

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Позябин Сергей Владимирович
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.11.2023 12:55:07
Уникальный программный ключ:
7e7751705ad67ae2d6295985e6e91707e0ba024c

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Московская государственная академия ветеринарной медицины и
биотехнологии – МВА имени К.И. Скрябина»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной, воспитательной работе и
молодежной политике



С.Ю. Пигина

«24» августа 2023 г.

*Кафедра
Экономики и цифровых технологий в АПК*

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Менеджмент и маркетинг в АПК

направление подготовки

36.03.02 Зоотехния

профиль подготовки

Зоотехния

уровень высшего образования

бакалавриат

форма обучения: очная / очно-заочная / заочная

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) СОСТАВЛЕНА НА ОСНОВАНИИ:
- ФГОС ВО по направлению подготовки 36.03.02 Зоотехния (Приказ Министерства образования и науки РФ от 22 сентября 2017 г. N 972 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 36.03.02 Зоотехния" (с изменениями и дополнениями) Редакция с изменениями N 1456 от 26.11.2020)
- основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 36.03.02 Зоотехния

РАЗРАБОТЧИКИ:

Доцент
(должность)


(подпись, дата)

Ю.Б. Миндлин
(ФИО)

Ст. преподаватель
(должность)


(подпись, дата)

О.В. Лисейкина
(ФИО)

РЕЦЕНЗЕНТ:

Доцент кафедры эпизоотологии и ОВД
(должность)


(подпись, дата)

О.Ю. Мешеряков
(ФИО)

...
(должность)

(подпись, дата)

...
(ФИО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА:

- на заседании кафедры экономики и цифровых технологий
Протокол заседания № 12 от « 14 » 06 2023 г.

Заведующий кафедрой
(должность)


(подпись, дата)

М.В. Новиков
(ФИО)

- на заседании Учебно-методической комиссии факультета зоотехнологий и агробизнеса
Протокол заседания № 10 от « 20 » 06 2023 г.

Председатель комиссии
(должность)


(подпись, дата)

Г.В. Мкртчян
(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник учебно-методического управления

(должность)



(подпись, дата)

С.А. Захарова

(ФИО)

Руководитель сектора организации учебного процесса УМУ

(должность)


(подпись, дата)

Ю.П. Жарова

(ФИО)

Декан факультета зоотехнологий и агробизнеса

(должность)


(подпись, дата)

А.А. Васильев

(ФИО)

Директор библиотеки

(должность)


(подпись, дата)

Н.А. Москвитина

(ФИО)

Декан факультета заочного и очно-заочного (вечернего) образования

(должность)


(подпись, дата)

А.А. Дельцов

(ФИО)

1. ПЕРЕЧЕНЬ СОКРАЩЕНИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ТЕКСТЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1. ОПОП – основная профессиональная образовательная программа
2. УК – универсальная компетенция
3. ОПК – общепрофессиональная компетенция
4. ПК – профессиональная компетенция
5. з.е. – зачетная единица
6. ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования
7. РПД – рабочая программа дисциплины
8. ФОС – фонд оценочных средств
9. СР – самостоятельная работа

2. ОСНОВНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель дисциплины: подготовить специалиста, понимающего принципы управления производственными и коммерческими процессами, способного оперативно воспринимать информацию, творчески принимать и реализовывать управленческие решения в условиях изменчивой рыночной конъюнктуры.

Задачи дисциплины:

- дать базовые знания в области теории и практики менеджмента и маркетинга.
- привить навык поиска и применения наиболее рациональных методов и принципов менеджмента и маркетинга, способствующих повышению эффективности деятельности предприятия.
- изучение понятий, закономерностей, принципов, основных категорий менеджмента и эволюции его теории и практики, приобрести опыт анализа маркетинговых проблем и обоснования рекомендаций по их решению, приобрести опыт самостоятельной работы с источниками маркетинговой информации.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с индикаторами достижения компетенций:

№ п/п	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
1.	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИД-1 _{ук.3} . Знать: принципы эффективной стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели в команде с использованием информационно-коммуникационных технологий	Знает современные методы эффективной командной работы; анализирует основные условия эффективной командной работы; использует основы стратегического управления человеческими ресурсами, организует и управляет ситуацией общения в коллективе, понимает особенности возможности современных информационно-коммуникационных технологий

