

# МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Арктический государственный агротехнологический университет»

Кафедра Отраслевая экономика и управление

Регистрационный номер 10-2/13

## Менеджмент и маркетинг

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Закреплена за кафедрой **Отраслевая экономика и управление**

Учебный план b350304\_23\_1\_АБ.plx.plx  
35.03.04 Агрономия

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость/зет **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108

в том числе:

аудиторные занятия 28

самостоятельная работа 80

Виды контроля в семестрах:

зачеты 7

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
	15 2/6			
Неделя	уп	рп	уп	рп
Лекции	14	14	14	14
Практические	14	14	14	14
Итого ауд.	28	28	28	28
Контактная работа	28	28	28	28
Сам. работа	80	80	80	80
Итого	108	108	108	108

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями  
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки  
35.03.04 Агрономия (приказ Минобрнауки России от 24.07.2017 г. № 699)

Составлена на основании учебного плана:

35.03.04 Агрономия

утвержденного учёным советом вуза от 10.04.2023 протокол № 6.

Разработчик (и) РПД:

Д.Ю. Волк-Лукин А.П.

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры  
**Отраслевая экономика и управление**

Протокол от 02 июля 2023 г. № 23-06 Шефман

Зав. кафедрой разработчика Терютинна Марианна Михайловна

Зав. профилирующей кафедрой

Окс. Селиванова

Протокол заседания кафедры от 05 июля 2023 г. № 37

Председатель МК факультета

Наталья Петрова И.И.

Протокол заседания МК факультета от 09 июля 2023 г. № 10

Декан

Александр

09 июля 2023 г.

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина нацелена на подготовку бакалавров к производственной деятельности в области менеджмента и маркетинга, включая методологические основы и закономерности менеджмента и маркетинга, функции, методы, организационные структуры, организацию процессов, технику и технологию менеджмента и маркетинга в условиях рыночной экономики.

Исходя из цели, в процессе изучения учебной дисциплины решаются следующие задачи:

- познание теоретических основ науки менеджмента и маркетинга в АПК;
- приобретение навыков управления производством и организации маркетинга в отдельных отраслях.

## 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

### Формируемые компетенции:

**УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений**

**ИД-2.1: определяет круг задач в рамках поставленной цели и связи между ними, а также предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты с точки зрения соответствия цели.**

#### Знать:

действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность

#### Уметь:

использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности

#### Владеть:

методиками разработки цели и задач проекта

**ИД-2.2: планирует реализацию и выполняет задачи в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач**

#### Знать:

основные методы оценки способов решения профессиональных задач, виды ресурсов и ограничений

#### Уметь:

проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты

#### Владеть:

методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и иных условиях реализации проекта

**УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности**

**ИД-9.1: Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.**

#### Знать:

роль и функции государства в рыночной экономике, способы измерения результатов экономической деятельности, макроэкономические показатели состояния экономики

#### Уметь:

распознавать экономические взаимосвязи, оценивать экономические процессы и явления

#### Владеть:

умением аргументировать собственную точку зрения по экономическим проблемам и различным аспектам социально-экономической политики государства

**ИД-9.2: Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей.**

#### Знать:

инструменты денежно-кредитной и бюджетно-налоговой политики, направления социальной политики и методы государственного регулирования доходов

#### Уметь:

осуществлять самостоятельное изучение финансовых вопросов, в том числе в области распоряжения личными финансами

#### Владеть:

навыками анализа экономических и/или финансовых проблем, уметь определять финансовые и государственные учреждения для решения этих проблем

<b>ИД-9.3: Использует финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски.</b>	
<b>Знать:</b>	основные финансовые инструменты, используемые для управления личными финансами
<b>Уметь:</b>	контролировать собственные экономические и финансовые риски
<b>Владеть:</b>	навыками оценки рисков и неопределенности при долгосрочном финансовом планировании

<b>ОПК-6: Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности</b>	
<b>ИД-6.1: Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов; возделывания сельскохозяйственных культур</b>	
<b>Знать:</b>	знать эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов; возделывания сельскохозяйственных культур
<b>Уметь:</b>	определять экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов; возделывания сельскохозяйственных культур
<b>Владеть:</b>	навыками расчета экономической эффективности применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов; возделывания сельскохозяйственных культур

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>2.1 Знать:</b>	
2.1.1	тенденции и закономерности развития АПК, производственные ресурсы этой отрасли материального производства и эффективность их использования;
2.1.2	теоретические основы маркетинга, менеджмента, методы управления в с/х организациях, управление персоналом, организационную и управленческую структуры предприятий, организацию управления и маркетинга в АПК
2.1.3	сущность цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом
<b>2.2 Уметь:</b>	
2.2.1	рассчитывать основные технико-экономические показатели организации;
2.2.2	применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
2.2.3	анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг
<b>2.3 Владеть:</b>	
2.3.1	основами методики определения экономической эффективности работы аппарата управления в целом
2.3.2	навыками организаторской и управленческой деятельности

