ по направлению подготовки 44.03.04. Профессиональное обучение (по отраслям), направленность (профиль) Экономика и управление

Составители: Капинос Р.В., доцент кафедры экономики, к.э.н.
Гончаренко О.В., доцент кафедры экономики, к.э.н.

Рассмотрена на заседании кафедры экономики
«18» мая 2022 г., протокол № 12

Зав. кафедрой  Е.А. Голованева

Согласована с выпускающей кафедрой профессионального обучения и социально-педагогических дисциплин
«18» мая 2022 г., протокол № 9/1

Зав. кафедрой  Н.Н. Никулина

Руководитель основной профессиональной

образовательной программы  Н.Н. Никулина

I. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель дисциплины подготовка бакалавров к проектно-экономической деятельности посредством обеспечения этапов формирования компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) (уровень бакалавриата).

1.2. Задачи:

- изучение понятийного аппарата дисциплины;
- изучение основных теоретических положений и методов;
- привитие навыков применения теоретических знаний для решения практических задач.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ (ОПОП)

2.1. Цикл (раздел) ОПОП, к которому относится дисциплина

Дисциплина Менеджмент и маркетинг относится к части, формируемой участниками образовательного процесса (Б1.В.03.05) основной профессиональной образовательной программы.

2.2. Логическая взаимосвязь с другими частями ОПОП

Наименование предшествующих дисциплин, практик, на которых базируется данная дисциплина (модуль)	1. Системно-критическое мышление 2. Экономическая теория
Требования к предварительной подготовке обучающихся	знать: основы экономической науки и современные проблемы экономики; уметь: анализировать экономические проблемы и делать экономически обоснованные выводы; владеть: навыками экономического мышления, методами экономического анализа и приемами аргументированного обоснования собственной точки зрения.

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Менеджмент и маркетинг» являются: «Системно-критическое мышление» и «Экономическая теория».

III. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Коды компетенций	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-4	Способен выполнять деятельность и (или) демонстрировать элементы осваиваемой обучающимися деятельности, предусмотренной программой учебного предмета, курса, дисциплины (модуля), практики	ПК-4.1. Демонстрирует специальные научные знания в т.ч. в предметной области (по отраслям), знает особенности организации труда, современные производственные технологии, производственное оборудование и правила его эксплуатации; требования охраны труда при выполнении профессиональной деятельности (по отраслям)	<p>знать: характерные черты современного менеджмента и маркетинга в условиях развитой рыночной экономики, особенности организации труда, современные производственные технологии, производственное оборудование и правила его эксплуатации; требования охраны труда при выполнении профессиональной деятельности (по отраслям).</p> <p>уметь: выполнять элементы деятельности менеджера и маркетолога, выполнять ситуационные задания в сфере управления и анализа рынка, осуществлять выполнение трудовых операций, приемов, действий профессиональной деятельности в области современного менеджмента и маркетинга.</p> <p>владеть: базовыми навыками научного исследования в области современного менеджмента и маркетинга.</p>
		ПК-4.2. Умеет выполнять деятельность и (или) демонстрировать элементы деятельности, осваиваемой обучающимися, и (или) выполнять задания, предусмотренные программой учебного предмета, курса, дисциплины (модуля), практики	<p>знать: знает основные способы решения ситуационных проблем в сфере менеджмента и маркетинга.</p> <p>уметь: выполнять деятельность по руководству коллективом и анализу современного рынка.</p> <p>владеть: базовыми навыками в области управления коллективом и рынком.</p>
		ПК-4.3. Осуществляет выполнение трудовых	знать: знает основные маркетинговые стратегии и

		<p>операций, приемов, действий профессиональной деятельности, предусмотренной программой учебного предмета, дисциплины (модуля), практики</p>	<p>принципы современного менеджмента. уметь: осуществлять операции по планированию, организации и контролю за деятельностью коллектива и созданию службы маркетинга на предприятии. владеть: навыками в области реализации маркетинговых стратегий и принципов менеджмента на практике.</p>
		<p>ПК-4.4. Владеет методами научного исследования в предметной области (по отрасли)</p>	<p>знать: знает основные методы научного исследования рынка и коллектива организации. уметь: осуществлять исследовательскую деятельность нужд, потребностей, запросов потребителей и коллектива. владеть: методами научного исследования в области современного управления и анализа рынка.</p>

IV. ОБЪЕМ, СТРУКТУРА, СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ И ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

4.1. Распределение объема учебной работы по формам обучения

Вид работы (в соответствии с учебным планом)	Объем учебной работы, час	
	Очная	Заочная
Формы обучения (вносятся данные по реализуемым формам)	3	3
Семестр изучения дисциплины	3	3
Общая трудоемкость, всего, час	108	108
<i>зачетные единицы</i>	3	3
1. Контактная работа		
1.1. Контактная аудиторная работа (всего)	36,25	16,95
В том числе:		
Лекции (<i>Лек</i>)	18	4
Лабораторные занятия (<i>Лаб</i>)	-	-
Практические занятия (<i>Пр</i>)	18	6
Установочные занятия (<i>УЗ</i>)	-	2
Предэкзаменационные консультации (<i>Конс</i>)	-	-
Текущие консультации (<i>ТК</i>)	0,25	4,95
1.2. Промежуточная аттестация		
Зачет (<i>КЗ</i>)	3	2
Экзамен (<i>КЭ</i>)	-	-
Выполнение курсовой работы (проекта) (<i>КНKP</i>)		
Выполнение контрольной работы (<i>ККН</i>)		
1.3. Контактная внеаудиторная работа (контроль)	18	4
2. Самостоятельная работа обучающихся (всего)		
	53,75	87,05
в том числе:		
Самостоятельная работа по проработке лекционного материала	20	20
Самостоятельная работа по подготовке к лабораторно-практическим занятиям	23,75	37,05
Работа над темами (вопросами), вынесенными на самостоятельное изучение	10	30
Самостоятельная работа по видам индивидуальных заданий: подготовка реферата (контрольной работы)	-	-
Подготовка к экзамену	-	-

4.2 Общая структура дисциплины и виды учебной работы

Наименование модулей и разделов дисциплины	Объемы видов учебной работы по формам обучения, час							
	Очная форма обучения				Заочная форма обучения			
	Всего	Лекции	Лабораторно-практич. занятия	Самостоятельная работа	Всего	Лекции	Лабораторно-практич. занятия	Самостоятельная работа
1	2	3	4	6	7	8	9	11
Модуль 1. «Основы современного менеджмента»	48	9	9	30	52	2	3	47
1. Понятие менеджмента и менеджера	24	2	2	10	12	1	1	10
2. Основные принципы и модели менеджмента	26	3	3	10	10	-	-	10
3. Особенности современного менеджмента	24	2	2	10	18	-	1	17
<i>Итоговое занятие по модулю 1</i>	4	2	2	-	12	1	1	10
Модуль 2. «Основы современного маркетинга»	41,75	9	9	23,75	48	2	3	40,05
1. Понятие маркетинга и маркетолога	14	2	2	10	12	1	1	10
2. Основные принципы и стратегии маркетинга	16	3	3	10	10	-	-	10
3. Особенности современного маркетинга	6	2	2	2	11	-	1	10
<i>Итоговое занятие по модулю 2</i>	5,75	2	2	1,75	12,05	1	1	10,05
<i>Предэкзаменационные консультации</i>	-				-			
<i>Текущие консультации</i>	0,25				4,95			
<i>Установочные занятия</i>	-				2			
<i>Промежуточная аттестация</i>	3				2			
Контактная аудиторная работа (всего)	36,25	18	18	0,25	16,95	4	6	6,95
Контактная внеаудиторная работа (всего)	18				4			
Самостоятельная работа (всего)	53,75				87,05			
Общая трудоемкость	108				108			

Всего по дисциплине		ПК -4	10 8	18	18	53,7 5	Зачет	51	100
<i>I. Рубежный рейтинг</i>								31	60
Модуль 1. «Теоретические основы анализа проблем и перспектив АПК в Белгородской области»		ПК -4	48	9	9	30	32	5	10
1.	Аграрная политика в Белгородской области	ПК -4	24	2	2	10	Устный опрос	5	10
2.	Продовольственная безопасность как приоритет аграрной политики в Белгородской области	ПК -4	26	3	3	10	Устный опрос	5	10
3.	Инструменты и механизмы аграрной политики в Белгородской области	ПК -4	24	2	2	10	Устный опрос	5	10
Итоговый контроль знаний по темам модуля 1.		ПК -4	4	2	2	-	Тестирование, ситуационные задачи	21	30
Модуль 2. «Практические аспекты региональной аграрной политики в Белгородской области»		ПК -4	41, 75	9	9	23,75		18	40
1.	Анализ и современное состояние функционирования АПК Белгородской области	ПК -4	14	2	2	10	Устный опрос	5	10
2.	Основные направления агропродовольственной политики в Белгородской области	ПК -4	16	3	3	10	Устный опрос	5	10
3.	Современные приоритеты региональной аграрной политики в Белгородской области	ПК -4	6	2	2	2	Устный опрос	5	10
Итоговый контроль знаний по темам модуля 2.		ПК -4	5,75	2	2	1,75	Тестирование, ситуационные задачи	3	10
<i>II. Творческий рейтинг</i>								2	5
<i>III. Рейтинг личностных качеств</i>								3	10
<i>IV. Рейтинг сформированности прикладных практических требований</i>								+	+
<i>V. Промежуточная аттестация</i>								15	25

5.2. Оценка знаний студента

5.2.1. Основные принципы рейтинговой оценки знаний

Оценка знаний по дисциплине осуществляется согласно Положению о балльно-рейтинговой системе оценки обучения

в ФГБОУ Белгородского ГАУ.