		ИД-2_{УК-3} Уметь: учитывать особенности поведения групп людей, с которыми работает/взаимодействует, в своей деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий	Умеет учитывать психологические аспекты работы в команде, умеет применять информационные средства и технологии для работы с информацией из различных источников.
		ИД-3_{УК-3} Владеть навыками планирования последовательности шагов для достижения заданного результата с использованием информационно-коммуникационных технологий	Владет навыками, позволяющими качественно и эффективно руководить командой и достигать поставленных целей, владеет методами управления и систематизации информации.
2.	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИД-1_{УК-9} Знать понятийный аппарат экономической науки, базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов социальной экономической политики.	Знает основные экономические понятия: экономические ресурсы, экономические агенты, товары, услуги, спрос, предложение, рыночный обмен, цена, издержки, прибыль, собственность, конкуренция, монополия и др.; воспринимать и анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений.
		ИД-2_{УК-9} Уметь использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели.	Умеет использовать методы экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, используя различные финансовые инструменты, новые подходы к накоплению и обработке цифровых данных в экономике.
		ИД-3_{УК-9} Владеть навыками применения экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности.	Владет навыками применения различных финансовых инструментов управления финансами для достижения поставленных целей, сравнивать их по критериям доходности, надежности и ликвидности, владеет инструментами обработки структурированных и неструктурированных данных

4. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в АПК» относится Б1.В.15 учебного плана ОПОП по специальности 36.03.02 Зоотехния (уровень бакалавриата) и осваивается:

- по очной форме обучения в 6 семестре;
- по очно-заочной форме обучения в 7 семестре;
- по заочной форме обучения на 4 курсе.

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 ч.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего, час.	6 семестр
Общий объем дисциплины	108	108
Контактная работа (аудиторная):	56,3	56,3
лекции	18	18
занятия семинарского типа, в том числе:		

семинары		
коллоквиумы		
практические занятия	36	36
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
Контактная работа (внеаудиторная)	2,3	2,3
Самостоятельная работа обучающихся:	51,7	51,7
изучение теоретического курса	30	30
выполнение домашних заданий (РГР, решение задач, реферат, эссе и другое)	21,7	21,7
курсовое проектирование	0	0
другие виды самостоятельной работы		
Промежуточная аттестация:		
зачет	+	+
экзамен		
другие виды промежуточной аттестации		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего, час.	7 семестр
Общий объем дисциплины	108	108
Контактная работа (аудиторная):	24,3	24,3
лекции	6	6
занятия семинарского типа, в том числе:		
семинары		
коллоквиумы		
практические занятия	16	16
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
Контактная работа (внеаудиторная)	2,3	2,3
Самостоятельная работа обучающихся:	83,7	83,7
изучение теоретического курса	50	50
выполнение домашних заданий (РГР, решение задач, реферат, эссе и другое)	33,7	33,7
курсовое проектирование		
другие виды самостоятельной работы		
Промежуточная аттестация:		
зачет	+	+
экзамен		
другие виды промежуточной аттестации		

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего, час.	4 курс
Общий объем дисциплины	108	108
Контактная работа (аудиторная):	14,1	14,1
лекции	4	4
занятия семинарского типа, в том числе:		
семинары		
коллоквиумы		
практические занятия	10	10
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
Контактная работа (внеаудиторная)	0,1	0,1
Самостоятельная работа обучающихся:	93,9	93,9
изучение теоретического курса	60	60
выполнение домашних заданий (РГР, решение задач, реферат, эссе и другое)	33,9	33,9
курсовое проектирование		
другие виды самостоятельной работы		
Промежуточная аттестация:		
зачет	+	+
экзамен		
другие виды промежуточной аттестации		

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Разделы дисциплины (модуля):

Очная форма обучения

№ раздела	Наименование раздела	Очная форма			ИДК	
		Лекции, час.	Занятия семинарского типа, час.			СРС, час.
			семинары практические занятия и др.	практикумы, лабораторные работы		
1.	Менеджмент	8	18	-	26,7	УК-3.1.1. УК-3.2.1. УК-3.3.1 УК-9.1.1. УК-9.2.1 УК-9.3.1.
2.	Маркетинг	10	18	-	25,0	УК-3.1.1. УК-3.2.1. УК-3.3.1 УК-9.1.1. УК-9.2.1 УК-9.3.1.
Итого:		18	36		51,7	-

