



## 1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг» является формирование системы компетенций в области управления для формирования навыков использования полученных знаний при принятии организационно-управленческих решений.

Задачами дисциплины являются изучение современных методов принятия управленческих решений, используемых в практической деятельности отечественных и зарубежных организаций; изучение технологий процессов принятия эффективных управленческих решений; получение практических навыков и умений самостоятельно разрабатывать и принимать управленческие решения и адаптировать методы принятия управленческих решений, исходя из особенностей конкретного объекта управления.

## 2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

«Менеджмент и маркетинг» относится к обязательной части дисциплин Б1.0.14. Дисциплина изучается в 7,8 семестре на 4 курсе очной формы обучения.

## 3 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ / ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ЗАВЕРШЕНИИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (в соответствии с ФГОС ВО и требованиями к результатам освоения ОПОП).

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
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-1. Умеет на основе анализа поставленной цели формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения.	Знает: сущность, функции маркетинга и направления его использования в условиях рыночной экономики; организацию служб маркетинга на фирмах. Умеет: практически использовать средства организационной и вычислительной техники для проведения маркетинговых исследований, анализа конкурентоспособности и жизненного цикла товара, разработки маркетинговых программ. Владеет: навыками поиска, сбора, систематизации, анализа и использования вторичной и первичной (оперативной) маркетинговой информации.
	ИД-2. Способен оценивать имеющиеся ресурсы, ограничения и действующие правовые нормы при постановке/решении задач.	Знает: современные тенденции менеджмента. Умеет: готовить предложения по товарной политике на основе сопоставительного анализа параметров конкурентоспособности товара. Владеет: методами формулирования и реализации стратегий на уровне

		бизнес-единицы.
	ИД-3. Выбирает оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	Знает: принципы сегментации и выбора целевых рыночных сегментов или ниш. Умеет: выявлять, формировать и удовлетворять потребности. Владеет: методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль).
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИД-1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия, технологии межличностной и групповой коммуникации.	Знает: задачи управления персоналом в связи с маркетинговой деятельностью. Умеет: профессионально вести маркетинговую работу. Владеет: навыками деловых коммуникаций.
	ИД-2. Способен устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.	Знает: принципы развития и закономерности функционирования организации. Умеет: организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач. Владеет: современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации.
	ИД-3. Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия в команде.	Знает: виды управленческих решений и методы их принятия. Умеет: анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию. Владеет: современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации.
УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИД-1. Демонстрирует знание экономических понятий, явлений, базовых принципов функционирования экономики.	Знает: основные принципы экономического мышления и поведения в процессе управления организацией. Умеет: анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию. Владеет: навыками деловых коммуникаций.
	ИД-2. Использует методы и инструменты необходимые для принятия экономических решений в различных областях жизнедеятельности.	Знает: основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая процессы коммуникации, командообразования, лидерства и принятия решений, переговоров, управления конфликтами и мотивации. Умеет: обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций. Владеет: инструментарием маркетинга; навыками анализа;

		способами ведения маркетинговой деятельности.
	ИД-3. Принимает обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	Знает: конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности. Умеет: разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность. Владеет: знания экономических основ поведения организаций, имея представления о различных структурах рынков и способности проводить анализ конкурентной среды отрасли.
ОПК-6. Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность профессиональной деятельности	ИД-1 Демонстрирует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства	Знает: основные бизнес-процессы в организации. Умеет: обосновывать расчеты для экономических разделов планов и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами. Владеет: навыками сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения поставленных экономических задач.

## 4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1 Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетные единицы, 180 часов.

для очной формы обучения

Вид учебной работы		Трудоемкость дисциплины		Семестры (кол-во недель в семестре)	
		Всего часов	Объем контактной работы	7 (18)	8 (10)
<b>Аудиторная контактная работа (всего)</b>		56	56	36	20
в том числе:	Лекции	28	28	18	10
	Практические занятия	28	28	18	10
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего), в том числе:</b>		97		72	25
СРС в семестре:	Подготовка к практическим занятиям	36		26	10
	Изучение вопросов, выносимых на самостоятельное изучение	62		46	15
	Зачет	6		6	-
СРС в сессию:	Экзамен	27	0,25		27