Уровень развития компетенций оценивается с помощью рейтинговых баллов.

Рейтинги	Характеристика рейтингов	Максимум баллов
Рубежный	Отражает работу студента на протяжении всего периода изучения дисциплины. Определяется суммой баллов, которые студент получит по результатам изучения каждого модуля.	60
Творческий	Результат выполнения студентом индивидуального творческого задания различных уровней сложности, в том числе, участие в различных конференциях и конкурсах на протяжении всего курса изучения дисциплины.	5
Рейтинг личностных качеств	Оценка личностных качеств обучающихся, проявленных ими в процессе реализации дисциплины (модуля) (дисциплинированность, посещаемость учебных занятий, сдача вовремя контрольных мероприятий, ответственность, инициатива и др.)	10
Рейтинг сформированности прикладных практических требований	Оценка результата сформированности практических навыков по дисциплине (модулю), определяемый преподавателем перед началом проведения промежуточной аттестации и оценивается как «зачтено» или «не зачтено».	+
Промежуточная аттестация	Является результатом аттестации на окончательном этапе изучения дисциплины по итогам сдачи зачета или экзамена. Отражает уровень освоения информационно-теоретического компонента в целом и основ практической деятельности в частности.	25
Итоговый рейтинг	Определяется путём суммирования всех рейтингов	100

Итоговая оценка компетенций студента осуществляется путём автоматического перевода баллов общего рейтинга в стандартные оценки:

Не зачтено	Зачтено	Зачтено	Зачтено
менее 51 балла	51-67 баллов	67,1-85 баллов	85,1-100 баллов

5.2.2. Критерии оценки знаний студента на зачете

Оценка «зачтено» на зачете определяется на основании следующих критериев:

- студент усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины и их значение для приобретаемой профессии, при этом проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала;
- студент демонстрирует полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил предусмотренные в программе задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе;

- студент показал систематический характер знаний по дисциплине и способность к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Оценка «не зачтено» на зачете определяется на основании следующих критериев:

- студент допускает грубые ошибки в ответе на зачете и при выполнении заданий, при этом не обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя;

- студент демонстрирует проблемы в знаниях основного учебно-программного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий;

- студент не может продолжать обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

5.3. Фонд оценочных средств. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки формируемых компетенций по дисциплине (приложение 1)

VI. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Основная учебная литература

1. Григорян Е.С. Маркетинговые коммуникации / Е.С. Григорян. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 294 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=360391>
2. Скоробогатых И.И. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности / И.И. Скоробогатых, и др. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 589 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=350431>
3. Сендеров В.Л. Методы принятия управленческих решений / В.Л. Сендеров, Т.И. Юрченко, Ю.В. Воронцова, Е.Ю. Бровцина. - – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 227 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=360995>

6.2. Дополнительная литература

1. Кайдашова А.К. Маркетинг профессиональных образовательных услуг / А.К. Кайдашова. – Москва: Флинта, 2020. – 99 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=360853>

2. Мазилкина Е.И. Менеджмент / Е.И. Мазилкина. – Москва: ИНФРА-М, 2020.

3. Сторожева Е.В., Хамутских Е.Ю. Теория и практика корпоративного управления / Е.В. Сторожева, Е.Ю. Хамутских. – Москва: Флинта, 2020. – 61 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=360961>

6.2.1. Периодические издания

1. Вопросы экономики. - Режим доступа: <http://www.vopreco.ru/rus/archive.html>
2. Мировая экономика и международные отношения. - Режим доступа: <http://www.imemo.ru/jour/meimo>
3. АПК: экономики, управление. - Режим доступа [http:// www.business-gazeta.ru](http://www.business-gazeta.ru)
4. Экономика сельского хозяйства России. - Режим доступа <http://www.vologda-agro.ru>
5. Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. Режим доступа www.eshpp.ru
6. Международный сельскохозяйственный журнал. - Режим доступа <http://mshj.ru/>

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа обучающихся заключается в инициативном поиске информации о наиболее актуальных проблемах, которые имеют большое практическое значение и являются предметом научных дискуссий в рамках изучаемой дисциплины.

Самостоятельная работа планируется в соответствии с календарными планами рабочей программы по дисциплине и в методическом единстве с тематикой учебных аудиторных занятий.

6.3.1. Методические указания по освоению дисциплины

1. УМК по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» – Режим доступа: <https://www.do.belgau.edu.ru> - (логин, пароль).

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций,

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
	подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (методика полевого опыта), решение задач по алгоритму и решение ситуационных задач. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме.
Самостоятельная работа	<p>Знакомство с электронной базой данных кафедры морфологии и физиологии, основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др. Решение ситуационных задач по своему индивидуальному варианту, в которых обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.</p> <p>Тестирование - система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.</p> <p>Контрольная работа - средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.</p>
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу, полученные навыки по решению ситуационных задач

6.3.2. Видеоматериалы

Каталог учебных видеоматериалов на официальном сайте ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ – Режим доступа:

<http://www.bsaa.edu.ru/InfResource/library/video/veterinary%20.php>

6.4. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы

Электронные ресурсы свободного доступа	
http://elibrary.ru/defaultx.asp	Всероссийский институт научной и технической информации
http://www2.viniti.ru	Научная электронная библиотека
http://www.fasi.gov.ru/	Федеральное агентство по науке и инновациям.
http://www.mcx.ru/	Министерство сельского хозяйства РФ
http://www.agro.ru/ne	Агропромышленный комплекс. Новости агротехники,

ws/main.aspx	агротехники, животноводства, растениеводства, переработки сельхозпродукции и т.д. Отраслевая доска объявлений. Календарь выставок. Блоги.
http://www.iqlib.ru/	Электронно - библиотечная система, образовательные и просветительские издания.
http://www.scirus.com/	Научная поисковая система Scirus, предназначенная для поиска научной информации в научных журналах, персональных страницах ученых, сайтов университетов на английском и русском языках.
http://www.scintific.narod.ru/	Научные поисковые системы: каталог научных ресурсов, ссылки на специализированные научные поисковые системы, электронные архивы, средства поиска статей и ссылок.
http://www.ras.ru/	Российская Академия наук: структура РАН; инновационная и научная деятельность; новости, объявления, пресса.
http://nature.web.ru/	Российская Научная Сеть: информационная система, нацеленная на доступ к научной, научно-популярной и образовательной информации.
http://www.extech.ru/library/spravo/grnti/	Государственный рубрикатор научно-технической информации (ГРНТИ) - универсальная классификационная система областей знаний по научно-технической информации в России и государствах СНГ.
http://www.cnsnb.ru/	Центральная научная сельскохозяйственная библиотека
http://www.agroportal.ru	АГРОПОРТАЛ. Информационно-поисковая система АПК.
http://www.rsl.ru	Российская государственная библиотека
http://www.edu.ru	Российское образование. Федеральный портал
http://n-t.ru/	Электронная библиотека «Наука и техника»: книги, статьи из журналов, биографии.
http://www.nauki-online.ru/	Науки, научные исследования и современные технологии
http://www.aonb.ru/iatp/guide/library.html	Полнотекстовые электронные библиотеки
Ресурсы ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ	
http://lib.belgau.edu.ru	Электронные ресурсы библиотеки ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ
http://ebs.rgazu.ru/	Электронно-библиотечная система (ЭБС) "AgriLib"
http://znanium.com/	ЭБС «ZNANIUM.COM»
http://e.lanbook.com/books/	Электронно-библиотечная система издательства «Лань»

http://www.garant.ru/	Информационное правовое обеспечение «Гарант» (для учебного процесса)
http://www.consultant.ru	СПС Консультант Плюс: Версия Проф
http://www2.viniti.ru/	Полнотекстовая база данных «Сельскохозяйственная библиотека знаний» - БД ВИНТИ РАН
http://window.edu.ru/catalog/	Информационная система «Единое окно доступа к информационным ресурсам»

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории

Виды помещений	Оборудование и технические средства обучения
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 102	Специализированная мебель для обучающихся на 50 посадочных мест. Рабочее место преподавателя: стол, стул, кафедра-трибуна напольная, доска меловая настенная. Набор демонстрационного оборудования: проектор EPSON, экран для проектора, 2 акустические колонки MicrolabSolo.
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации №201.	Специализированная мебель для обучающихся на 29 посадочных мест. Рабочее место преподавателя: стол, стул, кафедра-трибуна напольная, доска меловая настенная, комплект компьютерной техники (системный блок, монитор, клавиатура, мышь) с возможностью подключения к Интернету и обеспечением доступа в электронную ин-формационно-образовательную среду Белгородского ГАУ. Набор демонстрационного оборудования: проектор EPSON; настенный рулонный экран для проектора ScreenMedia; 2 акустические колонки MicrolabSolo. Информационные стенды (планшеты настенные): - Основные факторы профессионализации управления; - Потребность в профессиональном управлении; - Ключевые понятия управления; - Субъект и объект управления;

	- Содержание процесса управления; - Факторы обособления звена в системе управления; - Структура цели и методология ее развития; - Типология систем управления; - Причины кризиса и потребность в антикризисном управлении; - Антикризисное развитие; - Антикризисное управление: требования к системе, механизму и процессу управления.
Помещения для самостоятельной работы (читальные залы библиотеки)	Специализированная мебель; комплект компьютерной техники в сборе (системный блок: Asus P4BGL-MX\Intel Celeron, 1715 MHz\256 Мб PC2700 DDR SDRAM\ST320014A (20 Гб, 5400 RPM, Ultra-ATA/100)\ NEC CD-ROM CD-3002A\Intel(R) 82845G/GL/GE/PE/GV Graphics Controller, монитор: Proview 777(N) / 786(N) [17" CRT], клавиатура, мышь.); Foxconn G31MVP/G31MXP\DualCoreIntelPentium E2200\1 Гб DDR2-800 DDR2 SDRAM\MAXTOR STM3160215A (160 Гб, 7200 RPM, Ultra-ATA/100)\Optiarc DVD RW AD-7243S\Intel GMA 3100 монитор: acer v193w [19"], клавиатура, мышь.) с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечения доступа в электронную информационно-образовательную среду Белгородского ГАУ; настенный плазменный телевизор SAMSUNG PS50C450B1 Black HD (диагональ 127 см); аудио-видео кабель HDMI
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Специализированная мебель: 3 стола, 2 полумягких стула, 3 тумбочки, 2 книжных шкафа, 1 шкаф платяной двухстворчатый, 1 сейф. Рабочее место лаборанта: компьютер (системный блок, монитор клавиатура мышь), МФУ BROTHER (принтер, сканер, ксерокс).

