

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Вологодская государственная молочнохозяйственная
академия имени Н.В. Верещагина»

Экономический факультет

Кафедра экономики и управления в АПК

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Направление подготовки 35.03.05 Садоводство

Профиль подготовки Декоративное садоводство, газоноведение и флористика

Квалификация выпускника бакалавр

Вологда – Молочное
2024

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 35.03.05 Садоводство, профиль Декоративное садоводство, газоноведение и флористика.

Разработчик, к.э.н., доцент Родионова Т.Г.

Программа одобрена на заседании кафедры экономики и управления в АПК от 25.01.2024 года, протокол № 6.

Зав. кафедрой, к.э.н., доцент Шилова И.Н.

Рабочая программа дисциплины согласована на заседании методической комиссии экономического факультета от 15.02.2024 года, протокол № 6.

Председатель методической комиссии экономического факультета, к.ф.н., доцент Дьякова Н. С.

1 Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины формирование у выпускников современных знаний в области менеджмента маркетинга и роли управления производством в условиях рыночной экономики.

Задачи дисциплины:

1. Ознакомление студентов с теорией и практикой менеджмента и маркетинга,
2. Применение этих знаний в практике деятельности предприятий и организаций,
3. Получение необходимых навыков в организации управления и принятия управленческих решений во всех видах и уровнях управленческой и маркетинговой деятельности,
4. Получение навыков использования в практической деятельности организаций информации, полученной в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте.

2 Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» является дисциплиной обязательной части федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 35.03.05 Садоводство, профиль Декоративное садоводство, газоноведение и флористика (Б1.О.37).

К числу входных знаний, навыков и компетенций студента, приступающего к изучению курса «менеджмент», должно относиться следующее:

- умение в соответствии с нормами русского литературного языка логически правильно строить устную и письменную речь. Обладать навыком написания реферативных работ и выступлений с докладами на заданную тему;
- обладание культурой и навыками мышления, а также навыками решения отвлечённых и практических задач;
- обладание навыками изучения учебной литературы, её конспектирования и анализа;
- обладание элементарными навыками компьютерной грамотности, пользование сетью Интернет для поиска информации.
- наличие базовых знаний и практических навыков осуществления математических вычислений;
- наличие базовых теоретических знаний в сфере экономики;

Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, необходимы для изучения последующих дисциплин «Экономика и организация предприятий АПК».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих	ИД-1ук-2: Знает теорию и практику менеджмента и маркетинга, теорию оперативного управления малыми коллективами и группами, сформированными для реализации конкретного экономического проекта. ИД-1ук-2: Умеет: применять эти знания в практике деятельности предприятий и организаций,

правовых норм, имеющих ресурсы и ограничений	ИД-1ук-2: Владеет навыками организации управления и принятия управленческих решений во всех видах и уровнях управленческой деятельности.
ОПК-6 Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности.	ИД-1о_{пк-6}: Знает теорию и практику менеджмента и маркетинга, теорию оперативного управления малыми коллективами и группами, сформированными для реализации конкретного экономического проекта. ИД-1о_{пк-6}: Умеет: - применять эти знания в практике деятельности предприятий и организаций, ИД-1о_{пк-6}: Владеет: навыками организации управления и принятия управленческих решений во всех видах и уровнях управленческой деятельности.

4 Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

4.1 Структура учебной дисциплины

Вид учебной работы	Всего часов (очно) 7 семестр	Всего часов (заочно) 5 курс
Аудиторные занятия (всего)	52	18
В том числе:		
Лекции (Л)	26	8
Практические занятия (ПЗ)	26	10
Лабораторные работы (ЛР)		
Самостоятельная работа	52	86
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет, контрольная работа
Контроль	4	4
Общая трудоемкость дисциплины, часы	108	108
Зачетные единицы	3	3

4.2 Содержание разделов учебной дисциплины

Раздел 1. Менеджмент

Тема 1. Сущность процесса управления. Система руководящей деятельности.

Объективная необходимость совершенствования практики управления

История развития науки управления.

Сущность процесса управления.

Особенности управленческого труда.

Цели организации и цели руководства.

Эффективность руководящей деятельности.

Принципы, технология, методы и средства руководства.

Тема 2. Методы управления производством. Социально-психологические основы руководства.

Методы постановки задачи перед подчиненными.

Методы принятия решений.

Методы контроля и регулирования.