<b>Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)</b>	<b>Зачет экзамен</b>		<b>Зачет</b>	<b>экзамен</b>
<b>Общая трудоемкость, ч.</b>	180	56,25	72	108
<b>Общая трудоемкость, зачетные единицы</b>	5		2	3

для заочной формы обучения

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Трудоемкость дисциплины</b>	<b>Семестры (количество недель)</b>
---------------------------	------------------------------------	---

		Всего часов	Объем контактной работы			
				1	2	1
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>		18	18	4	4	10
в том числе:	Лекции (Л)	8	8	2	2	4
	Практические занятия (ПЗ)	10	10	2	2	6
<b>Самостоятельная работа студента (СРС) (всего), в том числе:</b>		149		32	28	89
СРС в семестре:	Подготовка к практическим занятиям	56		10	10	36
	Изучение вопросов, выносимых на самостоятельное изучение	93		22	18	53
	Зачет	5		1	1	3
СРС в сессию	Экзамен	27			27	
<b>Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)</b>		зачет, экзамен			зачет	экзамен
<b>Общая трудоемкость, час.</b>		180	18	36		108
<b>Общая трудоемкость, зачетные единицы</b>		5		1		3

#### 4.2. Тематический план лекционных занятий для очной формы обучения

№ п./п.	Наименование раздела дисциплины	Трудоемкость, ч.
1.	Основы менеджмента	2
2.	Основные характеристики организаций. Внешняя и внутренняя среда организации	4
3.	Организационная структура управления	2
4.	Методы управления	4
5.	Принципы и функции управления	2
6.	Коммуникации в организациях. Процесс принятия управленческих решений.	2
7.	Методологические основы и методы маркетинговой деятельности	4
8.	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	2
9.	Товарная политика фирмы	2
10.	Ценовая политика фирмы	4
	<b>ИТОГО</b>	<b>28</b>

### Тематический план лекционных занятий для заочной формы обучения

№ п./п.	Наименование раздела дисциплины	Трудоемкость, ч.
1.	Основы менеджмента	1
2.	Основные характеристики организаций. Внешняя и внутренняя среда организации	1
3.	Организационная структура управления	1
4.	Методы управления	1
5.	Коммуникации в организациях. Процесс принятия управленческих решений.	1
6.	Методологические основы и методы маркетинговой деятельности	1
7.	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	1
8.	Ценовая политика фирмы	1
	ИТОГО	8

### 4.3. Тематический план практических занятий для очной формы обучения

№ п./п.	Темы практических занятий	Трудоемкость, ч.
1	3	4
1	Эволюция менеджмента: условия и предпосылки возникновения менеджмента.	4
2	Понятие организации. Концепция жизненного цикла организации.	4
3	Виды структур управления.	2
4	Экономические методы управления.	2
5	Организация как процесс управления.	4
6	Сущность управленческих решений.	2
7.	Маркетинг - как система управления деятельностью предприятия	2
8.	Методы исследования.	4
Всего		28

### Тематический план практических занятий для заочной формы обучения

№ п./п.	Темы практических занятий	Трудоемкость, ч.
1	3	1
1	Эволюция менеджмента: условия и предпосылки возникновения менеджмента.	1
2	Понятие организации. Концепция жизненного цикла организации.	1
3	Виды структур управления.	1
4	Экономические методы управления.	1
5	Организация как процесс управления.	1
6	Сущность управленческих решений.	1
7.	Маркетинг - как система управления деятельностью предприятия	1

8.	Методы исследования.	2
Всего		10

#### 4.4 Тематический план лабораторных работ

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

#### 4.5 Самостоятельная работа для очной формы обучения

Вид самостоятельной работы	Название (содержание работы)	Объем акад. часы
		очная форма обучения
Подготовка к практическим занятиям	Изучение пройденного лекционного материалы, подготовка докладов по выбранным темам	72
Изучение вопросов, выносимых на самостоятельное изучение	Самостоятельное изучение литературы по дисциплине	25
Зачет	Подготовка к зачету	6
Экзамен	Подготовка к экзамену	27
<b>ИТОГО</b>		<b>97</b>