7.2. Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

Виды помещений	Оборудование
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 102	– MS Windows WinStrtr 7 Acdmc Legalization RUS OPL NL. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно. – MS Office Std 2010 RUS OPL NL Acdmc. Договор №180 от 12.02.2011. - Срок действия лицензии – бессрочно. Anti-virus Kaspersky Endpoint Security для бизнеса (Сублицензионный договор №149 от 11.12.2021) - 522 лицензия. Срок

	действия лицензии 1 год.
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации №201.	- MS Windows WinStrtr 7 Acdmc Legalization RUS OPL NL. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно; - MS Office Std 2010 RUS OPL NL Acdmc. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно; - Kaspersky Endpoint Security (Договор №963/2021 от 23.12.2021. Срок действия до 28.12.2022)
Помещения для самостоятельной работы (читальные залы библиотеки)	Microsoft Imagine Premium Electronic Software Delivery. Сублицензионный договор №937/18 на передачу неисключительных прав от 16.11.2018. Срок действия лицензии- бессрочно. MSOfficeStd 2010 RUSOPLNLAc-dmc. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно. –Anti-virus Kaspersry Endpoint Security для бизнеса (Сублицензионный договор №149 от 11.12.2021) - 522 лицензия. Срок действия лицензии 1 год. Информационно правовое обес-печение "Гарант" (для учебного про-цесса). Договор №ЭПС-12-119 от 01.09.2012. Срок действия - бессрочно. СПС КонсультантПлюс: Версия Проф. Консультант Финансист. Кон-сультантПлюс: Консультации для бюджетных организаций. Договор от 01.01.2017. Срок действия - бессрочно. RHVoice-v0.4-a2 синтезатор речи Программа Balabolka (portable) для чтения вслух текстовых файлов. Программа экранного доступа NDVA
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	MS Windows WinStrtr 7 Acdmc Legalization RUS OPL NL. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно; MS Office Std 2010 RUS OPL NL Acdmc. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно; Anti-virus Kaspersry Endpoint Security для бизнеса (Сублицензионный договор №149 от 11.12.2021) - 522 лицензия. Срок действия лицензии 1 год.

7.3. Электронные библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда

– ЭБС «ZNANIUM.COM», договор на оказание услуг № 5547эбс/118 с Обществом с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ» от 10.12.2021;

- ЭБС «AgriLib», лицензионный договор №ПДД 3/15 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе ФГБОУ ВПО РГАЗУ от 15.01.2015;
- ЭБС «Лань», договор №74 с Обществом с ограниченной ответственностью «Издательство Лань» от 08.10.2021;
- ЭБС «Руконт», договор №ДС-284 от 15.01.2016 с открытым акционерным обществом «ЦКБ»БИБКОМ», с обществом с ограниченной ответственностью «Агентство «Книга-Сервис».

VIII. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае обучения в университете инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются особенности психофизического развития, индивидуальные возможности и состояние здоровья таких обучающихся.

Образование обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий). На аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и (или) тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению университетом обеспечивается выпуск и использование на учебных занятиях альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или

аудиофайлы) а также обеспечивает обучающихся надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата материально-технические условия университета обеспечивают возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, а также пребывания в них (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов; наличие специальных кресел и других приспособлений). На аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации лицам с ограниченными возможностями здоровья, имеющим нарушения опорно-двигательного аппарата могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени В.Я.ГОРИНА»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения промежуточной аттестации обучающихся**

по дисциплине Менеджмент и маркетинг

Направление подготовки/специальность: 44.03.04 Профессиональное
обучение (по отраслям)

Направленность (профиль): Экономика и управление

Квалификация: Бакалавр

Год начала подготовки: 2022

Майский, 2022

1.Перечень компетенций, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код контролируемой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Наименование модулей и (или) разделов дисциплины	Наименование оценочного средства	
						Текущий контроль	Промежуточная аттестация
ПК-4	Способен выполнять деятельность и (или) демонстрировать элементы осваиваемой обучающимися деятельности, предусмотренной программой учебного предмета, курса, дисциплины (модуля), практики	ПК-4.1. Демонстрирует специальные научные знания в т.ч. в предметной области (по отраслям), знает особенности организации труда, современные производственные технологии, производственное оборудование и правила его эксплуатации; требования охраны труда при	Первый этап (пороговой уровень)	Знать: характерные черты современного менеджмента и маркетинга в условиях развитой рыночной экономики, особенности организации труда, современные производственные технологии, производственное оборудование и правила его эксплуатации; требования охраны труда	Модуль 1. «Основы современного менеджмента»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи

		выполнении профессиональной деятельности (по отраслям)		при выполнении профессиональной деятельности (по отраслям).			
					Модуль 2. «Основы современного маркетинга»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи
			Второй этап (продвинутый уровень)	Уметь: выполнять элементы деятельности менеджера и маркетолога, выполнять ситуационные задания в сфере управления и анализа рынка, осуществлять выполнение трудовых операций, приемов, действий профессиональной деятельности в области	Модуль 1. «Основы современного менеджмента»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи
					Модуль 2. «Основы современного маркетинга»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи

				современного менеджмента и маркетинга.			
			Третий этап (высокий уровень)	Владеть: базовыми навыками научного исследования в области современного менеджмента и маркетинга.	Модуль 1. Основы современного менеджмента»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи
					Модуль 2. Основы современного маркетинга»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи
		ПК-4.2. Умеет выполнять деятельность и (или) демонстрировать элементы деятельности, осваиваемой обучающимися, и (или) выполнять задания, предусмотренные программой учебного предмета, курса, дисциплины (модуля), практики	Первый этап (пороговой уровень)	Знать: основные способы решения ситуационных проблем в сфере менеджмента и маркетинга.	Модуль 1. «Основы современного менеджмента»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи

					Модуль 2. «Основы современного маркетинга»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи
			Второй этап (продвинутый уровень)	Уметь: выполнять деятельность по руководству коллективом и анализу современного рынка.	Модуль 1. «Основы современного менеджмента»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи
					Модуль 2. «Основы современного маркетинга»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи
			Третий этап (высокий уровень)	Владеть: базовыми навыками в области управления коллективом и рынком.	Модуль 1. Основы современного менеджмента»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи
					Модуль 2. Основы современного маркетинга»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи
		ПК-4.3. Осуществляет выполнение трудовых операций, приемов, действий профессиональ	Первый этап (пороговой уровень)	Знать: знает основные маркетинговые стратегии и принципы современного	Модуль 1. «Основы современного менеджмента»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи

		ной деятельности, предусмотренной программой учебного предмета, курса, дисциплины (модуля), практики		менеджмента.			
					Модуль 2. «Основы современного маркетинга»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи
			Второй этап (продвинутый уровень)	Уметь: осуществлять операции по планированию, организации и контролю за деятельностью коллектива и созданию службы маркетинга на предприятии.	Модуль 1. «Основы современного менеджмента»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи
					Модуль 2. «Основы современного маркетинга»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи
			Третий этап (высокий уровень)	Владеть: навыками в области реализации	Модуль 1. Основы современного менеджмента»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи

				маркетинговых стратегий и принципов менеджмента на практике.			
					Модуль 2. Основы современного маркетинга»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи
		ПК-4.4. Владеет методами научного исследования в предметной области (по отрасли)	Первый этап (пороговой уровень)	Знать: знает основные методы научного исследования рынка и коллектива организации. уметь: осуществлять исследовательскую деятельность нужд, потребностей, запросов потребителей и коллектива.	Модуль 1. «Основы современного менеджмента»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи
					Модуль 2. «Основы современного маркетинга»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи
			Второй этап (продвинутый)	Уметь: осуществлять	Модуль 1. «Основы современного менеджмента»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные

			уровень)	исследовательскую деятельность нужд, потребностей, запросов потребителей и коллектива.			задачи
					Модуль 2. «Основы современного маркетинга»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи
			Третий этап (высокий уровень)	Владеть: методами научного исследования в области современного управления и анализа рынка.	Модуль 1. Основы современного менеджмента»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи
					Модуль 2. «Основы современного маркетинга»	Устный опрос	Тестирование, ситуационные задачи