Очно-заочная форма обучения

№ раздела	Наименование раздела	Очно-заочная форма			ИДК	
		Лекции, час.	Занятия семинарского типа, час.			СРС, час.
			семинары практические занятия и др.	практикумы, лабораторные работы		
1.	Менеджмент	2	6	-	40	УК-3.1.1. УК-3.2.1. УК-3.3.1 УК-9.1.1. УК-9.2.1 УК-9.3.1.
2.	Маркетинг	4	10	-	43,7	УК-3.1.1. УК-3.2.1. УК-3.3.1 УК-9.1.1. УК-9.2.1 УК-9.3.1.
Итого:		6	16		83,7	-

Заочная форма обучения

№ раздела	Наименование раздела	Заочная форма			ИДК	
		Лекции, час.	Занятия семинарского типа, час.			СРС, час.
			семинары практические занятия и др.	практикумы, лабораторные работы		
1.	Менеджмент	2	4	-	45	УК-3.1.1. УК-3.2.1. УК-3.3.1 УК-9.1.1. УК-9.2.1 УК-9.3.1.
2.	Маркетинг	2	6	-	48,9	УК-3.1.1. УК-3.2.1. УК-3.3.1 УК-9.1.1. УК-9.2.1 УК-9.3.1.
Итого:		4	10		93,9	-

Содержание дисциплины (модуля) по видам занятий:

Лекционные занятия

№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Тема лекции	Объем, час.		
			очно	очно-заочно	заочно
1.	Менеджмент	Сущность содержание и основные понятия менеджмента. Организация как объект менеджмента. Методологические основы менеджмента. Эффективность менеджмента.	8	2	2
2.	Маркетинг	Основные понятия маркетинга. Маркетинговые исследования. Потребитель в системе маркетинга. Товар и товарная политика. Маркетинговые коммуникации.	10	4	2

Занятия семинарского типа

№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Тема занятия, краткое содержание	Объем, час.		
			очно	очно-заочно	заочно
1.	Менеджмент	Понятие, сущность, содержание и значение менеджмента Понятие организации, её характеристики. Значение внешней среды в бизнесе. Внутренняя среда предприятия. Понятие и сущность структуры управления. Типы структур управления и их характеристики. Социальная ответственность и этика менеджмента. Принципы менеджмента. Понятие и сущность эффективности менеджмента	18	6	4
2.	Маркетинг	Сущность маркетинга. Место маркетинга в системе хозяйственного механизма управления АПК. Сферы и виды маркетинговых исследований. Понятие товара Жизненный цикл товара: понятие, стадии жизненного цикла, виды кривых жизненного цикла техники и оборудования, сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. Особенности товаров различных сфер АПК. Товарная политика. Рыночная атрибутика. Современные маркетинговые стратегии. Ценовая стратегия. Сущность и функции цен в маркетинге. Схема маркетинговой информационной системы по Ф. Котлеру. Структура потребительского спроса населения. Проблемы, возникающие при разработке товарной политики.	18	10	6

Самостоятельная работа обучающегося

№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Тема занятия	Вид СРС	Объем, час.		
				очно	очно-заочно	заочно
1.	Менеджмент	Специализация менеджмента по функциям управления. Принципы организации: дифференциация, рациональность, кооперация, стандартизация. Инструменты менеджмента Личность и коллектив в системе менеджмента. Коллектив и его особенности. Система управления персоналом. Профессиональное развитие и обучение персонала. Оценка персонала. Лидер, его роль в коллективе. Теории лидерства. Понятие власти и влияния. Стили управления (руководства). Управление конфликтами Факторы эффективности менеджмента.	Изучение теоретического материала с применением Canva - инструменты для проведения PEST-анализа . Изучение видеолекций, размещенных в открытом доступе (YouTube, Coursera). Решение практических задач с использованием инструментов Statistica, SPSS Statistics. Подготовка к практическим занятиям	26,7	40	45