Стили руководства.
Системный подход к управлению.
Основы психологии личности.
Социальная психология малых групп.
Мотивация и формирование сознательной дисциплины.
Культура организации и этика служебных отношений.
Тема 3. Организация управления производством.
Сущность и этапы организации управления.
Типы структур управления.
Особенности организации управления на предприятиях с различными организационно-правовыми формами хозяйствования.
Распределение прав, обязанностей, ответственности в системе управления. Порядок разработки положений о подразделениях и должностных инструкций.
Тема 4. Научная организация управленческого труда.
Сущность и задачи НОУТ.
Анализ организации управленческого труда.
Планирование личной работы.
Организация рабочих мест.
Техника личной работы управленца.
Тема 5. Оперативное управление производством.
Роль оперативного управления в системе руководящей деятельности и его функции.
Назначение диспетчерской службы и ее задачи.
Организация оперативного управления на предприятии.
Тема 6. Кадровая политика.
Сущность кадровой политики. Как ее формировать.
Подбор и расстановка кадров.
Подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров.
Организация службы управления персоналом на предприятии.

Раздел 2. Маркетинг

Тема 1. Современная логика и философия маркетинга

Эволюция маркетинга как теории и практики предпринимательства.
Определения маркетинга. Концепции маркетинга.
Маркетинг и его место в социально-экономических процессах общества.
Маркетинг как функция предпринимательской деятельности.
Функции маркетинга.
Комплекс маркетинга предприятия.
Маркетинговая среда предприятия и ее структура.

Тема 2. Целевой маркетинг, отраслевые особенности выбора целевого сегмента

Сегментирование рынка. Выбор целевого рынка. Создание отличительных преимуществ.
Выбор признаков сегментирования для рынка потребительских товаров, для рынка товаров производственно-технического назначения, для рынка услуг. Позиционирование рыночного предложения товаров.

Тема 3. Товар и товарная политика в маркетинге, особенности услуги как товара

Товар в системе маркетинга. Понятие качества товара. Конкурентоспособность товара.
Жизненный цикл товара. Стратегия маркетинга на различных этапах ЖЦТ. Способы продления ЖЦТ. Разработка нового товара.
Отраслевые особенности формирования товарного ассортимента. Услуга как товар.
Сущность и классификация услуг. Характеристики услуг. Факторы, определяющие качество услуг. Маркетинговые стратегии в сфере услуг.

Тема 4. Система распределения и товародвижения, роль посредников

Распределение товаров. Каналы распределения и товародвижения. Отраслевые особенности выбора маркетинговых посредников. Оптовая и розничная торговля. Методы продвижения товаров.

Тема 5. Маркетинговые коммуникации, отраслевые особенности стимулирования сбыта и продаж

Комплекс маркетинговых коммуникаций. Реклама. Методы расчета эффективности рекламы. Отраслевые выставки и ярмарки. Деятельность по формированию общественного мнения. Стимулирование посредников и конечных потребителей. Отраслевые особенности применения методов стимулирования.

Тема 6. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования на товарных и отраслевых рынках

Виды маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система. Кабинетные и полевые исследования. Первичная и вторичная информация. Оценка маркетинговой информации. Основные направления маркетинговых исследований. Методы сбора маркетинговой информации. Анализ товарных и отраслевых рынков, конкурентов, цен, каналов распределения, маркетинговых коммуникаций. Оценка результатов исследований.

4.3 Разделы учебной дисциплины и вид занятий

№ п/п	Раздел дисциплины	Лекции	Практические занятия	СРС	Контроль	Всего
1	I раздел: Менеджмент.	13	13	26	2	54
2	II раздел: Маркетинг	13	13	26	2	54
Всего часов		26	26	52	4	108

5 Матрица формирования компетенций по дисциплине

№ п/п	Раздел дисциплины	Универсальные компетенции	Общепрофессиональные компетенции	Общее количество компетенций
		УК-2	ОПК-6	
1	I раздел: Менеджмент	+	+	2
2	II раздел: Маркетинг	+	+	2

6 Образовательные технологии

Объем аудиторных занятий: всего 52 часа, в том числе лекции 26 часов, лабораторные занятия не предусмотрены, практические занятия 26 часов, интерактивные занятия от общего объема аудиторных занятий составляют 68,8 %.