#### 4.6 Самостоятельная работа для заочной формы обучения

Вид самостоятельной работы	Название (содержание работы)	Объем акад. часы
		очная форма обучения
Подготовка к практическим занятиям	Изучение пройденного лекционного материалы, подготовка докладов по выбранным темам	56
Изучение вопросов, выносимых на самостоятельное изучение	Самостоятельное изучение литературы по дисциплине	93
Зачет	Подготовка к зачету	6
Экзамен	Подготовка к экзамену	27
<b>ИТОГО</b>		<b>149</b>

5

## 6 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе преподавания дисциплины «Менеджмент и маркетинг» используются как классические формы и методы обучения (лекции и практические занятия), так и активные методы обучения (проблемные дискуссии, решение ситуационных задач). Применение любой формы обучения предполагает также использование новейших обучающих технологий. Для успешного овладения дисциплиной используются следующие информационные технологии обучения: при проведении лекций – презентации в программе Microsoft Office (Power Point).

Исходные данные для решения ситуационных задач и проведения дискуссий выдаются преподавателем в начале занятий группам студентов.



Решение студентами ситуационных и дискуссионных задач необходимо для более полного освоения практической части курса и играет существенную роль в формировании профессиональных навыков и компетенций.

По дисциплине «Менеджмент и менеджмент» в локальной сети академии размещены следующие материалы: рабочая программа дисциплины; методические материалы для промежуточного контроля успеваемости студентов.

## **7 ОСНОВНАЯ, ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»:**

### **6.1. Основная литература:**

6.1.1. Лебедева, Н.А. Основы менеджмента и маркетинга: учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] / О.А. Королева, Н.А. Лебедева .— Орел : ОрелГТУ, 2010 .— 75 с. — 73 с. — Режим до-ступа: <https://rucont.ru/efd/140042>

6.1.2. Сергеева, Е. А. Менеджмент и маркетинг. Ч. 1. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. С. Брысаев, Е. А. Сергеева .— Казань : КГТУ, 2010 .— 199 с. — 199 с. — ISBN 978-5-7882-0834-3 .— Ре- жим доступа: <https://rucont.ru/efd/229642>

### **6.2. Дополнительная литература**

6.2.1. Артамонова, И. А. Теория управления : [учеб. пособие] / И. А. Артамонова .- 2-е изд., перераб. - М. : Изд-во МИИГАиК, 2013 .- [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://rucont.ru/efd/247061>

### **6.3 Программное обеспечение:**

6.3.1. Microsoft Windows 7 Профессиональная 6.1.7601 Service Pack 1;

6.3.2. Microsoft Windows SL 8.1 RU AE OLP NL;

6.3.3. Microsoft Office стандартный 2013;

6.3.4. Microsoft Office Standard 2010;

6.3.5. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition;

6.3.6. WinRAR:3.x: Standard License – educational –EXT;

6.3.7. 7 zip (свободный доступ)

### **4. Перечень информационно-справочных систем и профессиональных баз данных:**

6.3.1. Арженковский, И. В. Маркетинг регионов [Электронный ресурс] - Ре- жим доступа:

<http://www.marketing.spb.ru/read/article/a56.htm><http://window.edu.ru/>

6.3.2. Загорская, Л. М. Профессиональная этика и этикет : учебное пособие / Л. М. Загорская .- Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2012. – 292 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://rucont.ru/efd/205850>

6.3.3. Кифа, Л. Л. Управление персоналом : электронное учебно- методическое пособие / Л. Л. Кифа .— Тольятти : Тольяттинский государ-

ственный университет, 2014. -[Электронный ресурс] - Режим доступа:  
<http://rucont.ru/efd/279939>

6.3.4. Котлярова, Н. А. Маркетинг в сфере услуг / Н. А. Котлярова .— Ростов н/Д. : Ростовская государственная консерватория (академия) им. С. В. Рахманинова, 2010 – [Электронный ресурс] - Режим доступа:  
<http://rucont.ru/efd/226783>