<b>3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ</b>	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
<b>3.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
3.1.1	Экономика, управление и организация предприятий
3.1.2	Основы экономической и финансовой грамотности
<b>3.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
3.2.1	Экономика сельскохозяйственного производства

**4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>. <Семестр на курсе>)	<b>7 (4.1)</b>		Итого	
Неделя	15 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	14	14	14	14
Практические	14	14	14	14
Итого ауд.	28	28	28	28
Контактная работа	28	28	28	28
Сам. работа	80	80	80	80
Итого	108	108	108	108

Общая трудоемкость дисциплины (з.е.)

**3 ЗЕТ**

**5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	в том числе часы по практической подготовке (при наличии в учебном плане)
	<b>Раздел 1. Раздел 1. Сущность и основные понятия менеджмента</b>					
1.1	Определение и содержание понятия "менеджмент" /Лек/	7	2	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
1.2	Определение и содержание понятия "менеджмент" /Пр/	7	2	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
1.3	Определение и содержание понятия "менеджмент" Цели и задачи и основные категории менеджмента Виды менеджмента и уровни управления /Ср/	7	8	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
	<b>Раздел 2. Раздел 2. Организация как объект менеджмента</b>					
2.1	Сущность и законы организации. Цели в системе управления предприятием /Лек/	7	1	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
2.2	Сущность и законы организации. Цели в системе управления предприятием /Пр/	7	1	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
2.3	Внешняя среда организации и ее основные факторы; Типы организаций по взаимодействию с внешней средой; основные факторы внутренней среды /Ср/	7	8	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	

2.4	Основные функции менеджмента /Лек/	7	2	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
2.5	Основные функции менеджмента /Пр/	7	2	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
2.6	Основные функции менеджмента /Ср/	7	8	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
2.7	Разработка и принятие управленческих решений /Лек/	7	2	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
2.8	Разработка и принятие управленческих решений /Пр/	7	2	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
2.9	Разработка и принятие управленческих решений /Ср/	7	8	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
	<b>Раздел 3.Раздел 3. Эффективность менеджмента</b>					
3.1	Понятие и сущность эффективности менеджмента.Факторы эффективности менеджмента /Лек/	7	2	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-6.1 ИД-9.1 ИД-9.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
3.2	Понятие и сущность эффективности менеджмента.Факторы эффективности менеджмента /Пр/	7	2	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-6.1 ИД-9.1 ИД-9.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
3.3	Понятие и сущность эффективности менеджмента Факторы эффективности менеджмента /Ср/	7	8	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-6.1 ИД-9.1 ИД-9.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
	<b>Раздел 4.Раздел 4. Теоретические и методологические основы маркетинга</b>					
4.1	Сущность маркетинга. Комплексное исследование товарных рынков /Лек/	7	1	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
4.2	Сущность маркетинга. Комплексное исследование товарных рынков /Пр/	7	1	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
4.3	Сущность маркетинга. Комплексное исследование товарных рынков /Ср/	7	8	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
	<b>Раздел 5.Раздел 5. Маркетинг в агробизнесе</b>					
5.1	Основные направления маркетинга в агропромышленного комплекса /Лек/	7	1	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
5.2	Основные направления маркетинга в агропромышленного комплекса /Пр/	7	1	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
5.3	Основные направления маркетинга в агропромышленного комплекса /Ср/	7	8	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
5.4	Базовые элементы комплекса маркетинга на предприятиях АПК /Лек/	7	1	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	

5.5	Базовые элементы комплекса маркетинга на предприятиях АПК /Пр/	7	1	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
5.6	Базовые элементы комплекса маркетинга на предприятиях АПК /Ср/	7	8	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
5.7	Спрос на рынках сельскохозяйственной продукции /Лек/	7	1	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
5.8	Спрос на рынках сельскохозяйственной продукции /Пр/	7	1	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
5.9	Спрос на рынках сельскохозяйственной продукции /Ср/	7	8	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
5.10	Стратегическое планирование маркетинговой деятельности /Лек/	7	1	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1 ИД-9.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
5.11	Стратегическое планирование маркетинговой деятельности /Пр/	7	1	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1 ИД-9.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	
5.12	Стратегическое планирование маркетинговой деятельности /Ср/	7	8	ИД-2.1 ИД-2.2 ИД-9.1 ИД-9.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2	

## 6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Фонд оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации прилагается к рабочей программе дисциплины в приложении №1.