Семестры	Вид занятия (Л, ПР, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
7	ПР	Проблемный семинар на тему «Методы управления производством»	8
	Л	Проблемная лекция на тему «Кадровая политика»	8
	ПР	Проблемный семинар на тему «Маркетинговые исследования»	8
	ПР	Проблемный семинар на тему «Маркетинговые коммуникации»	8
Итого:			32

7 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.1 Виды самостоятельной работы, порядок их выполнения и контроля

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды СРС	Порядок выполнения СРС	Метод контроля
1	I раздел: Менеджмент	Подготовка к собеседованию	Работа с лекционным материалом, основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами	Собеседование Реферат
2	II раздел: Маркетинг	Подготовка к собеседованию Подготовка к тестированию	Работа с лекционным материалом, основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами	Собеседование Реферат Тестирование

7.2 Контрольные вопросы для самопроверки

№ п/п	Раздел дисциплины	Контрольные вопросы для самопроверки
Менеджмент		
1.	Сущность процесса управления.	1. Объективная необходимость совершенствования практики управления 2. История развития науки управления. 3. Сущность процесса управления. 4. Особенности управленческого труда. 5. Организация службы управления персоналом на предприятии.
2.	Система руководящей деятельности.	1. Цели организации и цели руководства. 2. Эффективность руководящей деятельности. 3. Принципы, технология, 4. методы и средства руководства.
3.	Методы управления производством в АПК.	1. Методы постановки задачи перед подчиненными. 2. Методы принятия решений. 3. Методы контроля и регулирования. 4. Стили руководства. 5. Системный подход к управлению.
4.	Социально-психологические основы руководства.	1. Основы психологии личности. 2. Социальная психология малых групп. 3. Мотивация и формирование сознательной дисциплины. 4. Культура организации и этика служебных отношений.
5.	Организация управления сельскохозяйственным производством.	1. Сущность и этапы организации управления. 2. Типы структур управления. 3. Особенности организации управления на предприятиях с различными организационно-правовыми формами хозяйствования. 4. Распределение прав, обязанностей, ответственности

		в системе управления. 5. Порядок разработки положений о подразделениях и должностных инструкций.
6.	Научная организация управленческого труда.	1. Сущность и задачи НОУТ. 2. Анализ организации управленческого труда. 3. Планирование личной работы. 4. Организация рабочих мест. 5. Техника личной работы управленца.
7.	Оперативное управление производством.	1. Роль оперативного управления в системе руководящей деятельности и его функции. 2. Назначение диспетчерской службы и 3. Задачи диспетчерской службы 4. Организация оперативного управления на предприятии.
8.	Кадровая политика.	1. Сущность кадровой политики. 2. Как ее формировать. 3. Подбор и расстановка кадров. 4. Подготовка, переподготовка кадров 5. Повышение квалификации кадров.
Маркетинг		
1.	Современная логика и философия маркетинга	1. История возникновения и развития маркетинга. 2. Основы современного маркетинга: цели, задачи и принципы. 3. Проблемы и перспективы развития маркетинга в России. 4. Функции маркетинга. 5. Основные концепции маркетинга. 6. Виды маркетинга. 7. Маркетинговая среда фирмы. 8. Комплекс маркетинга и условия его эффективного применения.
2.	Целевой маркетинг, отраслевые особенности выбора целевого сегмента	1. Потребности – как исходный момент маркетинговой деятельности. Классификация покупателей и основные характеристики покупателя. 2. Модели покупательского поведения. Основные теории мотивации. 3. Потребительский рынок: факторы, формирующие мотивы покупательского поведения и процесс принятия решения о покупке. 4. Промышленный рынок: факторы, формирующие мотивы покупательского поведения и поведение покупателей на нем. 5. Особенности сельского потребителя. 6. Спрос: понятие, факторы его определяющие. 7. Эластичность спроса. 8. Предложение и его основные характеристики. 9. Эластичность предложения.