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

Компетенция	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с индикаторами достижения компетенции (показатели достижения заданного уровня компетенции)	Этапы (уровни) и критерии оценивания результатов обучения, шкалы оценивания			
		Компетентность не сформирована	Пороговый уровень компетентности	Продвинутый уровень компетентности	Высокий уровень
		<i>не зачтено</i>	<i>зачтено</i>	<i>зачтено</i>	<i>зачтено</i>
ПК-4 Способен выполнять деятельность и (или) демонстрировать элементы осваиваемой обучающимися деятельностью, предусмотренной программой учебного предмета, курса, дисциплины (модуля), практики	ПК-4.1. Демонстрирует специальные научные знания в т.ч. в предметной области (по отраслям), знает особенности организации труда, современные производственные технологии, производственное оборудование и правила его эксплуатации; требования охраны труда при выполнении профессиональной деятельности (по отраслям)	<i>Не способен</i> выполнять деятельность и (или) демонстрировать элементы осваиваемой обучающимися деятельностью, предусмотренной программой учебного предмета, курса, дисциплины (модуля), практики	<i>Частично способен</i> выполнять деятельность и (или) демонстрировать элементы осваиваемой обучающимися деятельностью, предусмотренной программой учебного предмета, курса, дисциплины (модуля), практики	<i>Владеет способностью</i> выполнять деятельность и (или) демонстрировать элементы осваиваемой обучающимися деятельностью, предусмотренно й программой учебного предмета, курса, дисциплины (модуля), практики	<i>Свободно владеет способностью</i> выполнять деятельность и (или) демонстрировать элементы осваиваемой обучающимися деятельностью, предусмотренной программой учебного предмета, курса, дисциплины (модуля), практики
	Знать: характерные черты современного	Допускает грубые ошибки при описании	Может описать характерные черты	Знает основы современного	Знает и может изложить основы

	<p>менеджмента и маркетинга в условиях развитой рыночной экономики, особенности организации труда, современные производственные технологии, производственное оборудование и правила его эксплуатации; требования охраны труда при выполнении профессиональной деятельности (по отраслям).</p>	<p>характерных черт современного менеджмента и маркетинга в условиях развитой рыночной экономики, особенностей организации труда, современных производственных технологий, производственного оборудования и правил его эксплуатации; требований охраны труда при выполнении профессиональной деятельности (по отраслям).</p>	<p>современного менеджмента и маркетинга в условиях развитой рыночной экономики, особенности организации труда, современных производственных технологий, производственного оборудования и правил его эксплуатации; требования охраны труда при выполнении профессиональной деятельности (по отраслям).</p>	<p>менеджмента и маркетинга в условиях развитой рыночной экономики, особенности организации труда, современных производственных технологий, производственного оборудования и правил его эксплуатации; требования охраны труда при выполнении профессиональной деятельности (по отраслям).</p>	<p>современного менеджмента и маркетинга в условиях развитой рыночной экономики, особенности организации труда, современных производственных технологий, производственного оборудования и правил его эксплуатации; требования охраны труда при выполнении профессиональной деятельности (по отраслям).</p>
	<p>Уметь: выполнять элементы деятельности менеджера и маркетолога, выполнять ситуационные задания в сфере управления и анализа рынка, осуществлять выполнение трудовых</p>	<p>Не умеет выполнять элементы деятельности менеджера и маркетолога, выполнять ситуационные задания в сфере управления и анализа рынка,</p>	<p>Частично способен выполнять элементы деятельности менеджера и маркетолога, выполнять ситуационные задания в сфере</p>	<p>Способен выполнять элементы деятельности менеджера и маркетолога, выполнять ситуационные задания в сфере</p>	<p>Способен самостоятельно выполнять элементы деятельности менеджера и маркетолога, выполнять ситуационные</p>

	операций, приемов, действий профессиональной деятельности в области современного менеджмента и маркетинга.	осуществлять выполнение трудовых операций, приемов, действий профессиональной деятельности в области современного менеджмента и маркетинга.	управления и анализа рынка, осуществлять выполнение трудовых операций, приемов, действий профессиональной деятельности в области современного менеджмента и маркетинга.	управления и анализа рынка, осуществлять выполнение трудовых операций, приемов, действий профессиональной деятельности в области современного менеджмента и маркетинга.	задания в сфере управления и анализа рынка, осуществлять выполнение трудовых операций, приемов, действий профессиональной деятельности в области современного менеджмента и маркетинга.
	Владеть: базовыми навыками научного исследования в области современного менеджмента и маркетинга.	Не владеет базовыми навыками научного исследования в области современного менеджмента и маркетинга.	Частично владеет базовыми навыками научного исследования в области современного менеджмента и маркетинга.	Владеет базовыми навыками научного исследования в области современного менеджмента и маркетинга.	Свободно владеет базовыми навыками научного исследования в области современного менеджмента и маркетинга.
	ПК-4.2. Умеет выполнять деятельность и (или) демонстрировать элементы деятельности, осваиваемой обучающимися, и (или) выполнять задания, предусмотренные программой учебного				

	предмета, курса, дисциплины (модуля), практики				
	знать: знает основные способы решения ситуационных проблем в сфере менеджмента и маркетинга.	Допускает грубые ошибки в выборе способов решения ситуационных проблем в сфере менеджмента и маркетинга	Может описать способы решения ситуационных проблем в сфере менеджмента и маркетинга	Знает способы решения ситуационных проблем в сфере менеджмента и маркетинга	Знает и может изложить способы решения ситуационных проблем в сфере менеджмента и маркетинга
	уметь: выполнять деятельность по руководству коллективом и анализу современного рынка.	Не умеет выполнять деятельность по руководству коллективом и анализу современного рынка	Частично способен выполнять деятельность по руководству коллективом и анализу современного рынка	Способен выполнять деятельность по руководству коллективом и анализу современного рынка	Способен самостоятельно выполнять деятельность по руководству коллективом и анализу современного рынка
	владеть: базовыми навыками в области управления коллективом и рынком.	Не владеет базовыми навыками в области управления коллективом и рынком	Частично владеет базовыми навыками в области управления коллективом и рынком	Владеет базовыми навыками в области управления коллективом и рынком	Свободно владеет базовыми навыками в области управления коллективом и рынком
	ПК-4.3. Осуществляет выполнение трудовых операций, приемов, действий профессиональной деятельности,				

	предусмотренной программой учебного предмета, курса, дисциплины (модуля), практики				
	знать: знает основные маркетинговые стратегии и принципы современного менеджмента.	Допускает грубые ошибки в изложении основных маркетинговых стратегий и принципов современного менеджмента	Может описать основные маркетинговые стратегии и принципы современного менеджмента	Знает основные маркетинговые стратегии и принципы современного менеджмента	Знает и может изложить основные маркетинговые стратегии и принципы современного менеджмента
	уметь: осуществлять операции по планированию, организации и контролю за деятельностью коллектива и созданию службы маркетинга на предприятии.	Не умеет выполнять операции по планированию, организации и контролю за деятельностью коллектива и созданию службы маркетинга на предприятии	Частично способен выполнять элементы деятельности по планированию, организации и контролю за деятельностью коллектива и созданию службы маркетинга на предприятии	Способен выполнять элементы деятельности по планированию, организации и контролю за деятельностью коллектива и созданию службы маркетинга на предприятии	Способен самостоятельно выполнять элементы деятельности по планированию, организации и контролю за деятельностью коллектива и созданию службы маркетинга на предприятии
	владеть: навыками в области реализации маркетинговых стратегий и принципов менеджмента на	Не владеет базовыми навыками в области реализации маркетинговых стратегий и	Частично владеет базовыми навыками в области реализации маркетинговых	Владеет базовыми навыками в области реализации	Свободно владеет базовыми навыками в области реализации

	практике.	принципов менеджмента на практике	стратегий и принципов менеджмента на практике	маркетинговых стратегий и принципов менеджмента на практике	маркетинговых стратегий и принципов менеджмента на практике
	ПК-4.4. Владеет методами научного исследования в предметной области (по отрасли)				
	знать: знает основные методы научного исследования рынка и коллектива организации.	Допускает грубые ошибки при изложении основных методов научного исследования рынка и коллектива организации	Может описать основные методы научного исследования рынка и коллектива организации	Знает основные методы научного исследования рынка и коллектива организации	Знает и может изложить основные методы научного исследования рынка и коллектива организации
	уметь: осуществлять исследовательскую деятельность нужд, потребностей, запросов потребителей и коллектива.	Не умеет выполнять элементы исследовательской деятельности нужд, потребностей, запросов потребителей и коллектива.	Частично способен выполнять элементы исследовательской деятельности нужд, потребностей, запросов потребителей и коллектива.	Способен выполнять элементы исследовательской деятельности нужд, потребностей, запросов потребителей и коллектива.	Способен самостоятельно выполнять элементы исследовательской деятельности нужд, потребностей, запросов потребителей и коллектива.
	владеть: методами научного исследования в области современного управления и анализа	Не владеет базовыми методами научного исследования в области современного	Частично владеет базовыми методами научного исследования в	Владеет базовыми методами научного	Свободно владеет базовыми методами научного

	рынка.	управления и анализа рынка.	области современного управления и анализа рынка.	исследования в области современного управления и анализа рынка.	исследования в области современного управления и анализа рынка.
--	--------	--------------------------------	---	---	---

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

Первый этап (пороговой уровень)

ЗНАТЬ (помнить и понимать): студент помнит, понимает и может продемонстрировать широкий спектр фактических, концептуальных, процедурных знаний.