## 8 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ 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, занятий семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, ауд. 3235 <i>Самарская обл., г. Кинель, п.г.т. Усть-Кинельский, ул. Спортивная, д. 8А.</i>	Учебная аудитория на 180 посадочных мест, укомплектована специализированной мебелью (столы, лавки, учебная доска) и техническими средствами обучения (экран, проектор, ноутбук)
2	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, ауд. 701. <i>Самарская область, г. Кинель, п.г.т. Усть-Кинельский, ул. Спортивная, д.7 Б</i>	Учебная аудитория на 24 посадочных места, укомплектованная специализированной мебелью (столы, стулья, учебная доска) и техническими средствами обучения: (нетбук, проектор мультимедиа)
3	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, ауд. 3239. <i>Самарская обл., г. Кинель, п.г.т. Усть-Кинельский, ул. Спортивная, д. 8А.</i>	Учебная аудитория на 30 посадочных мест, укомплектованная специализированной мебелью (столы, стулья, учебная доска) и техническими средствами обучения (переносной проектор, переносной ноутбук, экран)
4	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, ауд. 3236. <i>Самарская обл., г. Кинель, п.г.т. Усть-Кинельский, ул. Спортивная, д. 8А.</i>	Учебная аудитория на 12 посадочных мест, укомплектованная специализированной мебелью (компьютерные столы, стулья), компьютерной техникой (12 рабочих станций) и техническими средствами обучения (переносной проектор, переносной ноутбук, переносной экран)
5	Помещение для самостоятельной работы, ауд. 3310а (читальный зал). <i>Самарская обл., г. Кинель, п.г.т. Усть-Кинельский, ул. Спортивная, д. 8А.</i>	Помещение на 6 посадочных мест, укомплектованное специализированной мебелью (компьютерные столы, стулья) и оснащенное компьютерной

		техникой (6 рабочих станций), подключенной к сети «Интернет» и обеспечивающей доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.
6	Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, ауд. 3203б. <i>Самарская обл., г. Кинель, п.г.т. Усть-Кинельский, ул. Спортивная, д. 8А.</i>	Специальный инструмент и инвентарь для учебного оборудования: кисточки для очистки компьютеров и комплектующих, спирт, комплектующие и расходные материалы

## **9 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### **8.1 Виды и формы контроля по дисциплине**

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных навыков (владений) осуществляется в рамках текущего и промежуточного контроля в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся.

Текущий контроль освоения компетенций по дисциплине проводится при изучении теоретического материала, выполнении заданий на практических занятиях, выполнении индивидуальных заданий в форме доклада, деловой игры. Текущему контролю подлежат посещаемость обучающимися аудиторных занятий и работа на занятиях.

Итоговой оценкой освоения компетенций является промежуточная аттестация в форме зачета, проводимая с учетом результатов текущего контроля.

### **8.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

#### **Ситуационные и практические задачи**

##### *Задача 1.*

Приведите примеры принимаемых управленческих решений. К каким типам классификации управленческих решений они относятся. Дайте краткую характеристику процедур разработки и принятия решений в вашей организации. Как они согласуются с общими принципами управления, применяемыми в вашей организации.

##### *Задача 2.*

Характеристика преимуществ и недостатков применения различных методов разработки управленческих решений для разработки управленческих решений (экспертный метод, метод сценариев, метод «дерева решений», метод мозгового штурма, эвристические методы) Ответ проиллюстрировать на примерах.

##### *Задача 3.*

Проблема централизации и децентрализации власти при разработке, принятии и реализации управленческих решений. Ответ проиллюстрировать на примерах.

##### *Задача 4.*

Роль и значения неопределенности и риска при разработке и принятии управленческих решений. Ответ проиллюстрировать на примерах.

##### *Задача 5.*

Характеристика факторов, препятствующих разработке и принятию эффективных управленческих решений. Ответ проиллюстрировать на примерах.

*Задача № 6*

Проведение маркетингового исследования. Разработка плана исследования, составление анкеты, подготовка к опросу потребителей, опрос потребителей, обработка и представление результатов.

*Задача № 7*

Комплексное исследование рынка. Сегментация рынка. Построение карт позиционирования товара.

*Задача №8*

Оценка конкурентоспособности экспортного товара

*Задача № 9*

Ассортиментная политика фирмы. Ситуационный анализ: «Жизненный цикл товара»

*Задача № 10*

Ситуационный анализ « Оценка упаковки продуктов питания». Разработка оригинальной упаковки товара

*Задача № 11*

Товародвижение. Ситуационный анализ: «Организация системы сбыта», «Расчет потребности в торговых агентах»

*Задача № 12*

Маркетинговые коммуникации. Поиск оригинальных идей и разработка эффективного рекламного текста. Экспертная оценка рекламного текста

*Задача № 13*

Ситуационный анализ: «Обновление товара и продвижение его на рынок»

*Задача № 14*

Стратегический маркетинг. Ситуационный анализ: «Стратегическое планирование маркетинговой деятельности предприятия»

Задание: необходимо подготовить управленческое решение по представленной проблематике.