		<p>10.Рыночное равновесие.</p> <p>11.Замеры емкости рынка. Оценка рыночных долей и рыночного потенциала.</p> <p>12.Понятие рыночного сегмента, рыночной ниши, рыночного окна.</p> <p>13.Принципы сегментации.</p> <p>14.Выбор принципов сегментирования потребительских рынков, рынков товаров промышленного назначения, рынка услуг.</p> <p>15.Методы сегментирования рынка: прямой и косвенный.</p> <p>16.Выбор целевых сегментов рынка.</p> <p>17.Понятие недифференцированного, дифференцированного и концентрированного маркетинга.</p> <p>18.Критерии оценки сегмента. Выбор сегментов.</p> <p>19.Позиционирование товара</p>
3.	Товар и товарная политика в маркетинге, особенности услуги как товара	<p>1.Товар в системе маркетинга. Классификация товаров. Свойства товара.</p> <p>2.Жизненный цикл товаров и аспекты его практического применения.</p> <p>3.Товарная политика фирмы: цели и задачи.</p> <p>4.Формирование товарной стратегии фирмы.</p> <p>5.Ассортиментная политика фирмы.</p> <p>5.Инновационная политика фирмы. Разработка новых товаров.</p> <p>6.Упаковка и маркировка.</p> <p>7.Товарно-знаковая символика.</p> <p>8.Сервис в системе товарной политики.</p> <p>9.Особенности товара в АПК.</p>
4.	Система распределения и товародвижения, роль посредников	<p>1. Сбытовая политика: цели и задачи.</p> <p>2.Каналы распределения и товародвижения.</p> <p>3.Основные схемы товародвижения. Их сравнительная характеристика.</p> <p>3.Организация процесса товародвижения.</p> <p>4.Виды посредников и их характеристика.</p> <p>5.Оптовая и розничная торговля.</p> <p>6.Специфика товародвижения сельскохозяйственной продукции.</p>
5.	Маркетинговые коммуникации, отраслевые особенности стимулирования сбыта и продаж	<p>1.Сущность и значение процесса маркетинговых коммуникаций.</p> <p>2.Комплекс маркетинговых коммуникаций: цели, задачи, структура, характеристика основных элементов.</p> <p>3.Реклама.</p> <p>4.Стимулирование сбыта.</p> <p>5.Связи с общественностью.</p> <p>6.Прямой маркетинг.</p> <p>7.Оценка экономической эффективности комплекса маркетинговых коммуникаций.</p> <p>8. Стратегия маркетинговых коммуникаций в АПК.</p>

6.	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования на товарных и отраслевых рынках	1.Маркетинговая информация: понятие, свойства и виды. Маркетинговая информационная система. 2.Цели, принципы и методы исследований в маркетинге. 3.Основные направления исследований в маркетинге. 4.Технология маркетинговых исследований. 5.Организация маркетинговых исследований
----	---	--

7 Вопросы для промежуточной аттестации

7.1 Вопросы для зачета

1. Сущность и объективная необходимость процесса управления организацией.
2. Этапы развития науки управления за рубежом и у нас в стране.
3. Особенности управленческого труда. Специфика управленческой деятельности в АПК.
4. Почему объективно необходимо постоянно совершенствовать практику управления организацией?
5. Цели организации. Требования формулировке организационных целей. Миссия фирмы.
6. Цели руководства. Система руководящей деятельности, её назначение и структура.
7. Эффективность руководящей деятельности.
8. Базовые правила (принципы) совместной работы в организации. Идеология фирмы. Её практическая значимость.
9. Функции управления: Содержание и практическая значимость.
10. Методы руководства (экономические, организационно – распорядительные, социально – психологические).
11. Требования к постановке задачи к подчинённому. Методы распорядительства.
12. Сущность процесса принятия решений.
13. Этапы и методы принятия решений. Искусство принятия решений.
14. Принятие решений руководителем с помощью коллектива.
15. Контроль как функция управления. Требования к эффективному контролю. Система контроля в организации.
16. Регулирование деятельности организации. Методы регулирования.
17. Понятие стиля руководства. Положительные и негативные стили.
18. Бюрократический стиль руководства его сущность и последствия. Стратегия и тактика борьбы с бюрократизмом.
19. Демократический стиль руководства. Как его формировать.
20. Системный подход к управлению организацией. Пример его практического применения.
21. Стратегия организации. Как его формировать?
22. Социальная психология личности. Факторы, определяющие поведение личности.
23. Первичный коллектив (малая группа). Как формировать эффективные группы?
24. Мотивация. Теории мотивации.
25. Формирование сознательной дисциплины в коллективе.
26. Условия удовлетворённости работника своим трудом. Как управлять поведением личности в организации.
27. Понятие организационной культуры, её содержание способы формирования.
28. Созидательный и разделительный типы организаций, их характеристика.
29. Конфликт, профилактика и управление конфликтами. Этика служебных отношений.
30. Управление стрессами и организационными изменениями.
31. Сущность организации управления. Метод «коллективная организация управления».
32. Как разработать структуру управления в организации?
33. Типы организационных структур управления, их характеристика.
34. Особенности структур управления в сельскохозяйственных предприятиях.