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 7.1. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

#### 7.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Ю. В. Кузнецов [и др.]	Менеджмент : учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 448 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03372-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/511207">https://urait.ru/bcode/511207</a>	— Москва : Издательство Юрайт, 2023.
Л1.2	Иванова, И. А.	Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04184-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/510939">https://urait.ru/bcode/510939</a>	— Москва : Издательство Юрайт, 2023.
Л1.3	Кузьмина, Е. Е.	Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13841-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/511363">https://urait.ru/bcode/511363</a>	— Москва : Издательство Юрайт, 2023.

#### 7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Ю. В. Кузнецов [и др.]	Менеджмент. Практикум : учебное пособие для вузов /; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 246 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00609-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/511643">https://urait.ru/bcode/511643</a>	— Москва : Издательство Юрайт, 2023.

Л2.2	Л. А. Данченко [и др.]	Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/510866">https://urait.ru/bcode/510866</a>	— Москва : Издательство Юрайт, 2023.
------	------------------------	--	--------------------------------------

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

7.3.1	Windows Vista TM Home Basic K OEMAct
7.3.2	LIBREOFFICE
7.3.3	ПО «Визуальная студия тестирования». Комплекс для создания тестов и тестирования
7.3.4	Adobe Reader

**7.4. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

**8. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ**

**(перечень учебных помещений, оснащенных оборудованием и техническими средствами обучения)**

№ 1.219: Аудитория для занятий лекционного типа, семинарского типа, для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации.  
Ауд. № 24 - 54,6 м<sup>2</sup>  
Оборудование  
Экран DigisKontur-C 200x200 MW (DSKC-1103) – 1шт  
Переносной  
Проектор EP752, DPL,1024x788, 2800 ANStLm, 2200:1;  
НоутбукAcer Aspire One AOD257-N57DGbb/White-Silver (WSVGA);  
Учебная мебель:  
Стол закрытый со скамьей 3-х местный 25 шт  
Трибуна лектора настольная  
Стол рабочий СФ 212  
Доска ученическая  
Программное обеспечение:  
WindowsVistaTMHomeBasicKOEMAct  
LIBREOFFICE Открытое лицензионное соглашение GNUGeneralPublicLicense  
Kaspersky Endpoint Security for Business от 28.04.2018  
AdobeReader (бесплатная версия)  
№ 1.217: Аудитория для занятий семинарского типа, и для выполнения курсовых работ с выходом в сеть Интернет с выходом в сеть Интернет.  
Ауд. № 22 - 53,1 м<sup>2</sup>  
Оборудование  
Компьютер студенческий: (C/б win7\intelPentiumG4400, 19,,LGFlatronW1934S-SN) – 15 шт.  
Проектор EP752, DPL,1024x788, 2800 ANSt Lm, 2200:1;  
НоутбукAcer Aspire One AOD257-N57DGbb/White-Silver (WSVGA);  
Звуковое оборудование FenderPassportP250;  
Экран Digis Kontur-C 200x200 MW (DSK C-1103) – 1шт  
Учебная мебель:  
стол компьютерный – 15 шт.;  
стол письменный – 6 шт.;  
стул – 28 шт.  
стенд информационный из ПВХ – 2 шт.;  
стул и стол преподавательский – 1 шт.;  
Трибуна настольная – 1 шт.  
Программное обеспечение:  
Windows 7 Лицензия 68175250 № лицензиата 98185460ZZE1903 от 06.03.2017 г.  
MicrosoftOffice 2016 Сублицензионный договор ГК 1009 от 11.11.2016 г.  
Kaspersky Endpoint Security for Business от 28.04.2018  
AdobeReader (бесплатная версия)  
IC Предприятие-8 Лицензионное соглашение УТ1С-000207 от 03.02.2017  
Projectexpert 7 Tutorial Лицензионное соглашение№ 0142/1КУ-01 от 28 октября 2014 г.  
Projectexpert 7.0. Professional Лицензионное соглашение№ 0145/1КУ-01 от 28 октября 2014 г.  
Auditexpert 7 Tutorial Лицензионное соглашение№ 01441КУ-01 от 28 октября 2014 г.  
Auditexpert 7.0. Professional Лицензионное соглашение№ 0143/1КУ-01 от 28 октября 2014 г.  
AdobeReader  
ПО «Визуальная студия тестирования» Комплекс для создания тестов и тестирования. Лицензионный договор № 1942 от 28 мая 2014 года



№ 2.114 Мультимедийный зал научной библиотеки для самостоятельной работы с выходом сеть интернет.

Оборудование

- системный блок Corequadq6600, 4gbram, 160gb - 1 шт.;
- монитор benqg900wa -1 шт.;
- Системный блок Deponeoncore2duoe8300, 2gbram, hdd 160gb - 8 шт.;
- монитор lgw1934s - 8 шт.,
- 4 тонких клиента Eltextc-50

Учебная мебель:

рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся.

Программное обеспечение:

- бесплатная операционная система CalculateLinux;
- LIBREOFFICE Открытое лицензионное соглашение GNUGeneralPublicLicense.