2.	Маркетинг	<p>Функции агромаркетинга. Система управления агромаркетингом. Механизм и организация управления маркетингом на предприятиях АПК. Особенности рынков в комплексе агробизнеса. Основные направления совершенствования маркетинговой деятельности в сфере производства, переработки и реализации продукции растениеводства и животноводства. Особенности товаров различных сфер АПК (продукция машиностроения; минеральные удобрения, средства защиты растений). Система товародвижения. Уровни каналов распределения товаров. Решение о структуре канала: типы посредников, число посредников. Вертикальная и горизонтальная маркетинговая системы. Методы распространения товара (продукции и услуг). Оптовая и розничная торговля. Функции системы сбыта аграрных продуктов.</p>	<p>Изучение теоретического материала с применением: Creately, Canva - инструменты для проведения PEST-анализ. Изучение видеолекций, размещенных в открытом доступе (YouTube, Coursera). Решение практических задач с использованием инструментов Statistica, SPSS Statistics. Подготовка к практическим занятиям</p>	25	43,7	48,9

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Перечень основной и дополнительной литературы:

Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля):

Перечень основной и дополнительной литературы:

Основная литература:

Электронные издания

1. Басовский, Л. Е. Маркетинг : учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 233 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/18431. - ISBN 978-5-16-019248-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1913238> (дата обращения: 12.08.2023). – Режим доступа: по подписке.
2. Басовский, Л. Е. Менеджмент : учебное пособие / Л. Е. Басовский. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 256 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006401-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1228802> (дата обращения: 01.06.2023). – Режим доступа: по подписке.

3. Маслова, Е. Л. Менеджмент : учебник для бакалавров / Е. Л. Маслова. — 2-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 332 с. - ISBN 978-5-394-03547-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091511> (дата обращения: 01.06.2023). – Режим доступа: по подписке.

4. Наумов, В. Н. Маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 410 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1222065. - ISBN 978-5-16-016723-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1222065> (дата обращения: 01.06.2023). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература

1. Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 337 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003647-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1836630> (дата обращения: 01.06.2023). – Режим доступа: по подписке.

2. Гапонова, О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Гапонова, Л. С. Данилова, Ю. Ю. Чилипенко. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2019. - 480 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-369-01819-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1032618> (дата обращения: 01.06.2023). – Режим доступа: по подписке.

№	Наименование	Ссылка на ресурс	Доступность
Информационно-справочные системы			
1	Единая межведомственная информационно-статистическая система	https://www.fedstat.ru/organiz	Свободный доступ
Электронно-библиотечные системы			
1	Электронно-библиотечная система «Лань»	https://e.lanbook.com	Для авториз. пользователей
2	Электронно-библиотечная система «ZNANIUM. COM»	https://znanium.com	Режим доступа: для авториз. пользователей
3	РУКОНТ: национальный цифровой ресурс: межотраслевая электронная библиотека	https://rucont.ru	Для авториз. пользователей
4	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	https://www.elibrary.ru/defaultx.asp?ref=urirank	Режим доступа: для авториз. пользователей
Профессиональные базы данных			
1	Аналитический центр Минсельхоза России	https://mcx.ac.ru	Свободный доступ
2	Федеральное государственное бюджетное учреждение «Центр Агроаналитики»	https://specagro.ru/	Свободный доступ
3	Федеральная таможенная служба России	https://customs.gov.ru/	Свободный доступ
4	Федеральная служба государственной статистики	https://rosstat.gov.ru/	Свободный доступ
5	Центр рыночной информации АПК	https://cri.mcx.ru	Свободный доступ

			тип
Ресурсы ФГБОУ ВО МГАВМиБ – МВА им. К.И. Скрябина			
	Образовательный портал МГАВМиБ - МВА имени К.И. Скрябина	https://portal.mgavm.ru/login/index.php	Режим доступа: для авториз. пользователей

Методическое обеспечение:

1. Миндлин, Ю. Б. Управление проектами : учебное пособие / Ю. Б. Миндлин, Н. А. Лебедев, О. В. Лисейкина. — Москва : МГАВМиБ им. К.И. Скрябина, 2022. — 158 с. — ISBN 978-5-4443-0228-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/331373> (дата обращения: 12.08.2023). — Режим доступа: для авториз.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