35. Распределение полномочий в системе управления. Должностное регламентирование.
36. Содержание, порядок разработки и утверждения должностной инструкции.
37. Содержание, порядок разработки и утверждения положения о подразделении.
38. Организация труда управленческого персонала: задачи и содержание.
39. Техника личной работы управленца. Организация и проведение совещания.
40. Эффективное использование рабочего времени управленца. Планирование личной работы.
41. Организация рабочего места управленца.
42. Определение численности управленческого персонала. Смета административно-управленческих расходов: содержание и порядок разработки.
43. Сущность оперативного управления организацией. Создание диспетчерской службы: порядок её работы.
44. Организация и проведение оперативного совещания (планёрки) в хозяйстве.
45. Методика оценки эффективности системы управления в хозяйственной организации.
46. Как оценить экономическую эффективность управления в организации?
47. Особенности организации управления в условиях различно организационно-правовых форм хозяйствования.
48. Самоуправление. Признаки самоуправления в организации.
49. История, проблемы и перспективы развития маркетинга в России.
50. Использование маркетинга в практической деятельности российских предприятий.
51. Сущность, содержание и основные социально-экономические понятия маркетинга.
52. Основные виды маркетинга
53. Основные принципы маркетинга
54. Характеристика основных маркетинговых концепций.
55. Характеристика маркетинговой среды фирмы.
56. Основные направления маркетинговых исследований.
57. Информационное обеспечение маркетинговых исследований.
58. Цели, принципы и методы маркетинговых исследований.
59. Роль и классификация потребителей на рынке.
60. Теории мотивации, используемые в маркетинге.
61. Значение и классификация потребностей.
62. Анализ основных факторов, определяющих поведение потребителей.
63. Основные направления изучения потребителей.
64. Определение и оценка емкости рынка и рыночного потенциала.
65. Методы определения и прогнозирования рыночной доли предприятия.
66. Конкурентоспособность предприятия на рынке производимой продукции.
67. Понятие, значение и задачи сегментации рынка.
68. Формирование сегмента рынка.
69. Ниша рынка: понятие, виды и методика поиска.
70. Стратегия маркетинговой деятельности на целевых рынках.
71. Позиционирование товара.
72. Формирование и задачи ценовой политики предприятия.
73. Классификация цен и характеристика стратегий ценообразования
74. Разработка стратегий ценообразования.
75. Методы ценообразования.
76. Сущность, принципы и методы маркетинговых коммуникаций.
77. Понятие рекламы, ее виды и функции на рынке товаров и услуг.
78. Разработка рекламного обращения.
79. Обоснование выбора средств распространения рекламы, времени и частоты выхода рекламного сообщения.
80. Оценка эффективности рекламы.
81. Позиционирование товара на рынке.

82. Характеристика жизненного цикла товара.
83. Формирование товарной политики предприятия.
84. Ассортиментная политика предприятия
85. Методы оптимизации ассортимента предприятия.
86. Инновационная политика предприятия, разработка новых товаров.
87. Упаковка и маркировка товаров.
88. Товарно-знаковая символика.
89. Организация товародвижения на предприятии.
90. Характеристика и особенности построения каналов сбыта продукции.
91. Организация оптовой торговли.
92. Розничная торговля.
93. Стимулирование сбыта
94. Понятие и особенности функционирования предприятий на рынке услуг.
95. Основные отличительные характеристики услуг от материальных товаров
96. Факторы, влияющие на выбор услуги потребителем.
97. Особенности планирования маркетинга услуг.
98. Сущность, цели и особенности международного маркетинга.
99. Принципы и методы выхода фирмы на международный рынок.
100. Стратегии предприятий на международном рынке.
101. Управление, планирование и контроль в маркетинге.
102. Маркетинговые организационные структуры.
103. Этапы совершенствования организационных структур маркетинга на предприятии.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1 Основная литература

1. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. Д. Дорофеев, А. Н. Шмелева, Н. Ю. Шестопап. - Электрон.дан. - Москва : ИНФРА-М, 2021. - 328 с. - (Высшее образование). - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/go.php?id=1033889>
2. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. - Электрон.дан. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 337 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/go.php?id=1078335>
3. Основы маркетинга [Электронный ресурс] : учебник / Ю. Н. Егоров. - 2-е изд., перераб. и доп. - Электрон.дан. - Москва : ИНФРА-М, 2021. - 292 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/go.php?id=1069190>
4. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебник / Ю. В. Гуськов. - Электрон.дан. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 263 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/go.php?id=1063629>

8.2 Дополнительная литература

1. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 6-е изд., перераб. и доп. - Электрон.дан. - Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2020. - 656 с. - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/go.php?id=1064558>
2. Менеджмент в агропромышленном комплексе [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. И. Вагазова, А. Х. Шагиева, А. С. Макаров. - Электрон.дан. - Казань: КГАУ, 2020. - 239 с. - Внешняя ссылка: <https://e.lanbook.com/book/138645>
3. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебник / Е. Л. Маслова. - 2-е изд. - Электрон.дан. - Москва : Дашков и К, 2020. - 332 с. - (Учебные издания для бакалавров). - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/go.php?id=1091511>
4. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. П. Балашов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Электрон.дан. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. - 288 с. - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/go.php?id=1068829>

5. Менеджмент организации: теория, история, практика [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. Г. Тихомирова, Б. А. Варламов. - Электрон.дан. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 256 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/go.php?id=1057222>

6. Родионова, Т. Г. Менеджмент : учебно-методическое пособие / Т. Г. Родионова. — Вологда : ВГМХА им. Н.В. Верещагина, 2020. — 93 с. — ISBN 978-5-98076-326-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/159442>

8.3 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows XP / Microsoft Windows 7 Professional , Microsoft Office Professional 2003 / Microsoft Office Professional 2007 / Microsoft Office Professional 2010
STATISTICA Advanced + QC 10 for Windows

в т.ч. отечественное

Astra Linux Special Edition РУСБ 10015-01 версии 1.6.

1С:Предприятие 8. Конфигурация, 1С: Бухгалтерия 8 (учебная версия)

Project Expert 7 (Tutorial) for Windows

СПС КонсультантПлюс

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный

Свободно распространяемое лицензионное программное обеспечение:

OpenOffice

LibreOffice

7-Zip

Adobe Acrobat Reader

Google Chrome

в т.ч. отечественное

Яндекс.Браузер

Информационные справочные системы

– [Единое окно доступа к образовательным ресурсам](http://window.edu.ru/) – режим доступа:

<http://window.edu.ru/>

– ИПС «КонсультантПлюс» – режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

– Интерфакс - Центр раскрытия корпоративной информации (сервер раскрытия информации) – режим доступа: <https://www.e-disclosure.ru/>

– Информационно-правовой портал ГАРАНТ.RU – режим доступа:

<http://www.garant.ru/>

– Автоматизированная справочная система «Сельхозтехника» (web-версия) - режим доступ: <http://gtexam.ru/>

Профессиональные базы данных

– Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – режим доступа: <http://elibrary.ru>

– Научометрическая база данных Scopus: база данных рефератов и цитирования – режим доступа: <https://www.scopus.com/customer/profile/display.uri>

– Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики – режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/> (Открытый доступ)

– Российская Академия Наук, открытый доступ к научным журналам – режим доступа: <http://www.ras.ru> (Открытый доступ)

– Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации – режим доступа: <http://mcs.ru/> (Открытый доступ)

Электронные библиотечные системы:

- Электронный библиотечный каталог Web ИРБИС – режим доступа: https://molochnoe.ru/cgi-bin/irbis64r_14/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBNAM=STATIC&I21DBN=STATIC
- ЭБС ЛАНЬ – режим доступа: <https://e.lanbook.com/>
- ЭБС Znanium.com – режим доступа: <https://new.znaniy.com/>
- ЭБС ЮРАЙТ – режим доступа: <https://urait.ru/>
- ЭБС POLPRED.COM: <http://www.polpred.com/>
- Электронная библиотека издательского центра «Академия»: <https://www.academia-moscow.ru/elibrary/> (коллекция СПО)
- ЭБС ФГБОУ ВО Вологодская ГМХА – режим доступа: <https://molochnoe.ru/ebs/>

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория 3101 для проведения занятий лекционного и семинарского типа (практические занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации

Оснащенность:

Учебная мебель: столы – 35, стулья – 70, доска меловая.