Цель: изучить теоретический материал, представленный на лекционных занятиях и сформировать доклад по анализируемой проблеме.

Методика выполнения: группа делится на две подгруппы и в каждой необходимо разработать управленческое решение по проблеме.

Данный процесс носит соревновательный характер, то есть подгруппа справившаяся с поставленной задачей быстро и правильно, получает дополнительный балл. После этого, разработанные решения анализируются и делаются выводы.

**Критерии и шкала оценки групповых и индивидуальных практических и ситуационных задач:**

- оценка «зачтено» выставляется студентам, если они свободно владеют материалом, ориентируются в основных понятиях дисциплины и могут безошибочно произвести необходимые управленческие решения;

- оценка «не зачтено» выставляется студентам, не владеющим основополагающими знаниями по поставленному вопросу, если они не ориентируются в основных понятиях и не могут принять соответствующие управленческие решения.

## **Деловая игра**

*Деловая игра «Разработка и принятие управленческих решений в условиях социально значимых проблем»*

Цель занятия – развитие у студентов практических навыков самостоятельной работы по обоснованному принятию управленческого решения в условиях социально значимых проблем

*Деловая игра «Выбор варианта решения методом многокритериальной оценки альтернатив»*

Цель занятия – развитие у студентов практических навыков обоснованного принятия управленческого решения на основе методов многокритериальной оценки альтернатив.

*Деловая игра «Мозговой штурм»*

Цель – привить навыки проведения «мозгового штурма», навыки анализа ситуации и выбора вариантов решения с помощью методов активизации творчества.

### *Примерные ситуации для проведения "мозгового штурма"*

*Задание 1.* Предложите несколько идей, которые вы реализуете, если вас назначат директором службы экономической безопасности фирмы (начальником финансово-экономической службы).

*Задание 2.* Действительно ли мужчины способнее женщин в управленческой деятельности? нет, объясните, почему возникло такое мнение. (Приведите максимум примеров.)

*Задание 3.* Если нарушитель технологической дисциплины фирмы по производству продукции, ведение которого осуждается в трудовом коллективе, поднялся бы и демонстративно вышел из помещения то какие действия вы предприняли бы и к чему бы они привели?

*Задание 4.* Какие идеи вы предложили бы для того, чтобы сократить число бракованной продукции выпускаемой фирмой? Время на выполнение каждого задания - 5 мин.

### **Цели и задачи деловой игры**

Деловая игра - продуктивный способ выдвижения новых идей. Подчас довольно сложная проблема, не поддавшаяся решению традиционными способами, неожиданно получа- ла оригинальное решение. Деловая игра развивает мыслительные процессы, способность абстрагироваться от объективных условий и существующих ограничений, умение сосредоточиться на какой-либо узкой актуальной цели и т.д.

#### **Порядок проведения деловой игры**

- 1. Постановка проблемы.* Обоснование задачи для поиска решения. Определение условий коллективной работы, выдача студентам правил поиска решения. Формирование нескольких рабочих групп по 3-5 человек и экспертной группы, обязанностью которой будут разработка критериев, оценка и отбор наилучших идей. Время -10 мин.
- 2. Разминка.* Упражнения в быстром поиске ответов на поставленные вопросы. Задача этого этапа - помочь студентам максимально освободиться от воздействия психологических барьеров (неловкости, стеснительности, замкнутости, скованности ит.п.). Время -15-20 мин.

3. *Решение поставленной проблемы.* Предварительно еще раз уточняется задача, напоминаются правила поведения в ходе игры. Генерирование идей начинается по сигналу преподавателя одновременно во всех студенческих рабочих группах. К каждой группе прикрепляется эксперт из числа студентов, задача которого фиксировать на бумаге выдвигаемые идеи. Время -10-15 мин.
4. *Оценка и подбор наилучших идей.* Пока эксперты на основе избранных критериев отбирают идеи, рабочие группы отдыхают. Время -10-15 мин.
5. *Сообщение о результатах.* Обсуждение итогов работы, оценка наилучших идей, их обоснование и публичная защита. Принятие коллективного решения.