№	Наименование	Правообладатель ПО (наименование владельца ПО, страна)	Доступность (лицензионное, свободно распространяемое)	Ссылка на Единый реестр российских программ для ЭВМ и БД (при наличии)
1.	Операционная система UBLinux	ООО «Юбитех», Российская Федерация	Свободно распространяемое	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/307624/
2.	Офисные приложения AlterOffice	ООО «Алми Партнер», Российская Федерация	Свободно распространяемое	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/308464/
3.	Антивирус Dr. Web.	Компания «Доктор Веб», Российская Федерация	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/301426/

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Оценочные средства для проведения текущего и промежуточного контроля знаний по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг в АПК» представлены в виде фонда оценочных средств (далее – ФОС) в Приложении к настоящей рабочей программе дисциплины (модуля).

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1.	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа № 432	Комплект специализированной мебели, экран, мультимедийный проектор, компьютер, подключенный к сети Интернет
2.	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 436	Комплект специализированной мебели учебная доска, экран, мультимедийный проектор, компьютеры, подключенные к сети Интернет с установленным программным обеспечением: Statistica, SPSS Statistics - обработка статистических данных; Apache Hadoop, Logimon – анализ больших данных; Ispring Suit, Mentimeter Online, Test Pad – тренажеры, онлайн тесты.
3.	Помещение для самостоятельной работы № 427	Комплект специализированной мебели, компьютеры, подключенные к сети Интернет с установленным программным обеспечением: Ispring Suit, Online Test Pad - тренажеры, онлайн тесты: Statistica, SPSS Statistics- обработка статистических данных

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
текущего контроля / промежуточной аттестации обучающихся
при освоении ОПОП ВО, реализующей ФГОС ВО

Кафедра
Экономики и цифровых технологий в АПК
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Менеджмент и маркетинг в АПК»

направление подготовки
36.03.02 Зоотехния

направленности (профилю)
Зоотехния

уровень высшего образования
бакалавриат

форма обучения: очная / очно-заочная / заочная

1. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Оценка уровня учебных достижений обучающихся по дисциплине (модулю) осуществляется в виде текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости по дисциплине (модулю) осуществляется в формах:

1. Опрос
2. Тест

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) осуществляется в формах:

1. Зачет

1. СООТНОШЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ СО ШКАЛОЙ ОЦЕНИВАНИЯ И УРОВНЕМ ИХ СФОРМИРОВАННОСТИ

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения	Шкала оценивания	Уровень сформированной компетенции
УК-3			
Знать: способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Глубокие знания о принципы эффективной стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели в команде с использованием информационно-коммуникационных технологий	Отлично	Высокий
	Несущественные ошибки в знаниях о принципах эффективной стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели в команде с использованием информационно-коммуникационных технологий	Хорошо	Повышенный
	Несущественные ошибки в знаниях о принципах эффективной стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели в команде с использованием информационно-коммуникационных технологий	Удовлетворительно	Пороговый
	Отсутствие знаний о принципах эффективной стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели в команде с использованием информационно-коммуникационных технологий	Неудовлетворительно	Не сформирован
Уметь: учитывать особенности поведения групп людей, с которыми работает/взаимодействует, в своей деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий	В совершенстве применять и учитывать особенности поведения групп людей, с которыми работает/взаимодействует, в своей деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий	Отлично	Высокий
	Учитывать особенности поведения групп людей, с которыми работает/взаимодействует, в своей деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий	Хорошо	Повышенный
	Уметь частично учитывать особенности поведения групп людей, с которыми работает/взаимодействует, в своей деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий	Удовлетворительно	Пороговый
	Не уметь учитывать особенности поведения групп людей, с которыми работает/взаимодействует, в своей деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий	Неудовлетворительно	Не сформирован
Владеть: навыками планирования последовательности шагов для достижения заданного	Полное овладение навыками планирования последовательности шагов для достижения заданного	Отлично	Высокий