Знать:

- характерные черты современного менеджмента и маркетинга в условиях развитой рыночной экономики,
- особенности организации труда, современные производственные технологии, производственное оборудование и правила его эксплуатации;
- требования охраны труда при выполнении профессиональной деятельности (по отраслям).
- основные способы решения ситуационных проблем в сфере менеджмента и маркетинга.
- основные маркетинговые стратегии и принципы современного менеджмента.
- методами научного исследования в области современного управления и анализа рынка.

Контрольные задания для устного опроса:

1. Какие стратегии выделяет матрица Ансоффа?
2. В чем состоит сущность стратегии «разработка рынка»?
3. Каково назначение стратегии «расширение рынка»?
4. Какова сущность стратегии «развитие товара»?
5. В чем заключается сущность стратегии «диверсификации»?
6. Назовите основные типы диверсификации
7. Назовите пять сил конкуренции согласно Портеру.
8. В чем основное назначение барьера вхождения?
9. О чем свидетельствует кривая опыта?
10. От чего может увеличиться высота барьера?
11. Что является существенной угрозой для товаров отрасли?
12. На что оказывает влияние рыночная власть поставщиков?
13. Что оказывает существенное влияние на рыночную власть покупателей?
14. Опишите основные средства конкурентной борьбы.
15. К чему приводит рост отрасли?
16. В каком виде представляется модель стратегии Портера для работы в отрасли?
17. В чем заключается сущность дифференцирования?

18. Каковы основные преимущества и недостатки стратегии дифференцирования?
19. Что вкладывается в понятие стратегия лидерства по издержкам?
20. Выделите основные преимущества и недостатки стратегии лидерства по издержкам?
21. Для чего используется матричная модель Бостонской консалтинговой группы?
22. Назовите основные бизнес единицы продвижения товаров на рынок?
23. В чем заключается содержание бизнес-портфеля?
24. Для чего используется матричная модель «Дженерал Электрик»?
25. В чем заключается сущность модели Ханса Виссема?
26. Охарактеризуйте стадии Ханса Виссема.
27. На какие вопросы дает ответ анализ внешней среды?
28. Какие составляющие выделяет анализ макроокружения?
29. Выделите основные компоненты анализа непосредственного окружения организации?
30. Охарактеризуйте анализ внутренней среды.
31. Назовите сильные и слабые стороны организации в анализе.
32. В чем заключается сущность PEST-анализа?
33. Дайте расшифровку аббревиатуре PEST-анализа.
34. Какова сущность SWOT-анализа?
35. Дайте расшифровку аббревиатуре SWOT-анализа.
36. В чем основное назначение методологии SWOT-анализа?
37. Какова сущность SNW-анализа?
38. Каковы основные цели SNW-анализа?
39. Какова последовательность стратегического анализа издержек?
40. Что является ключевыми факторами издержек?
41. Назовите методы выявления ключевых факторов издержек?
42. Преимущество в издержках – это...
43. Каковы стадии анализа дифференцирования видов деятельности цепочки создания стоимостей?

Критерии оценивания контрольных заданий для устного опроса

«отлично»: ставится студенту за правильный, полный и глубокий ответ на вопросы семинарского занятия и активное участие в дискуссии; ответ студента на вопросы должен быть полным и развернутым, продемонстрировать отличное знание студентом материала лекций, учебника и дополнительной литературы;

«хорошо»: ставится студенту за правильный ответ на вопрос семинарского занятия и участие в дискуссии; ответ студента на вопрос должен быть полным и продемонстрировать достаточное знание студентом материала лекций, учебника и дополнительной литературы; допускается неполный ответ по одному из дополнительных вопросов;

«удовлетворительно»: ставится студенту за не совсем правильный или

не полный ответ на вопрос преподавателя, пассивное участие в работе на семинаре;

«неудовлетворительно»: ставится всем участникам семинарской группы или одному из них в случае ее (его, их) неготовности к ответу на семинаре.

Тестовые задания:

1. Менеджмент - это

1. наука управления аграрным предприятием
2. наука и искусство управления любым предприятием/организацией.
3. искусство руководство коллективом
4. разработка стратегии деятельности предприятия

2. Маркетинг - это

1. исследование отдельных рынков
2. целостная система организации производства и сбыта, ориентированная на возможно более полное удовлетворение потребностей конкретных групп потребителей
3. изучение сложных экономических конгломератов
4. стратегия диверсификации предприятия

3. Экономическая стратегия - это

1. денежная помощь, выделяемая из бюджетов всех уровней юридическому лицу или физическому лицу, имеющая целевой характер
2. финансирование развития отраслей материального производства
3. резервы для обслуживания государственного долга
4. план долгосрочного хозяйственного развития.

4. Основными целями аграрной политики являются:

1. повышение конкурентоспособности и качества сельскохозяйственной продукции
2. сохранение и воспроизводство используемых для нужд сельскохозяйственного производства природных ресурсов
3. обеспечение устойчивого развития сельских территорий, занятости сельского населения и повышения уровня жизни
4. все ответы верны

5. Главным органом управления агропромышленным комплексом является:

1. Президент РФ
2. Правительство РФ
3. Министерство сельского хозяйства РФ

4. Министерство природных ресурсов РФ

6. Аграрная политика - это:

1. совокупность мер, направленных на развитие аграрного сектора
2. продовольственная политика, касающаяся потребления продуктов питания и социальной поддержки населения
3. агропромышленная политика, связанная с переработкой сельхозпродукции, производством средств производства для сельского хозяйства
4. все ответы верны

7. Агропромышленный комплекс – это:

1. Совокупность отраслей, организационно и экономически объединенных единством целей и задач по решению продовольственной проблемы.
2. органы государственного управления, обеспечивающие сельское хозяйство техникой, химикатами и удобрениями
3. государственные органы управления земельными ресурсами
4. государственные предприятия, обеспечивающую продовольственную безопасность

8. Какой из перечисленных методов не относится к косвенным методам государственного регулирования цен?

1. налоговая политика
2. финансирование научно-исследовательских работ
3. государственные заказы частным компаниям
4. лимитирование цен на сельскохозяйственную продукцию

9. Продовольственная безопасность - это

1. такое состояние производства в стране, при котором обеспечивается процесс устойчивого развития экономики и социально - политическая стабильность общества
2. состояние экономики, при котором обеспечивается производство продуктов питания для создания страховых запасов
3. состояние субъектов хозяйствования, при котором созданы условия для их нормального функционирования.
4. постоянная способность государства и общества обеспечивать доступность продуктов питания для населения в количестве и качестве, необходимом для активной и здоровой жизни.

10. Главной задачей государственного заказа, как способа государственного регулирования экономики является:

1. формирование необходимых объемов продукции для удовлетворения государственных потребностей
2. привлечение к участию в выполнении госзаказа иностранных предприятий
3. размещение среди предприятий контрактов на поставку продукции

4. предоставление льгот предприятиям, которые выполняют госзаказ

11. Какие меры государственной поддержки сельского хозяйства в рамках правил ВТО считаются несвязанными?

1. меры «зеленой корзины»
2. меры «желтой корзины»
3. меры «голубой корзины»
4. меры «красной корзины»

12. Какие меры государственной поддержки сельского хозяйства относятся к «зеленой корзине» в рамках правил ВТО?

1. научные исследования
2. ценовая поддержка
3. субсидирование процентных ставок по кредитам
4. льготы на транспортировку

13. К трём основным сферам агропромышленного комплекса относят:

1. растениеводство, животноводство, машиностроение
2. земледелие, растениеводство, животноводство
3. сельское хозяйство, переработка и сбыт сельскохозяйственного сырья и продовольствия, отрасли промышленности производящие средства производства для сельского хозяйства
4. сельское хозяйство, машиностроение, переработка и сбыт сельскохозяйственного сырья и продовольствия.

14. Объектом аграрной политики выступают:

1. текущие процессы в аграрной экономике
2. система мероприятий в аграрной сфере
3. продовольственная система страны
4. все ответы верны.

15. Аграрная политика призвана, в первую очередь, решить два основных вопроса:

1. аграрный и технический
2. технологический и продовольственный
3. аграрный и продовольственный
4. продовольственный и технический.

16. К основным задачам аграрной политики относят:

1. отраслевые
2. инвестиционные
3. организационно-экономические
4. все ответы верны.

17. Научный менеджмент возник в

1. 1904 г.
2. 1907 г.
3. 1906 г.
4. 1911 г.

18. Одним из основных принципов менеджмента А. Файоля является

1. единоначалие
2. национализация земли
3. конфискация землевладения
4. персонификация.

19. Расширение спроса на продовольствие без общего роста доходов населения достигается путем:

1. увеличения производства продуктов питания
2. увеличения импорта продуктов питания
3. диверсификации доходов населения, введение прогрессивной шкалы налогообложения
4. совершенствования показателей контроля качества.

20. Каким международным специальным учреждением определяются стандарты нормального питания?

1. ВОЗ, FAO
2. ЕС, ОДКБ
3. ОЭСР
4. МВФ.