## 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

«Методические указания по проведению лабораторно-практических работ» определяют общие требования, правила и организацию проведения лабораторно-практических работ с целью оказания помощи обучающимся в правильном их выполнении в объеме определенного курса или его раздела в соответствие с действующими стандартами.

«Методические указания для выполнения самостоятельной работы»

предназначены для выполнения самостоятельной работы в рамках реализуемых основных образовательных программ, соответствующих требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования.

## 10. ПРИЛОЖЕНИЕ

10.1.Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

10.2.Методические рекомендации (указания) по выполнению лабораторных (практических) работ.

10.3. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы студентов.

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Арктический государственный агротехнологический университет»  
Экономический факультет  
Кафедра «Отраслевая экономика и управление»

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

Дисциплина (модуль) Б1.О.13 Менеджмент и маркетинг

Образовательная программа 35.03.04 Агрономия

Направленность (профиль) «Агробизнес»

Квалификация Бакалавр

Форма обучения очная/заочная

Общая трудоемкость 108 ч., ЗЕТ - 3

Якутск – 2023 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Введение
2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.
3. Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе изучения дисциплины, описание шкал оценивания.
4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.
5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

# 1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ИНДИКАТОРОВ ДОСТИЖЕНИЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
1	2	3
<i>Универсальные компетенции</i>	УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИД-2.1: определяет круг задач в рамках поставленной цели и связи между ними, а также предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты с точки зрения соответствия цели.
		ИД-2.2: планирует реализацию и выполняет задачи в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач
	УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИД-9.1: Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.
		ИД-9.2: Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей. ИД-9.2: Использует финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски.
<i>Общепрофессиональные компетенции</i>	ОПК-6: Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности	ИД-6.1: Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов; возделывания сельскохозяйственных культур

## 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) И ПРОЦЕДУРА ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Код компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Процедура оценивания компетенций (формы контроля)
1	2	3	4
УК-2:	<i>ИД-1 УК-2:</i>	<p><b>Знать:</b> действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность</p> <p><b>Уметь:</b> использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности</p> <p><b>Владеть:</b> методиками разработки цели и задач проекта</p>	
	<i>ИД-2 УК-2:</i>	<p><b>Знать:</b> основные методы оценки способов решения профессиональных задач, виды ресурсов и ограничений</p> <p><b>Уметь:</b> проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты</p> <p><b>Владеть:</b> методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и иных условиях реализации проекта</p>	
УК-9:	<i>ИД-1 УК-9:</i>	<p><b>Знать:</b> роль и функции государства в рыночной экономике, способы измерения результатов экономической деятельности, макроэкономические показатели состояния экономики</p> <p><b>Уметь:</b> распознавать экономические взаимосвязи, оценивать экономические процессы и явления</p> <p><b>Владеть:</b> умением аргументировать собственную точку зрения по экономическим проблемам и различным аспектам социально-экономической политики государства</p>	
	<i>ИД-2 УК-9:</i>	<p><b>Знать:</b> инструменты денежно-кредитной и бюджетно-налоговой политики, направления социальной политики и методы государственного регулирования доходов</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять самостоятельное изучение финансовых вопросов, в том числе в области распоряжения личными финансами</p> <p><b>Владеть:</b> навыками анализа экономических и/или финансовых проблем, уметь определять финансовые и государственные учреждения для решения этих проблем</p>	
	<i>ИД-3 УК-9:</i>	<p><b>Знать:</b> основные финансовые инструменты, используемые для управления личными финансами</p>	

		<p><b>Уметь:</b> контролировать собственные экономические и финансовые риски</p> <p><b>Владеть:</b> навыками оценки рисков и неопределенности при долгосрочном финансовом планировании</p>	
ОПК-6:	ИД-1 ОПК-6:	<p><b>Знать:</b> знать эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов; возделывания сельскохозяйственных культур</p> <p><b>Уметь:</b> определять экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов; возделывания сельскохозяйственных культур</p> <p><b>Владеть:</b> навыками расчета экономической эффективности применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов; возделывания сельскохозяйственных культур</p>	