<p>тельности шагов для достижения заданного результата с использованием информационно-коммуникационных технологий</p>	<p>результата с использованием информационно-коммуникационных технологий</p>		
	<p>Овладение навыками планирования последовательности шагов для достижения заданного результата с использованием информационно-коммуникационных технологий</p>	<p>Хорошо</p>	<p>Повышенный</p>
	<p>Фрагментарное владение навыками планирования последовательности шагов для достижения заданного результата с использованием информационно-коммуникационных технологий</p>	<p>Удовлетворительно</p>	<p>Пороговый</p>
	<p>Отсутствие навыков использования планирования последовательности шагов для достижения заданного результата с использованием информационно-коммуникационных технологий</p>	<p>Неудовлетворительно</p>	<p>Не сформирован</p>
<p>УК-9</p>			
<p>Знать: понятийный аппарат экономической науки, базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов</p>	<p>Глубокие знания понятийный аппарат экономической науки, базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов</p>	<p>Отлично</p>	<p>Высокий</p>
	<p>Несущественные ошибки в знаниях понятийный аппарат экономической науки, базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов</p>	<p>Хорошо</p>	<p>Повышенный</p>
	<p>Фрагментарное представление о понятийном аппарате экономической науки, базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов</p>	<p>Повышенный</p>	<p>Пороговый</p>
	<p>Отсутствие знаний о понятийном аппарате экономической науки, базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов</p>	<p>Неудовлетворительно</p>	<p>Не сформирован</p>
<p>Уметь: использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели.</p>	<p>Уметь применять и использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели.</p>	<p>Отлично</p>	<p>Высокий</p>
	<p>Уметь использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели.</p>	<p>Хорошо</p>	<p>Повышенный</p>
	<p>Уметь частично использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели.</p>	<p>Удовлетворительно</p>	<p>Пороговый</p>
	<p>Не уметь использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели.</p>	<p>Неудовлетворительно</p>	<p>Не сформирован</p>
<p>Владеть: навыками применения экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>Глубокое владение экономическими инструментами для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>Отлично</p>	<p>Высокий</p>
	<p>Владение экономическими инструментами для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности.</p>	<p>Хорошо</p>	<p>Повышенный</p>
	<p>Фрагментарное владение применением экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности.</p>	<p>Удовлетворительно</p>	<p>Пороговый</p>
	<p>Отсутствие навыков применения экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности.</p>	<p>Неудовлетворительно</p>	<p>Не сформирован</p>

3. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Текущий контроль успеваемости обучающихся:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Форма текущего контроля	Оценочные средства	ИДК
1.	Менеджмент	Опрос Тест	Банк вопросов к опросу Банк тестовых заданий	УК-3.1.1. УК-3.2.1. УК-3.3.1 УК-9.1.1. УК-9.2.1. УК -9.3.1.
2.	Маркетинг	Опрос Тест	Банк вопросов к опросу Банк тестовых заданий	УК-3.1.1. УК-3.2.1. УК-3.3.1 УК-9.1.1. УК-9.2.1. УК -9.3.1.

Промежуточная аттестация:

Способ проведения промежуточной аттестации:

Очная форма обучения:

- зачёт проводится в 6 семестре;

Очно-заочная форма обучения:

- зачёт проводится в 7 семестре;

Заочная форма обучения:

- зачет проводится на 4 курсе.

Перечень видов оценочных средств, используемых для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю):

1. Банк вопросов к зачету

4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

- комплект вопросов для опроса по дисциплине – 30 шт. (Приложение 1);
- комплект тестовых заданий по дисциплине – 17 шт. (Приложение 2).

Оценочные материалы для промежуточной аттестации

- комплект вопросов к зачету по дисциплине – 28 шт. (Приложение 3);

Комплект вопросов для опроса по дисциплине (модулю)**Перечень контрольных вопросов для оценки компетенций (УК-3, УК-9)****1. Менеджмент**

1. Понятие управления. Объект и субъект управления. Цели, задачи и основные функции менеджмента.
2. Понятие организации: характеристика организаций, цели и задачи организации в среде бизнеса, виды организаций.
3. Структура – как внутренняя переменная организации.
4. Цели и задачи – как внутренние переменные организации. Миссия организации.
5. Понятие технологии. Управленческие технологии. Технология как внутренняя переменная организации.
6. Люди – как внутренняя переменная организации. Характеристика персонала организации.
7. Элементы прямого воздействия внешней среды.
8. Элементы косвенного воздействия внешней среды.
9. Понятие организационной структуры. Проектирование организации.
10. Понятие мотивации сотрудников. Мотивационный процесс и эффективность деятельности организации. Создание системы мотивации труда.
11. Иерархия потребностей по А. Маслоу.
12. Организационно-экономическое управление и его информационная поддержка
13. Структура информационных систем управления
14. Направления использования Интернета как новой среды делового общения.