Критерии оценивания:

Тестовые задания оцениваются по шкале: 1 балл за правильный ответ, 0 баллов за неправильный ответ. Итоговая оценка по тесту формируется путем суммирования набранных баллов и отнесения их к общему количеству вопросов в задании. Помножив полученное значение на 100%, можно привести итоговую оценку к традиционной следующим образом:

Процент правильных ответов	Оценка
90 – 100%	<i>От 16 баллов и/или «отлично»</i>
70 – 89 %	<i>От 12 до 15 баллов и/или «хорошо»</i>
50 – 69 %	<i>От 9 до 11 баллов и/или «удовлетворительно»</i>
менее 50 %	<i>От 0 до 8 баллов и/или «неудовлетворительно»</i>

Второй этап (продвинутый уровень)

УМЕТЬ (применять, анализировать, оценивать, синтезировать): уметь использовать изученный материал в конкретных условиях и в новых ситуациях; решать ситуационные задачи

Уметь:

- выполнять элементы деятельности менеджера и маркетолога;
- выполнять ситуационные задания в сфере управления и анализа рынка;
- осуществлять выполнение трудовых операций, приемов, действий профессиональной деятельности в области современного менеджмента и маркетинга.
- выполнять деятельность по руководству коллективом и анализу современного рынка.
- осуществлять операции по планированию, организации и контролю за деятельностью коллектива и созданию службы маркетинга на предприятии.
- осуществлять исследовательскую деятельность нужд, потребностей, запросов потребителей и коллектива.

Примеры ситуационных задач:

1. Анализ структуры ассортимента, оценка уровня конкурентоспособности и совершенствование коммерческой деятельности предприятия пищевой промышленности.

2. Формирование рациональной структуры ассортимента на основе результатов изучения покупательских предпочтений и совершенствование договорной работы с поставщиками продовольственных товаров.

3. Расчет оптимальной структуры как итог эффективной работы по управлению ассортиментом и совершенствование коммерческой деятельности по продаже (закупке) продовольственных товаров в торговой организации.

4. Экспериментальное исследование потребительских свойств с целью оптимизации ассортимента и повышения уровня качества продовольственных товаров.

5. Разработка номенклатуры потребительских свойств для оценки уровня конкурентоспособности продовольственных товаров и организация их розничной продажи в торговой организации.

6. Управление качеством и ассортиментом на промышленном предприятии при производстве продовольственных товаров и сбытовая политика предприятия.

7. Оценка качественных показателей при производстве продовольственных товаров на промышленном предприятии и стимулирование их сбыта.

Критерии оценивания ситуационных задач:

«отлично»: студент обладает системными теоретическими знаниями (знает методику выполнения практических навыков, показания и противопоказания, возможные осложнения, нормативы и проч.), без ошибок самостоятельно демонстрирует выполнение практических умений;

«хорошо»: студент обладает теоретическими знаниями (знает методику выполнения практических навыков, показания и противопоказания, возможные осложнения, нормативы и проч.), самостоятельно демонстрирует выполнение практических умений, допуская некоторые неточности (малосущественные ошибки), которые самостоятельно обнаруживает и быстро исправляет;

«удовлетворительно»: студент обладает удовлетворительными теоретическими знаниями (знает основные положения методики выполнения практических навыков, показания и противопоказания, возможные осложнения, нормативы и проч.), демонстрирует выполнение практических умений, допуская некоторые ошибки, которые может исправить при коррекции их преподавателем;

«неудовлетворительно»: студент не обладает достаточным уровнем теоретических знаний (не знает методики выполнения практических навыков, показаний и противопоказаний, возможных осложнений, нормативы и проч.) и/или не может самостоятельно продемонстрировать практические умения или выполняет их, допуская грубые ошибки.

Тестовые задания:

21. Рынок, соответствующий положению, когда спрос превышает предложение – это:

1. рынок производителя;
2. рынок посредника;
3. рынок продавца;
4. рынок поставщика;
5. рынок покупателя.

22. К какой задаче маркетинга относится расширение сервисных услуг?

1. к оперативной задаче;
2. к стратегической задаче;
3. к тактической задаче;
4. к аналитико-оценочной задаче;
5. к исследовательской задаче.

23. К какой задаче маркетинга относится выход на новый рынок?

1. к оперативной задаче;

2. к стратегической задаче;
3. к исполнительской задаче;
4. к аналитико-оценочной задаче;
5. к тактической задаче.

24. Группы, которые проявляют интерес к предприятию или оказывают влияние на его способность достигать поставленных целей – это:

1. поставщики;
2. контактные аудитории;
3. конкуренты;
4. клиенты;
5. маркетинговые посредники.

25. Экономическая среда связана:

1. с удорожанием энергии;
2. с повышением образовательного уровня;
3. с ростом ассигнований на НИОКР;
4. с характером распределения доходов населения;
5. с регулированием коммерческой деятельности.

26. С помощью какого механического устройства экспонируются рекламные объявления с большой скоростью?

1. гальванометр;
2. диаскоп;
3. тахистоскоп;
4. айтрекер;
5. аудиметр.

27. Для функционирования маркетинговой информационной системы необходимы следующие ресурсы:

1. квалифицированный персонал, обладающий навыками сбора и обработки информации;
2. методические приемы работы с информацией;
3. офисное оборудование;
4. программное обеспечение;
5. все перечисленное.

28. Какую стратегию охвата рынка следует использовать при однородности товаров фирмы?

1. недифференцированный маркетинг;

2. дифференцированный маркетинг;
3. массовый маркетинг;
4. концентрированный маркетинг;
5. интегрированный маркетинг.

29. Какую стратегию охвата рынка обычно используют парикмахерские и салоны красоты?

1. концентрированный маркетинг;
2. недифференцированный маркетинг;
3. массовый маркетинг;
4. дифференцированный маркетинг;
5. интегрированный маркетинг.

30. Расширенный комплекс услуг позволяет использовать:

1. неценовую конкуренцию;
2. видовую конкуренцию;
3. скрытую ценовую конкуренцию;
4. функциональную конкуренцию;
5. открытую ценовую конкуренцию.

31. Научно-технический прогресс в аграрной сфере – это

1. увеличение объема выполненных работ с помощью машин и механизмов
2. систематическое совершенствование организации труда
3. внедрение новых пород сельскохозяйственных животных и новых сортов сельскохозяйственных культур
4. совершенствования организации и оплаты труда в сельскохозяйственных предприятиях

32. Какие продукты в большей степени подходят для прямого сбыта конечному потребителю:

1. яйца
2. лен
3. зерно
4. сахарная свекла

33. Какие перечисленные ниже факторы, как правило, снижают конкурентоспособность фирмы:

1. научно-технический прогресс
2. высококачественная продукция
3. цены на продукцию
4. однопродуктовое производство

34. К показателям безопасности продовольственного товара относят:

1. торговая марка
2. упаковка
3. отсутствие патогенных микроорганизмов
4. срок хранения

35. Кто является родоначальником классической школы менеджмента:

1. Ч. Бебидж;
2. М. Вебер;
3. Ф. Тейлор.

36. Первый учебник по управлению был написан английским предпринимателем М. Веберов в:

1. 1850;
2. 1790;
3. 1832;

37. Кто автор этих слов: «Управление – это искусство знать точно, что предстоит сделать и как это сделать самым дешевым и наилучшим способом»?

1. Ч. Бебидж;
2. М. Вебер;
3. Ф. Тейлор.

38. Какие бывают виды разделения труда менеджеров?

1. функциональное;
2. горизонтальное;
3. вертикальное;
4. прямое.

39. Сколько существует иерархических уровней менеджмента?

1. 5;
2. 3;
3. 9.

40. Кто относится к среднему уровню менеджеров?

1. заместители;
2. руководители подразделений;
3. руководители групп.

Критерии оценивания:

Тестовые задания оцениваются по шкале: 1 балл за правильный ответ, 0 баллов за неправильный ответ. Итоговая оценка по тесту формируется путем суммирования набранных баллов и отнесения их к общему количеству вопросов в задании. Помножив полученное значение на 100%, можно привести итоговую оценку к традиционной следующим образом:

Процент правильных ответов	Оценка
90 – 100%	<i>От 16 баллов и/или «отлично»</i>
70 – 89 %	<i>От 12 до 15 баллов и/или «хорошо»</i>
50 – 69 %	<i>От 9 до 11 баллов и/или «удовлетворительно»</i>
менее 50 %	<i>От 0 до 8 баллов и/или «неудовлетворительно»</i>

Третий этап (высокий уровень)

ВЛАДЕТЬ наиболее общими, универсальными методами действий, познавательными, творческими, социально-личностными навыками.

Владеть:

- базовыми навыками научного исследования в области современного менеджмента и маркетинга.
- базовыми навыками в области управления коллективом и рынком.
- навыками в области реализации маркетинговых стратегий и принципов менеджмента на практике.
- методами научного исследования в области современного управления и анализа рынка.

Примеры ситуационных задач:

1. Дайте понятие продуктово-маркетинговой стратегии в АПК РФ.
2. Назовите модель жизненного цикла продукта в АПК РФ.
3. Опишите жизненные фазы цикла продукта в АПК РФ.
4. Торговая марка продукта в АПК РФ.
5. Что входит в имидж продукта в АПК РФ?
6. Что такое маркетинг услуг в АПК РФ?
7. Каковы этапы разработки маркетинговой стратегии в АПК РФ?
8. Что такое SWOT-анализ по продукту в АПК РФ?
9. Что такое SNW- анализ по продукту в АПК РФ?
10. Какова роль анализа конкурентов в АПК РФ ?
11. В чем суть базовых конкурентных стратегий?
12. Какие основные виды функциональных стратегий целесообразно разрабатывать для предприятия?
13. Раскройте содержание и познание финансовой стратегии предприятия.