### **Сценарий деловой игры**

1. Во время игры нет ни начальников, ни подчиненных, ни новичков, ни ветеранов, есть ведущий и участники; никто не может претендовать на особую роль или привилегии; преимущества не дает даже авторство блестящих идей.
2. Участник игры должен стремиться не к демонстрации своих познаний и квалификации, а к решению выдвинутой проблемы.
3. Деловая игра требует полного раскрепощения мысли и свободы для выступления; чем неожиданней и необычней идея, тем больше оснований рассчитывать на ее успех.
4. Как бы фантастична и невероятна ни была идея, выдвинутая кем-либо из участников игры, она должна быть встречена с одобрением.
5. Категорически запрещены взаимные критические замечания и промежуточные оценки - они мешают построению и формированию новых идей.
6. Следует воздерживаться от перешептываний, переглядываний, жестов, которые могут быть неверно истолкованы другими участниками игры.
7. Деловая игра не терпит шаблонного мышления; полное освобождение от плена стереотипов, стандартов и традиций - важнейшее условие успешного творческого поиска.
8. Если не хотите обречь поиск на неудачу, избегайте мысли, что обсуждаемая проблема может быть решена только известными способами.
9. Не допускайте суждения, будто данная проблема вообще не разрешима. Теоретически таких положений в практике не существует.
10. Попробуйте с самого начала убедить себя, что положительное разрешение данной проблемы имеет для вас чрезвычайно важное значение.
11. Чем больше выдвинуто предложений, тем больше вероятность появления новой и ценной идеи.
12. В ходе игры допускаются и приветствуются дополнения и усовершенствования идей, предложенных вами или другими участниками деловой игры.
13. Разрешается задавать вопросы коллегам с целью уточнения и развития их идей; вопрос не должен содержать в себе оценки или вашего отношения к идее.
14. Тщательно, но корректно формулируйте свои мысли, не огорчайтесь, если вас не поймут, сделайте попытку еще раз изложить идею.
15. Не ждите одобрений или осуждений вашего предложения со стороны коллег, лучше подумайте, как его можно усовершенствовать.
16. Не обращайтесь к руководителю деловой игры за поддержкой - до окончания игры он не имеет права на публичную оценку.
17. Если проблема в целом не поддается решению, попробуйте расчлнить ее на составные элементы и поразмыслите над каждым из них в отдельности.
18. Используйте способ комбинирования приемов, решений, подсчетов, оценок; попытайтесь структурировать некоторую систему из казалось бы чуждых друг другу частей.

19. Осмысленная выдвинутую для решения проблему, можно попытаться сделать все наоборот; ставить задачу, обратную данной, изменить последовательность действий, операций, расположение деталей т.д.
20. Попробуйте для решения данной проблемы использовать известные вам способы и приемы, применение которых в других ситуациях дает положительные результаты.
21. Оценка и решение поставленной задачи не обязательно могут быть найдены только в фирме, попытайтесь вспомнить интересные неожиданные разрешения сходных проблем в других деятельности.
22. Не стесняйтесь произвольно менять параметры в поставленной проблеме: уменьшать или увеличивать стоимость, сроки, размеры, расстояния и т.д. Если идея решения будет найдена, ее можно доработать до уровня установленных фирмой границ.
23. В процессе деловой игры меньше обращайтесь внимание на возможные последствия, думайте о том, насколько ваше предложение может быть существенным для фирмы, в которой вы работаете.
24. Помните: оптимизм и уверенность удесятерят умственную и психическую энергию человека
25. За пять минут до начала игры попытайтесь ответить на следующие вопросы:
  - заслуживает данная проблема моего внимания?
  - что дает ее решение?
  - кому и для чего это нужно?
  - что произойдет, если ничего не менять?
  - что случится, если я не выдвину ни одной идеи?

#### ***Критерии и шкала оценки деловых игр:***

- оценка «зачтено» выставляется студентам, если они свободно владеют материалом, применяют изученные по дисциплине термины и понятия, могут предложить аргументированное решение по ситуации или ответить на поставленные вопросы с использованием изученного материала;
- оценка «не зачтено» выставляется студентам, не владеющим основополагающими знаниями по поставленному вопросу, если они не ориентируются в основных понятиях, не могут проанализировать ситуацию и не могут предложить пути решения проблемы, рассмотренной в ситуации.