2. Маркетинг

1. Понятие и сущность маркетинга.
2. Исходные идеи маркетинга. Функции и субъекты маркетинга.
3. Основные этапы процесса принятия решения о покупке товара и услуги.
4. Основные принципы сегментирования потребительских рынков и рынков товаров промышленного назначения. Критерии сегментирования.
5. Общие этапы процесса сегментирования рынков.
6. Понятие товара. Идея трех уровней товара. Классификация товаров.
7. Роль упаковки товара и маркировки.
8. Разработка комплекса маркетинга.
9. Информационная база изучения рынка и основные составляющие системы маркетинговой информации. Информационное обеспечение маркетинга на базе мировых информационных ресурсов.
10. Параметры, характеризующие товарную номенклатуру.
11. Стратегия и тактика ценообразования.
12. Маркетинг с включением поисковых систем.
13. Понятие и цели позиционирования товара на рынке.
14. Онлайн-опрос: сущность и специфика.
15. Электронный маркетинг

Критерии оценивания учебных действий обучающихся при проведении опроса

Отметка	Критерии оценивания
отлично	обучающийся четко выражает свою точку зрения по рассматриваемым вопросам, приводя соответствующие примеры
хорошо	обучающийся допускает отдельные погрешности в ответе
удовлетворительно	обучающийся обнаруживает пробелы в знаниях основного учебного и нормативного материала
неудовлетворительно	обучающийся обнаруживает существенные пробелы в знаниях основных положений дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи

Комплект тестовых заданий по дисциплине (модулю)
Тестовые задания для оценки компетенций (УК-3, УК-9)

1. Менеджмент

1. Менеджмент – это:

- а. умение добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект и мотивы поведения других людей, работающих в организации
- б искусство
- в наука + опыт
- г. практика управления

2. Основоположник научной школы управления:

- а.Ф. Тейлор
- б.А. Файоль
- в. Э. Мэйо
- г.А. Богданов

3. Основоположник административной (классической) школы управления:

- а. Ф. Тейлор
- б.А. Файоль
- в. Э. Мэйо

4. Менеджмент, как наука об управлении, стала рассматриваться с появлением:

- а. современных количественных методов обоснования управленческих решений
- б. школы "человеческих отношений"
- в. достижений психологической и социологической наук, оказывающих решающее воздействие на человека в системе управления
- г. классической школы управления

5. Какая школа предусматривает три подхода к управлению: процессный, количественный и ситуационный:

- а. классическая школа управления
- б. административная школа
- в. школа человеческих отношений
- г. школа науки управления

6. Какие из положений относятся к новой концепции управления компанией:

- а. основная задача менеджмента - рациональная организация производства
- б. ориентация на качество продукции и услуг
- в. ситуационный подход к управлению
- г. основной источник прибыли – работник и производительность труда

7. Что представляет собой организация с позиции теории открытых систем:

- а. сообщество индивидов, объединенных общей целью
- б. четко регламентированная структура взаимоотношений должностных позиций
- в. система, направленная на достижение целей функционирования
- г. механизм взаимодействия и адаптации к внешним воздействиям, обмен с внешней средой.

8. В чем отличие нейросетевых технологий от обычных экспертных систем:

- а. не требуют аналитической обработки данных.
- б. не требуют указания приоритетов и ограничений.
- в. не требуют программирования, так как настраиваются на нужды пользователя.

9. Что необходимо выполнить, чтобы нейросеть могла помочь в формировании решения:

- а. указать правила вывода.
- б. указать формулы для расчетов.
- в. обучить на примерах.
- г. ввести информацию о ситуации.

10. Какие виды обучения нейронных сетей Вы знаете:

- а. «С учителем».
- б. «Без учителя».
- в. «С учеником».
- г. «Без ученика».