### 3. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

<b>Уровни освоения</b>	<b>Критерии оценивания</b>	<b>Шкала оценивания результатов (баллы, оценки)</b>
Не освоены	Студент имеет разрозненные и несистематизированные знания учебного материала, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении основных понятий, искажает их смысл, не может самостоятельно излагать материал. Студент демонстрирует выполнение практических навыков и умений с грубыми ошибками.	0 – 60 балл. 2 (неудовлетворительно) Не зачтено
Пороговый	Студент освоил основные положения темы учебного занятия, однако при изложении учебного материала допускает неточности, излагает его неполно и непоследовательно, для изложения нуждается в наводящих вопросах со стороны преподавателя, испытывает сложности с обоснованием высказанных суждений. Студент владеет лишь некоторыми практическими навыками умениями.	61 – 75 балл. 3 (удовлетворительно) Зачтено
Базовый	Студент освоил учебный материал в полном объёме, хорошо ориентируется в учебном материале, излагает материал в логической последовательности, однако при ответе допускает неточности. Студент освоил полностью практические навыки и умения, предусмотренные рабочей программой дисциплины, однако допускает некоторые неточности.	76 – 85 балл. 4 (хорошо) Зачтено
Высокий	Студент показывает глубокие и полные знания учебного материала, при изложении не допускает неточностей и искажения фактов, излагает материал в логической последовательности, хорошо ориентируется в излагаемом материале, может дать обоснование высказываемым суждениям. Студент освоил полностью практические навыки и умения, предусмотренные рабочей программой дисциплины.	86 – 100 балл. 5 (отлично) Зачтено

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

**Формируемые компетенции: УК-2, УК-9, ОПК-6**

**Тестовые материалы**

*Примерные тесты по дисциплине Маркетинг:*

1. В чем заключается сущность маркетинга? Маркетинг — это:
  - а) сбыт того, что может произвести предприятие;
  - б) управление предприятием исходя из задач извлечения максимальной прибыли за короткий промежуток времени;
  - в) производство и сбыт того, что нужно потребителю;
  - г) полный захват рынка сбыта.
2. Укажите общие принципы маркетинга:
  - а) агрессивная политика по отношению к конкурентам; максимальное приспособление производства к требованиям рынка; планирование ассортимента продукции исходя из максимального использования производственных мощностей;
  - б) изучение конъюнктуры рынка и запросов потребителей; максимальное приспособление производства к требованиям рынка; воздействие на потребителя с целью склонить его к покупке данного товара.
3. Выберите правильные отличительные черты концепции ориентации на сбыт (1) и концепции ориентации на маркетинг (2):
  - а) концепция 1 — продать можно все, что производит компания, если приложить надлежащие усилия; концепция 2 — следует производить только то, что хочет покупатель;
  - б) реализация концепции 1 начинается с изучения рынка, реализация концепции 2 — с изучения выпускаемых компанией продуктов;
  - в) в соответствии с концепцией 1 прибыль компании формируется за счет удовлетворения запросов потребителя; в соответствии с концепцией 2 — за счет достижения определенного объема продаж.
4. Какой из вариантов правильно характеризует эволюцию возникновения концепции маркетинга:
  - а) продуктовая концепция, производственная концепция, концепция продаж, концепция маркетинга;
  - б) производственная концепция, концепция продаж, продуктовая концепция, концепция маркетинга;
  - в) концепция маркетинга, производственная концепция, продуктовая концепция, концепция продаж;
  - г) концепция продаж, концепция маркетинга, производственная концепция, продуктовая концепция.
5. Комплекс маркетинга включает:
  - а) производство;
  - в) продукт;
  - г) цену продукта;
  - д) законодательную систему;
  - е) НИОКР;
  - ж) продвижение продукта;
  - з) доведение продукта до потребителя.
6. Соотнесите понятия «маркетинг» и «продажа»:
  - а) маркетинг предшествует продаже;
  - б) маркетинг имеет место в момент продажи;
  - в) маркетинг имеет место после продажи;
  - г) маркетинг как предшествует продаже, так и имеет место в процессе продажи.
7. Какова роль маркетинговых служб в решении задач развития предприятия:
  - а) помогают выявить резервы производства;



б) помогают повысить цену на выпускаемую продукцию;  
в) ориентируют производственно-хозяйственную деятельность в целом на запросы потребителей и требования рынка.

8. Для совершенствования добровольного обмена необходимо соблюдение следующих основных условий:

- а) Сторон должно быть как минимум две;
- б) Согласованное время совершения;
- в) Каждая сторона должна располагать чем-то, что могло бы представить ценность для другой стороны;
- г) Каждая сторона должна быть способна осуществлять коммуникацию и доставку своего товара.

9. Для совершения сделки необходимо соблюдение следующих основных условий:

- а) Наличие по меньшей мере двух ценностно-значимых объектов;
- б) Согласованное время совершения;
- в) Согласованное место проведения;
- г) Каждая сторона должна быть способна осуществлять коммуникацию и доставку своего товара.

10. Маркетинг, как философия бизнеса – это:

- а) Обеспечение высокого качества товара;
- б) Концентрация бизнеса вокруг покупателя;
- в) Получение сверх прибыли.