### **Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации**

#### **Вопросы для подготовки к зачету**

1. Сущность управления, менеджмента. Предмет и задачи науки управления.
2. Эволюция управленческой мысли.
3. Школы менеджмента.
4. Особенности российского менеджмента.
5. Понятие организации. Концепция жизненного цикла организации.
6. Виды организаций.
7. Внутренняя среда организации.
8. Внешняя среда организации.
9. Понятие организационной структуры и структуры управления. Основные элементы и связи.
10. Виды структур управления.
11. Типы организационных структур.
12. Адаптивные организационные структуры.
13. Дивизиональные организационные структуры.

14. Проектирование организационных структур.
15. Принципы управления.
16. Понятие и классификация функций управления.
17. Планирование в системе менеджмента.
18. Организация как функция менеджмента.
19. Мотивация в менеджменте. Содержательные теории мотивации.
20. Процессуальные теории мотивации
21. Функция контроля в менеджменте.
22. Организационно-административные методы управления.
23. Экономические методы управления.
24. Социально-психологические методы управления.
25. Стили управления.
26. Понятие и виды коммуникаций. Элементы и этапы коммуникационного процесса.
27. Коммуникационные барьеры.
28. Содержание и виды управленческих решений. Подходы к принятию решения.
29. Этапы рационального решения проблем.
30. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений.

### **Вопросы для подготовки к экзамену**

1. Сущность управления, менеджмента. Предмет и задачи науки управления.
2. Эволюция управленческой мысли.
3. Школы менеджмента.
4. Особенности российского менеджмента.
5. Понятие организации. Концепция жизненного цикла организации.
6. Виды организаций.
7. Внутренняя среда организации.
8. Внешняя среда организации.
9. Понятие организационной структуры и структуры управления. Основные элементы и связи.
10. Виды структур управления.
11. Типы организационных структур.
12. Адаптивные организационные структуры.
13. Дивизиональные организационные структуры.
14. Проектирование организационных структур.
15. Принципы управления.
16. Понятие и классификация функций управления.
17. Планирование в системе менеджмента.
18. Организация как функция менеджмента.
19. Мотивация в менеджменте. Содержательные теории мотивации.
20. Процессуальные теории мотивации
21. Функция контроля в менеджменте.
22. Организационно-административные методы управления.
23. Экономические методы управления.
24. Социально-психологические методы управления.
25. Стили управления.
26. Понятие и виды коммуникаций. Элементы и этапы коммуникационного процесса.
27. Коммуникационные барьеры.
28. Содержание и виды управленческих решений. Подходы к принятию решения.
29. Этапы рационального решения проблем.
30. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений.
31. Методы принятия решения.



32. Группы в организациях и их типы. Факторы, влияющие на эффективность работы группы.
33. Сущность и типы конфликтов в организации.
34. Способы устранения конфликтов.
35. Сущность кадрового менеджмента. Кадровая политика.
36. Отбор и оценка персонала.
37. Сущность маркетинга как науки и практической деятельности.
38. Эволюция концепции маркетинга.
39. Цели, принципы и функции маркетинга.
40. Основные виды маркетинга.
41. Маркетинговая среда предприятия.
42. Комплекс маркетинга.
43. Маркетинг как система управления деятельностью предприятия.
44. Сущность и значение маркетинговых исследований.
45. Цели, принципы, категории маркетинговых исследований.
46. Методы маркетинговых исследований.
47. Понятие, классификация, источники маркетинговой информации.
48. Маркетинговая информационная система.
49. Процедура маркетингового исследования.
50. Товар как важнейший элемент комплекса маркетинга.
51. Подходы к классификации товаров и услуг.
52. Ассортимент и номенклатура.
53. Разработка новых товаров и их жизненный цикл.
54. Маркировка, торговая марка, бренд, упаковка.
55. Проблемы товарной политики в России.
56. Основные факторы, цели, трудности и проблемы ценообразования.
57. Методы формирования цен.
58. Стратегии ценообразования.
59. Адаптация цен.
60. Сущность и виды маркетинговых коммуникаций, тенденции развития.

### 8.3 Критерии оценивания уровня сформированности компетенций

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов знать, уметь, владеть заявленных дисциплинарных компетенций проводится по 2-х бальной шкале оценивания путем выборочного контроля во время зачета.