Критерии оценивания ситуационных задач:

«отлично»: студент обладает системными теоретическими знаниями (знает методику выполнения практических навыков, показания и противопоказания, возможные осложнения, нормативы и проч.), без ошибок самостоятельно демонстрирует выполнение практических умений;

«хорошо»: студент обладает теоретическими знаниями (знает методику выполнения практических навыков, показания и противопоказания, возможные осложнения, нормативы и проч.), самостоятельно демонстрирует выполнение практических умений, допуская некоторые неточности (малосущественные ошибки), которые самостоятельно обнаруживает и быстро исправляет;

«удовлетворительно»: студент обладает удовлетворительными теоретическими знаниями (знает основные положения методики выполнения практических навыков, показания и противопоказания, возможные осложнения, нормативы и проч.), демонстрирует выполнение практических умений, допуская некоторые ошибки, которые может исправить при коррекции их преподавателем;

«неудовлетворительно»: студент не обладает достаточным уровнем теоретических знаний (не знает методики выполнения практических навыков, показаний и противопоказаний, возможных осложнений, нормативы и проч.) и/или не может самостоятельно продемонстрировать практические умения или выполняет их, допуская грубые ошибки.

Тестовые задания:

41. Основной показатель социальной эффективности АПК.

1. Снижение заболеваемости работников АПК
2. Снижение производственного травматизма в сфере АПК
3. Безопасность аграрного труда
4. Повышение занятости сельского населения

42. Какие из перечисленных мер не относятся к прямым методам регулирования?

1. Товарные и закупочные интервенции на рынках сельхозпродукции
2. Дотации и компенсации на сельхозпродукцию
3. Интервенционные закупочные цены
4. Субсидии на отдельные продукты питания

43. Конечный продукт АПК – это:

1. продукция сельского хозяйства, непосредственно поступающая населению
2. предметы потребления из сельскохозяйственного сырья
3. сельскохозяйственная продукция и предметы ее переработки
4. все ответы верны

44. Кто является источником идей для создания нового продукта?

1. ученые;
2. потребители;
3. рекламные агентства;
4. отраслевые издания;
5. все перечисленное.

45. Жизненный цикл товара – это:

1. интервал времени от момента приобретения до момента утилизации, прекращения существования товара;
2. интервал времени, в котором спрос на товар проходит все возможные фазы и возвращается к исходной точке;
3. совокупность фаз внедрения товара на рынок, роста продаж, зрелости товара и спада продаж;
4. процесс развития продаж товара и получение прибыли;
5. интервал времени, который начинается с разработки нового товара и заканчивается прекращением его производства.

46. Какой вид цены основан на разделении рынка на определенные группы покупателей?

1. цена на изделие, уже снятое с производства;
2. цена, устанавливаемая ниже, чем у большинства фирм на рынке;
3. цена потребительского сегмента рынка;
4. эластичная (гибкая) цена;
5. преимущественная цена.

47. В чем преимущество использования агентов и брокеров?

1. активно применяют достижения науки и техники;
2. повышают качество товара;
3. получают прибыль от реализации товара;
4. используют подготовленный торговый персонал;
5. принимают право собственности на товар и отвечают за него.

48. Метод, в котором бюджет устанавливается на основании того, что предприятие хочет добиться с помощью маркетинговых коммуникаций, это:

1. метод конкурентного паритета;
2. метод расчета на основании целей и задач;
3. метод расчета в процентах к сумме продаж;
4. метод исчисления от наличных денежных средств;
5. метод экспертных оценок.

49. К какому критерию классификации относится престижная реклама?

1. характер воздействия на аудиторию;
2. предмет рекламной коммуникации;
3. способ воздействия;
4. тип целевой аудитории;
5. цель рекламной кампании товара в увязке с его жизненным циклом.

50. На кого не могут быть направлены мероприятия по стимулированию сбыта?

1. на посредников;
2. на потребителей;
3. на поставщиков;
4. на продавцов;
5. на общественность.

51. Какой метод связей с общественностью является новым и оперативным?

1. выставка;
2. фотопродукция;
3. интернет-ресурс;
4. отношения со средствами массовой информации;
5. печатные материалы.

52. Личная продажа – это:

1. использование многообразных средств стимулирующего воздействия, призванных ускорить или усилить ответную реакцию рынка;
2. налаживание отношений между предприятием и различными контактными аудиториями посредством создания выгодной для предприятия репутации, положительного имиджа;
3. представление товара одному или нескольким потенциальным клиентам, осуществляемое в процессе непосредственного общения, и имеющее целью продажу и установление длительных взаимоотношений с данными клиентами;
4. коммуникация с аудиторией посредством неличных оплачиваемых каналов; аудитория четко представляет источник послания как организацию, оплатившую средства распространения рекламы;
5. интерактивная система маркетинга, предусматривающая непосредственный контакт с каждым покупателем, который реализуется в форме индивидуализированного диалога для получения немедленной обратной реакции.

53. Причина популярности прямого маркетинга:

1. возможность получения информации из различных баз данных;
2. дефицит времени у потребителей для совершения покупок;
3. возможность оплаты кредитными карточками;
4. повышение квалификации торгового персонала и, как следствие, повышение качества индивидуального обслуживания покупателей;
5. все перечисленное.

54. Экономическая доступность продуктов питания это

1. возможность населения покупать продукты питания по льготным ценам
2. возможность населения покупать продукты питания по рыночным ценам
3. возможность населения покупать продукты питания в соответствии с физиологическими нормами
4. возможность населения покупать продукты питания в соответствии с физиологическими нормами при данных ценах и уровне доходов

55. Назовите психологические методы управления:

1. метод профессионального отбора;
2. метод социального нормирования;
3. метод гуманизации труда.

56. Какие приемы используются при психологических методах управления?

1. интервью;
2. беседы;
3. тесты;
4. наблюдения.

57. Назовите социальные методы управления:

1. метод профессионального отбора;
2. метод социального нормирования;
3. метод гуманизации труда

58. Функция организации базируется на таких категориях:

1. Полномочие, ответственность, стимулирование, делегирование.
2. Полномочие, ответственность.
3. Полномочие, ответственность, делегирование.

59. Полномочия – это:

1. Возложена на должностное лицо обязанность выполнять поставленные задания и обеспечивать их позитивное решение.
2. Ограниченное право использовать ресурсы предупреждения и направлять усилия подчиненных на выполнения задания.
3. Передача заданий и полномочий лицу, что берет на себя ответственность за их выполнение.

60. Ответственность – это:

1. Возложенная на должностное лицо обязанность выполнить поставленные задачи, обеспечить их позитивное решение.
2. Ограничения права использовать ресурсы предприятия и направлять усилия подчиненных на выполнение задания.
3. Передача заданий и полномочий лицу, что берет на себя ответственность за их выполнение.

61. Делегирование – это:

1. Возложенная на должностное лицо обязанность выполнить поставленные задачи, обеспечить их позитивное решение.
2. Ограничения права использовать ресурсы предприятия и направлять усилия подчиненных на выполнение задания.
3. Передача заданий и полномочий лицу, что берет на себя ответственность за их выполнение.

Критерии оценивания:

Тестовые задания оцениваются по шкале: 1 балл за правильный ответ, 0 баллов за неправильный ответ. Итоговая оценка по тесту формируется путем суммирования набранных баллов и отнесения их к общему количеству вопросов в задании. Помножив полученное значение на 100%, можно привести итоговую оценку к традиционной следующим образом:

Процент правильных ответов	Оценка
90 – 100%	<i>От 16 баллов и/или «отлично»</i>
70 – 89 %	<i>От 12 до 15 баллов и/или «хорошо»</i>
50 – 69 %	<i>От 9 до 11 баллов и/или «удовлетворительно»</i>
менее 50 %	<i>От 0 до 8 баллов и/или «неудовлетворительно»</i>

Вопросы для итогового тестирования:

1. Менеджмент - это

1. наука управления аграрным предприятием
2. наука и искусство управления любым предприятием/организацией.

3. искусство руководство коллективом
4. разработка стратегии деятельности предприятия

2. Маркетинг - это

1. исследование отдельных рынков
2. целостная система организации производства и сбыта, ориентированная на возможно более полное удовлетворение потребностей конкретных групп потребителей
3. изучение сложных экономических конгломератов
4. стратегия диверсификации предприятия

3. Экономическая стратегия - это

1. денежная помощь, выделяемая из бюджетов всех уровней юридическому лицу или физическому лицу, имеющая целевой характер
2. финансирование развития отраслей материального производства
3. резервы для обслуживания государственного долга
4. план долгосрочного хозяйственного развития.

4. Основными целями аграрной политики являются:

1. повышение конкурентоспособности и качества сельскохозяйственной продукции
2. сохранение и воспроизводство используемых для нужд сельскохозяйственного производства природных ресурсов
3. обеспечение устойчивого развития сельских территорий, занятости сельского населения и повышения уровня жизни
4. все ответы верны

5. Полномочия – это:

1. Возложена на должностное лицо обязанность выполнять поставленные задания и обеспечивать их позитивное решение.
2. Ограниченное право использовать ресурсы предупреждения и направлять усилия подчиненных на выполнения задания.
3. Передача заданий и полномочий лицу, что берет на себя ответственность за их выполнение.

6. Ответственность – это:

1. Возложенная на должностное лицо обязанность выполнить поставленные задачи, обеспечить их позитивное решение.
2. Ограничения права использовать ресурсы предприятия и направлять усилия подчиненных на выполнение задания.
3. Передача заданий и полномочий лицу, что берет на себя ответственность за их выполнение.

7. Делегирование – это:

1. Возложенная на должностное лицо обязанность выполнить поставленные задачи, обеспечить их позитивное решение.

2. Ограничения права использовать ресурсы предприятия и направлять усилия подчиненных на выполнение задания.