**Примерные тесты по дисциплине Менеджмент:**

**1. Менеджмент рассматривается в управленческой литературе как ...**

- а) деятельность, имеющая целью продвижение продукции на новый рынок
- б) производственная деятельность организации
- в) деятельность по сбору и обработке информации
- г) самостоятельный вид профессиональной деятельности

**2. В развитие какой школы менеджмента основной вклад внес Анри Файоль?**

- а) школы человеческих отношений
- б) школы научного управления
- в) системного подхода
- г) административной школы

**3. Часть социально-экономической системы, на которую направлено управленческое воздействие называется:**

- а) объект управления
- б) субъект управления
- в) менеджмент
- г) система управления

**4. Самая общая цель организации, выражающая смысл, предназначение организации и является ее философией - это:**

- а) цель
- б) миссия
- в) программа
- г) стратегия

**5. К внутренней среде организации относятся:**

- а) поставщики
- б) конкуренты
- в) персонал
- г) научно-технические организации

**6. PEST (STEP)-анализ – это метод анализа:**

- а) внутренней среды организации;
- б) внешней макросреды среды организации;
- в) сильных сторон организации.

**7. Способ составления планов, исходящий из удельных затрат ресурсов на единицу продукции и требуемого ее количества - это**

- а) нормативный метод планирования;
- б) балансовый метод планирования;
- в) расчетно-аналитический метод планирования.

**8. Согласно какой методике стратегического планирования товар проходит такие этапы развития как «вопросительный знак», «звезда», «дойная корова», «собака»?**

- а) SWOT-анализ
- б) матрица И. Ансоффа
- в) матрица Бостонской консалтинговой группы
- г) матрица Томпсона-Стрикленда

9. **Механистическая организация функционирует эффективнее в сложном и нестабильном окружении**  
 а) верно б) неверно
10. **Какие типовые организационные структуры следует отнести к структурам органического типа?**  
 а) линейно-штабные в) дивизиональные  
 б) линейно-функциональные г) матричные
11. **Уровень управления – это:**  
 а) расположение частей целого в порядке от высшего к низшему,  
 б) уровень сотрудничества между частями организации,  
 в) часть организации, в рамках которой могут приниматься самостоятельные решения,  
 г) концентрация прав принятия решений на верхнем уровне организации.
12. **Предприятие, не наделенное правом собственности на закрепленное за ним имущество, называется:**  
 а) полным товариществом в) обществом с ограниченной ответственностью  
 б) акционерным обществом г) унитарным предприятием
13. **Объединение предприятий, предполагающее сбыт продукции участников через единый сбытовой орган – это:**  
 а) синдикат в) холдинг  
 б) концерн г) трест
14. **Стимул – это внешнее воздействие на человека с целью побудить его к определенным действиям**  
 а) верно б) неверно
15. **Каковы основные процессуальные теории мотивации?**  
 а) Д. Мак Клелланда  
 б) ожидания, справедливости  
 в) А. Маслоу, Ф. Герцберга
16. **Расставьте потребности по порядку от низших к высшим согласно иерархии А. Маслоу:**  
 а) физиологические – потребность в безопасности – социальные – самореализация  
 б) социальные – физиологические – самореализация – потребность в безопасности  
 в) потребность в безопасности – самореализация – физиологические – социальные  
 г) самореализация – потребность в безопасности – социальные – физиологические
17. **Служба, в компетенцию которой входит финансовый контроль:**  
 а) служба маркетинга в) отдел кадров  
 б) отдел снабжения г) бухгалтерия
18. **Способность влиять на индивидов и группы людей и вести их за собой к достижениям цели это:**  
 а) лидерство  
 б) полномочия  
 в) конфликтность
19. **Совокупность сведений о состоянии и процессах, протекающих внутри и за пределами организации – это:**  
 а) информация в) информационная система  
 б) коммуникация г) коммуникационная сеть
20. **Выберите правильную последовательность этапов коммуникационного процесса:**  
 а) зарождение идеи – передача – кодирование и выбор канала – декодирование  
 б) зарождение идеи – кодирование и выбор канала – передача – декодирование  
 в) зарождение идеи – кодирование и выбор канала – декодирование – передача

### **Критерии оценивания:**

$K = \frac{A}{P}$  К – коэффициент усвоения, А – число правильных ответов, Р – общее число вопросов в тесте.

5 = 0,91-1

4 = 0,76-0,9

3 = 0,61-0,75

2 = 0,6

### **Перечень экзаменационных вопросов**

Оцениваемые компетенции по учебной дисциплине: **УК-2, УК-9, ОПК-6**

#### **Вопросы по маркетингу**

1. Маркетинговая информационная система.
2. Рынки; классификация рынков.
3. Методы сегментации рынков. Преимущества и недостатки сегментации.
4. Критерии сегментации рынка потребительских товаров.
5. Критерии сегментирования рынка товаров промышленного назначения.
6. Позиционирование товара на рынке.
7. Товар, характеристика.
8. Характеристика потребительских товаров.
9. Характеристика товаров производственного назначения.
10. Жизненный цикл товара; характеристика этапов ЖЦТ.
11. Товарная марка, торговый знак.
12. Упаковка, значение упаковки.
13. Разработка новых товаров. Выведение товаров на рынок.
14. Цена. Ценовая и неценовая конкуренция.
15. Ценообразование на разных типах рынков.
16. Спрос. Эластичный и неэластичный спрос.
17. Виды ценообразования.