2. Маркетинг

1. Основоположник маркетинга:

- а. Альфред Ньюман
- б. Клейтон Кристенсен
- в. Филип Котлер

2. К каналам личной коммуникации можно отнести:

- а. общение одного лица с аудиторией
- б. прямую почтовую рекламу
- в. рекламу по телевидению
- г. печатную рекламу

3. К какой классификационной группе можно отнести хлеб и молоко, реализуемые населению?

- а. товары импульсной покупки
- б. товары особого спроса
- в. товары постоянного спроса
- г. товары предварительного выбора
- д. товары пассивного спроса

4. Что является главным в определении маркетинг:

- а. сбыт товара
- б. снижение издержек производства

- в. удовлетворение потребностей потребителей
- г. установление цены товара

5. Комплекс мер, направленных на продвижение продукта в социальных сетях, как правило проводится комплекс мероприятий на чужих площадках (форумах, блогах, сайтах, чатах, новостных ресурсах и др.)

- а. SMM
- б. SMO
- в. SEO

6. Поисковая оптимизация или комплекс мер для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей с целью продвижения сайта

- а. SMM
- б. SMO
- в. SEO

7. Электронная коммерция относится к следующей категории цифрового маркетинга:

- а. Digital Customer
- б. Digital Competition
- в. Digital Communication
- г. Digital Distribution

Критерии оценивания учебных действий обучающихся при проведении тестирования

Результат тестирования оценивается по процентной шкале оценки.

Каждому обучающемуся предлагается комплект тестовых заданий, количество которых приравнивается к 100%:

Отметка	Критерии оценивания
отлично	больше 85% правильных ответов
хорошо	66-85% правильных ответов
удовлетворительно	51-65% правильных ответов
неудовлетворительно	меньше 50% правильных ответов

Комплект вопросов к зачету по дисциплине
Вопросы к зачету для оценки компетенций (УК-3, УК-9)

1. Менеджмент

1. Понятие и сущность управления.
2. Уровни управления.
3. Виды управления.
4. Понятия и сущность современного бизнеса и предпринимательства.
5. Принципиальные отличия менеджеров от предпринимателей
6. Основные организационные формы бизнеса в РФ и за рубежом.
7. Процессный подход в управлении.
8. Основные функции процесса управления (планирование, организация, мотивация, контроль).
9. Коммуникация в управлении.
10. Лидерское поведения личности
11. Системный подход к управлению.
12. Ситуационный подход к управлению.
13. Технологии обработки управленческой информации
14. Применение технологии мультимедиа в системах интеллектуальной поддержки управленческих решений.
15. Коммуникации в управлении.

2. Маркетинг

1. Понятие маркетинга и история его возникновения;
2. Эволюция концепций маркетинга;
3. Цели, задачи и принципы маркетинга;
4. Функции маркетинга и его инструменты;
5. Виды маркетинга;
6. Роль маркетинговой деятельности на предприятии;
7. Специфика интернета как новой конкурентной среды;
8. Содержание и цели маркетингового анализа;
9. Исследование маркетинговой макросреды;
10. Анализ экономических факторов маркетинговой среды.
11. Исследование маркетинговой микросреды;
12. Понятие товара, три уровня его существования;
13. Способ использования интернет-среды для проведения маркетинговых исследований с целью изучения потребителя;
14. Концепция жизненного цикла товара;
15. Понятие компьютерной информационной гиперсреды, ее возможности: интерактивность, эффект присутствия, возможность получения информации от клиента, активная роль потребителя, получение заказов, информации о конкурентах. Электронная коммерция.

Критерии оценивания учебных действий обучающихся при проведении зачета

Отметка	Критерии оценивания
зачтено	обучающийся показал знания основных положений учебной дисциплины, умение решать конкретные практические задачи, предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в рекомендованной справочной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты расчетов или эксперимента
не зачтено	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

**ЛИСТ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ
В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

«Менеджмент и маркетинг в АПК»

Направление подготовки: 36.03.02 Зоотехния

Форма обучения: очная / очно-заочная / заочная

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры экономики и цифровых технологий в АПК
Протокол заседания № 12 от «14» 06. 2023 г.

Заведующий кафедрой

М.В. Новиков

(должность)

(подпись, дата)

(ФИО)

Изменение пункта	Содержание изменения