3. Передача заданий и полномочий лицу, что берет на себя ответственность за их выполнение.

8. Управленческое решение это:

1. Формы влияния на исполнителей.

2. Организационный инструмент в руках работников управления.

3. Творческая деятельность по анализу проблемной ситуации, выбор средств от разрешения.

4. Разрешение.

9. Какие качества должны быть присущи менеджеру?

1. Знание по специальности.

2. Практичность ума.

3. Спонсорство.

4. Любовь к чтению художественной литературы.

10. Что Вы понимаете под словом «группа».

1. Количество людей, едущих в одном автобусе.

2. Личности, имеющие одинаковые наклонности к какому-то процессу.

3. Две и больше личности, что взаимодействуют одна с одной.

4. Четко определенное количество людей.

11. Кто такой формальный лидер:

1. Один из членов группы, что владеет силой личного влияния на других.

2. Руководитель коллектива, который пользуется данной ему служебной властью.

3. Целеустремленный менеджер.

4. Главный специалист.

12. Группы работников делят на такие категории:

1. Формальные и неформальные.

2. Простые и сложные.

3. Открытые и закрытые.

13. Кто является родоначальником классической школы менеджмента:

1. Ч. Бебидж;

2. М. Вебер;

3. Ф. Тейлор.

14. Первый учебник по управлению был написан английским предпринимателем М. Вебером в:

1. 1850;
2. 1790;
3. 1832;

15. Кто автор этих слов: «Управление – это искусство знать точно, что предстоит сделать и как это сделать самым дешевым и наилучшим способом»?

1. Ч. Бебидж;
2. М. Вебер;
3. Ф. Тейлор.

16. Какие бывают виды разделения труда менеджеров?

1. функциональное;
2. горизонтальное;
3. вертикальное;
4. прямое.

17. Сколько существует иерархических уровней менеджмента?

1. 5;
2. 3;
3. 9.

18. Кто относится к среднему уровню менеджеров?

1. заместители;
2. руководители подразделений;
3. руководители групп.

19. Метод, в котором бюджет устанавливается на основании того, что предприятие хочет добиться с помощью маркетинговых коммуникаций, это:

1. метод конкурентного паритета;
2. метод расчета на основании целей и задач;
3. метод расчета в процентах к сумме продаж;
4. метод исчисления от наличных денежных средств;
5. метод экспертных оценок.

20. К какому критерию классификации относится престижная реклама?

1. характер воздействия на аудиторию;
2. предмет рекламной коммуникации;
3. способ воздействия;

4. тип целевой аудитории;
5. цель рекламной кампании товара в увязке с его жизненным циклом.

Критерии оценивания:

Тестовые задания оцениваются по шкале: 1 балл за правильный ответ, 0 баллов за неправильный ответ. Итоговая оценка по тесту формируется путем суммирования набранных баллов и отнесения их к общему количеству вопросов в задании. Помножив полученное значение на 100%, можно привести итоговую оценку к традиционной следующим образом:

Процент правильных ответов	Оценка
90 – 100%	<i>От 16 баллов и/или «отлично»</i>
70 – 89 %	<i>От 12 до 15 баллов и/или «хорошо»</i>
50 – 69 %	<i>От 9 до 11 баллов и/или «удовлетворительно»</i>
менее 50 %	<i>От 0 до 8 баллов и/или «неудовлетворительно»</i>

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

Процедура оценки знаний умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, производится преподавателем в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Для повышения эффективности текущего контроля и последующей промежуточной аттестации студентов осуществляется структурирование дисциплины на модули. Каждый модуль учебной дисциплины включает в себя изучение законченного раздела, части дисциплины.

Основными видами текущего контроля знаний, умений и навыков в течение каждого модуля учебной дисциплины являются тестовый контроль, устный опрос.

Студент должен выполнить все контрольные мероприятия, предусмотренные в модуле учебной дисциплины к указанному сроку, после чего преподаватель проставляет балльные оценки, набранные студентом по результатам текущего контроля модуля учебной дисциплины. Контрольное мероприятие считается выполненным, если за него студент получил оценку в баллах, не ниже минимальной оценки, установленной программой дисциплины по данному мероприятию.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится в форме зачета.

Зачет проводится для оценки уровня усвоения обучающимся учебного материала лекционных курсов и лабораторно-практических занятий, а также самостоятельной работы. Оценка выставляется или по результатам учебной

работы студента в течение семестра, или по итогам письменного-устного опроса, или тестирования на последнем занятии. Для дисциплин и видов учебной работы студента, по которым формой итогового отчета является зачет, определена оценка «зачтено», «не зачтено».

Оценка «зачтено» ставится в том случае, если обучающийся:

- владеет знаниями, выделенными в качестве требований к знаниям обучающихся в области изучаемой дисциплины;
- демонстрирует глубину понимания учебного материала с логическим и аргументированным его изложением;
- владеет основным понятийно-категориальным аппаратом по дисциплине;
- демонстрирует практические умения и навыки в области исследовательской деятельности.

Оценка «не зачтено» ставится в том случае, если обучающийся:

- демонстрирует знания по изучаемой дисциплине, но отсутствует глубокое понимание сущности учебного материала;
- допускает ошибки в изложении фактических данных по существу материала, представляется неполный их объем;
- демонстрирует недостаточную системность знаний;
- проявляет слабое знание понятийно-категориального аппарата по дисциплине;
- проявляет непрочность практических умений и навыков в области исследовательской деятельности.

В этом случае студент сдаёт зачёт в форме устных и письменных ответов на любые вопросы в пределах освоенной дисциплины.

Основным методом оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций является балльно-рейтинговая система, которая регламентируется Положением о балльно-рейтинговой системе оценки обучения в ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ.

Основными видами поэтапного контроля результатов обучения студентов являются: рубежный рейтинг, творческий рейтинг, рейтинг личностных качеств, рейтинг сформированности прикладных практических требований, промежуточная аттестация.

Уровень развития компетенций оценивается с помощью рейтинговых баллов.

Рейтинги	Характеристика рейтингов	Максимум баллов
Рубежный	Отражает работу студента на протяжении всего периода изучения дисциплины. Определяется суммой баллов, которые студент получит по результатам изучения каждого модуля.	60
Творческий	Результат выполнения студентом индивидуального творческого задания различных уровней сложности, в том числе, участие в различных конференциях и	5

	конкурсах на протяжении всего курса изучения дисциплины.	
Рейтинг личностных качеств	Оценка личностных качеств обучающихся, проявленных ими в процессе реализации дисциплины (модуля) (дисциплинированность, посещаемость учебных занятий, сдача вовремя контрольных мероприятий, ответственность, инициатива и др.)	10
Рейтинг сформированности прикладных практических требований	Оценка результата сформированности практических навыков по дисциплине (модулю), определяемый преподавателем перед началом проведения промежуточной аттестации и оценивается как «зачтено» или «не зачтено».	+
Промежуточная аттестация	Является результатом аттестации на окончательном этапе изучения дисциплины по итогам сдачи зачета или экзамена. Отражает уровень освоения информационно-теоретического компонента в целом и основ практической деятельности в частности.	25
Итоговый рейтинг	Определяется путём суммирования всех рейтингов	100

Общий рейтинг по дисциплине складывается из рубежного, творческого, рейтинга личностных качеств, рейтинга сформированности прикладных практических требований, промежуточной аттестации (экзамена или зачета).

Рубежный рейтинг – результат текущего контроля по каждому модулю дисциплины, проводимого с целью оценки уровня знаний, умений и навыков студента по результатам изучения модуля. Оптимальные формы и методы рубежного контроля: устные собеседования, письменные контрольные опросы, в т.ч. с использованием ПЭВМ и ТСО, результаты выполнения лабораторных и практических заданий. В качестве практических заданий могут выступать крупные части (этапы) курсовой работы или проекта, расчетно-графические задания, микропроекты и т.п.

Промежуточная аттестация – результат аттестации на окончательном этапе изучения дисциплины по итогам сдачи *зачета/ экзамена*, проводимого с целью проверки освоения информационно-теоретического компонента в целом и основ практической деятельности в частности. Оптимальные формы и методы выходного контроля: письменные экзаменационные или контрольные работы, индивидуальные собеседования.

Творческий рейтинг – составная часть общего рейтинга дисциплины, представляет собой результат выполнения студентом индивидуального творческого задания различных уровней сложности.

Рейтинг личностных качеств - оценка личностных качеств обучающихся, проявленных ими в процессе реализации дисциплины (модуля) (дисциплинированность, посещаемость учебных занятий, сдача вовремя контрольных мероприятий, ответственность, инициатива и др.

Рейтинг сформированности прикладных практических требований -

оценка результата сформированности практических навыков по дисциплине (модулю), определяемый преподавателем перед началом проведения промежуточной аттестации и оценивается как «зачтено» или «не зачтено».

В рамках балльно-рейтинговой системы контроля успеваемости студентов, семестровая составляющая балльной оценки по дисциплине формируется при наборе заданной в программе дисциплины суммы баллов, получаемых студентом при текущем контроле в процессе освоения модулей учебной дисциплины в течение семестра.

Итоговая оценка /зачёта/ компетенций студента осуществляется путём автоматического перевода баллов общего рейтинга в стандартные оценки.

Максимальная сумма рейтинговых баллов по учебной дисциплине составляет 100 баллов.

Оценка «зачтено» ставится в том случае, если итоговый рейтинг студента составил 51 балл и более.

Оценка «не зачтено» ставится в том случае, если итоговый рейтинг студента составил менее 51 балла.