#### **Вопросы по менеджменту**

18. Сущность, цели, задачи менеджмента.
19. Основные категории менеджмента.
20. Современный менеджер: определение, признаки, требования.
21. Назовите основные черты присущие менеджеру
22. Кого на предприятии можно считать менеджером. В чем заключается суть деятельности менеджера.
23. Объясните роль управления в обществе.
24. Эволюция менеджмента: определение, предпосылки, основные школы.
25. Вклад древних цивилизаций в развитие практики управления.
26. Вклад Макиавелли в развитие практики управления средневековым государством.
27. Дайте характеристику зарубежным школам управления
28. Объясните особенности Российского менеджмента
29. Назовите и объясните основные этапы процесса управления
30. Характеристика подходов к менеджменту: системный, процессный, ситуационный.
31. Принципы менеджмента: определение, характеристика.
32. Определение маркетинга. Субъекты, объекты маркетинга. Задачи маркетинга.
33. Основные этапы развития маркетинга. Развитие маркетинга в России.
34. Двойственная природа маркетинга.
35. Роль маркетинга в деятельности предприятия.
36. Организационные структуры маркетинга.
37. Маркетинговые исследования. Задачи маркетинговых исследований.
38. Этапы маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований.
39. Методы сбора информации в маркетинговых исследованиях.
40. Анкетирование. Виды вопросов.

#### **Критерии оценивания:**

"Зачтено" заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка "отлично" выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим

творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

"Незачтено" выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка "незачтено" ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

### **Задания для выполнения контрольной работы**

Общие методические указания к выполнению контрольной работы по дисциплине

Контрольная работа представляет собой обзор литературы по конкретной теме, выполненный на основе аналитического подхода. Студент изучает различные подходы к раскрытию содержания категорий и законов, методологию их исследования, различные теории и опыт их использования на практике. При этом необходимо выработать умение находить в работе или при изучении отдельной проблемы главное, понимать логику предмета, комментировать прочитанное, излагать мнения и описания других авторов своими словами, связывать теоретические идеи с проблемами сегодняшнего дня.

В процессе подготовки работы студент овладевает методом подбора литературы, составления библиографии, методом критического чтения, умением выбирать наиболее значимые теоретические аргументы, сравнивать точку зрения и логику авторов, излагающих дискуссионные проблемы, находить сильные и слабые стороны в разных работах, выявлять более и менее разработанные стороны данного вопроса, мобилизовать весь основной материал по данному вопросу.

Студент самостоятельно выбирает тему контрольной работы из предлагаемого перечня примерных тем. Однако студентом по согласованию с преподавателем может быть предложена своя оригинальная тема, соответствующая проблематике курса «Маркетинг и менеджмент в АПК».

Студент выбирает тему в соответствии со своими интересами и подготовленностью, все это согласуется с преподавателем.

### **План работы**

Контрольная работа обязательно должна содержать план, который предшествует тексту работы и размещается в ней сразу после титульного листа. План работы включает: введение, в котором указывается актуальность выбранной темы; основную часть, состоящую из отдельных глав и параграфов; заключение, содержащую основные выводы по работе; список использованной литературы.

Контрольная работа представляется на кафедру для проверки в написанном от руки или отпечатанном на писчей бумаге формате А4. Все страницы должны иметь сквозную нумерацию, начиная со второго. Номер страницы обозначается арабскими цифрами в верхнем правом углу. Страницы должны иметь поле:

Слева - не менее 30 мм, справа - не менее 10 мм,  
Сверху - не менее 15 мм, снизу - не менее 20 мм.

### **Темы контрольных работ по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»**

1. Виды маркетинга.
2. Маркетинговая среда.
3. Инструменты маркетинга. Разработка маркетингового комплекса.
4. Концепции управления маркетингом.
5. Маркетинговая информационная система.
6. Влияние маркетинга на отдельных потребителей и общество.
7. Сегментирование и выбор целевых рынков.
8. Принципы взаимоотношений общества и маркетинга.
9. Позиционирование товаров на рынке: понятие, необходимость