#### Шкала оценивания зачета

Результат зачета	Критерии
«зачтено»	Обучающийся отвечает на вопрос полно и развернуто, четко формулирует определения, касающиеся вопроса, подтверждает свой ответ фактическими примерами
«не зачтено»	Обучающийся неправильно формулирует основные определения, касающиеся вопроса, или вообще не может их дать, не подтверждает свой ответ фактическими примерами

#### Шкала оценивания экзамена

Результат экзамена	Уровень освоения компетенций	Критерии
«отлично»	высокий уровень	Обучающийся показал знания основных положений дисциплины, умение решать конкретные поставленные задачи,

		предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в рекомендованной литературе, умение правильно оценить полученные результаты расчетов.
«хорошо»	повышенный уровень	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
«удовлетворительно»	пороговый уровень	Обучающийся имеет знания только по основному материалу, но не усвоил его детально, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает затруднения в выполнении практических работ.
«неудовлетворительно»	минимальный уровень не достигнут	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно с большими затруднениями выполняет практические работы или отказывается от ответа.

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

Оценка знаний, умений, навыков, характеризующая этапы формирования компетенций по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

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

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

- на занятиях (решение практических и ситуационных задач, деловых игр);
- по результатам проверки качества конспектов лекций и иных материалов;
- по результатам отчета обучающихся в ходе индивидуальной консультации преподавателя, проводимой в часы самоподготовки, по имеющимся задолженностям.

Контроль за выполнением обучающимися каждого вида работ может осуществляться поэтапно и служит основанием для предварительной аттестации по дисциплине.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится с целью выявления соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков по дисциплине требованиям ФГОС по направлению подготовки в форме зачета и экзамена, и в сроки, установленные учебным планом. Зачет проводится после завершения изучения дисциплины в объеме рабочей учебной программы. Форма проведения зачета определяется кафедрой (устный – по билетам, либо путем собеседования по вопросам; письменная работа, тестирование и др.). Оценка по результатам зачета – «зачтено» или «не зачтено».

Каждая форма контроля по дисциплине включает в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень освоения обучающимися знаний и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и навыков.

Процедура оценивания компетенций, обучающихся основана на следующих стандартах:

1. Периодичность проведения оценки (на каждом занятии).

2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и обучающимися группы) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекса мер по устранению недостатков.

3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.

4. Соблюдение последовательности проведения оценки: предусмотрено, что развитие компетенций идет по возрастанию их уровней сложности, а оценочные средства на каждом этапе учитывают это возрастание.

Краткая характеристика процедуры реализации текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине для оценки компетенций обучающихся представлена в таблице:

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
1	Практические задачи	Совместная деятельность группы обучающихся с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Комплект практических задач
2	Деловая игра	Совместная деятельность группы обучающихся и педагогического работника под управлением педагогического работника с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Описание деловой игры
3	Зачет	Проводится в заданный срок, согласно графику учебного процесса. При выставлении зачета учитывается уровень приобретенных компетенций обучающегося. Компонент «знать» оценивается теоретическими вопросами по содержанию дисциплины, компоненты «уметь» и «владеть» - практико-ориентированными заданиями.	Комплект вопросов к зачету
4	Экзамен	Проводится в заданный срок, согласно графику учебного процесса. При выставлении оценок учитывается уровень приобретенных компетенций обучающегося. Компонент «знать» оценивается теоретическими вопросами по содержанию дисциплины, компоненты «уметь» и «владеть» - практико-ориентированными заданиями	Вопросы для экзамена

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО).

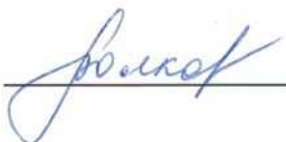
Рабочую программу разработал:  
доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг»,  
канд. экон. наук, доцент М. Н. Купряева



---

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Менеджмент и маркетинг» «02» мая 2023 г., протокол № 9.

Заведующий кафедрой  
канд. экон. наук, доцент А.Г. Волконская



---

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии факультета  
канд. с.-х., наук, доцент Ю. В. Степанова




---

Руководитель ОПОП ВО  
канд. с.-х. наук, доцент Н.В. Васина



---

И.о. начальника УМУ М. В. Борисова



---