10. Определение рынка, измерение текущего рыночного спроса
11. Прогнозирование спроса.
12. Разработка модели выхода на рынок.
13. Характеристики, влияющие на покупательское поведение.
14. Рынок товаров производственного назначения, поведение покупателей на рынке предприятий.
15. Маркетинговые стратегии на этапах жизненного цикла товара.
16. Ценовая политика, факторы ценообразования, основные подходы к ценообразованию, стратегии ценообразования.
17. Товар, товарный ассортимент и товарная номенклатура. Сервисное обслуживание клиентов
18. Маркетинговые системы в распределении товара.
19. Создание конкурентных преимуществ как один из основных приемов маркетинга.
20. Реклама, виды рекламы, основные решения по созданию рекламы.
21. Стимулирование сбыта
22. Рынок товаров производственного назначения, поведение покупателей на рынке предприятий
23. Менеджмент как учебная и научная дисциплина.
24. Основные категории менеджмента.
25. Современный взгляд на роль менеджмента.
26. Система управления Ф. Тейлора.
27. Развитие менеджмента в Европе: принципы и функции управления административного менеджмента А. Файоля («Общее и промышленное управление»).
28. Теория рациональной бюрократии М. Вебера.
29. «Динамичный менеджмент» М. Фоллетт.
30. «Теория иерархии потребностей» А. Маслоу.
31. Японская система управления: пять отличительных особенностей японского менеджмента.
32. Социально-психологический менеджмент: принципы.
33. Развитие управленческой мысли в России.
34. Процессный, системный, ситуационный и количественный подходы в современной теории менеджмента.
35. Специфические особенности (обязательность, безвозмездность, проверяемость, точность) и виды (организационные, распорядительные, дисциплинарные) административного менеджмента.
36. Экономические методы (государственный, внутризаводской, персональный) менеджмента.
37. Социально-психологические методы (коллективный и индивидуальный уровни) менеджмента.
38. Понятие функций. Виды функций.
39. Основные функции. Прогнозирование, кратко-, средне- и долгосрочные прогнозы.
40. Планирование: сущность, виды планов.
41. Современные подходы к планированию.
42. Организация и координация как функции менеджмента.
43. Стимулирование и мотивация.
44. Понятие и виды стимулирования (денежное, неденежное, социальное, психологическое, творческое, моральное).
45. Понятие и теории мотивации (теория иерархии потребностей, двухфакторная модель

Герцберга, теория приобретенных потребностей МакКлелланда, теория ожиданий, теория справедливости С. Адамсона, теория подкрепления).

46. Современные приемы стимулирования - мотивации в организации труда.
47. Принятие решений. Виды решений.
48. Факторы влияния на принятие управленческих решений.
49. Современные приемы принятия решений.
50. Специальные функции менеджмента.
51. Понятие стиля руководства. Классические стили руководства.
52. Теории стиля руководства
53. Современные стили руководства.
54. Основы организации. Организация как поле деятельности менеджера. Понятие организации.
55. Основные характеристики организации.
56. Типы организаций.
57. Внутренняя среда организации.
58. Корпоративная культура как наиболее значимый фактор внутренней среды организации. Уровни корпоративной культуры. Внешние элементы корпоративной культуры (символ, предание, герой, церемония, девиз).
59. Внешняя среда организации.
60. Управление эмоциями и стрессами.
61. Менеджмент персонала (подбор и набор персонала, обучение персонала, расстановка кадров, работа с персоналом).
62. Имидж менеджера.
63. Требования к современному менеджеру: задачи менеджера, факторы успеха, Психологическая направленность менеджера.
64. Менеджмент и лидерство.
65. Классические теории лидерства; современные теории лидерства.
66. Различия между менеджером и лидером; соединение менеджмента и лидерства.
67. Понятие конфликта. Теории конфликтов.
68. Причины конфликтов, модель конфликта.
69. Поведение в конфликте, постконфликт.
70. Природа стресса. Методы борьбы со стрессом.

#### **Требования к оформлению контрольной работы.**

- 1) Контрольная работа должна иметь титульный лист, содержание.
- 2) На каждой странице должны быть поля: слева – не менее 30 мм, справа – не менее 10 мм, сверху – не менее 15 мм, снизу – не менее 20 мм.
- 3) Выполненная в полном объеме и хорошо оформленная работа должна быть предоставлена в ВУЗ в период сессии.
- 4) **Критерии оценки:**
- 5) Контрольная работа оценивается удовлетворительной оценкой (61-100 б.) и неудовлетворительной ( $\leq 60\%$ ): **ОЦЕНИВАЕТСЯ ОТДЕЛЬНО.**
- 6) **удовлетворительно** – выполнено правильно не менее 50% заданий, работа выполнена по стандартной или самостоятельно разработанной методике, в освещении вопросов не содержится грубых ошибок, по ходу решения сделаны аргументированные выводы, самостоятельно выполнена графическая часть работы;
- 7) **неудовлетворительно** - студент не справился с заданием (выполнено правильно менее 50% задания варианта), не раскрыто основное содержание вопросов, имеются грубые ошибки в освещении вопроса, в решении задач, в выполнении графической части задания и т.д., а также выполнена не самостоятельно.