Основное оборудование: экран для проектора 1 шт., проектор - 1 шт., компьютер в комплекте - 1 шт.

Учебная аудитория 3104 для проведения семинарских и практических занятий, групповых консультаций, промежуточной аттестации.

Оснащенность:

Учебная мебель: столы – 15, стулья – 30, доска меловая

Учебная аудитория 5101 Лекционная аудитория, для проведения групповых и индивидуальных консультаций;

Оснащенность:

Учебная мебель: столы – 31, стулья – 70, доска меловая.

Основное оборудование: экран для проектора 1 шт., проектор - 1 шт., компьютер в комплекте - 1 шт.

Учебная аудитория 5104 для проведения семинарских и практических занятий, групповых консультаций, самостоятельной работы.

Оснащенность:

Учебная мебель: столы – 16, стулья – 32, доска меловая

Обеспечение образования для лиц с ОВЗ

Для обеспечения образования инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья реализация дисциплины может осуществляться в адаптированном виде, исходя из индивидуальных психофизических особенностей и по личному заявлению обучающегося, в части создания специальных условий.

В специальные условия могут входить: предоставление отдельной аудитории, необходимых технических средств, присутствие ассистента, оказывающего необходимую техническую помощь, выбор формы предоставления инструкции по порядку проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, использование специальных технических средств, предоставление перерыва для приема пищи, лекарств и др.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

10 Карта компетенций дисциплины

Менеджмент и маркетинг					
Цель дисциплины		формирование у выпускников современных знаний в области менеджмента маркетинга и роли управления производством в условиях рыночной экономики.			
Задачи дисциплины		1. Ознакомление студентов с теорией и практикой менеджмента и маркетинга, 2. Применение этих знаний в практике деятельности предприятий и организаций, 3. Получение необходимых навыков в организации управления и принятия управленческих решений во всех видах и уровнях управленческой и маркетинговой деятельности, 4. Получение навыков использования в практической деятельности организаций информации, полученной в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте. 5. формирование у будущих руководителей современных знаний в области менеджмента и роли управления производством в условиях рыночной экономики управленческой деятельности			
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие					
Компетенции		Планируемые результаты обучения (индикаторы достижения компетенции)	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Ступени уровней освоения компетенции
Индекс	Формулировка				
Универсальные 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-1ук-2: Знает теорию и практику менеджмента и маркетинга, теорию оперативного управления малыми коллективами и группами, сформированными для реализации конкретного экономического проекта. ИД-1ук-2: Умеет применять эти знания в практике деятельности предприятий и организаций ИД-1ук-2 Владеет навыками организации управления и принятия управленческих решений во всех видах и уровнях управленческой деятельности	Лекции Семинарские занятия Самостоятельная работа Интерактивные занятия	Контрольная работа Индивидуальная работа	<p style="text-align: center;">Пороговый (удовлетворительный)</p> <p>Знает теорию и практику менеджмента, теорию оперативного управления малыми коллективами и группами, сформированными для реализации конкретного экономического проекта.</p> <p style="text-align: center;">Продвинутый (хорошо)</p> <p>Умеет применять эти знания в практике деятельности предприятий и организаций</p> <p style="text-align: center;">Высокий (отлично)</p> <p>Владеет: навыками</p>

					организации управления и принятия управленческих решений во всех видах и уровнях управленческой деятельности
Общепрофессиональные компетенции					
ОПК-6	Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности.	<p>ИД-1о_{пк-6}: Знает теорию и практику менеджмента, теорию оперативного управления малыми коллективами и группами, сформированными для реализации конкретного экономического проекта.</p> <p>ИД-1о_{пк-6}: Умеет применять эти знания в практике деятельности предприятий и организаций</p> <p>ИД-1о_{пк-6}: Владеет навыками организации управления и принятия управленческих решений во всех видах и уровнях управленческой деятельности.</p>	<p>Лекции</p> <p>Семинарские занятия</p> <p>Самостоятельная работа</p> <p>Интерактивные занятия</p>	<p>Контрольная работа</p> <p>Индивидуальная работа</p>	<p>Пороговый (удовлетворительный)</p> <p>Знает теорию и практику менеджмента, теорию оперативного управления малыми коллективами и группами, сформированными для реализации конкретного экономического проекта.</p> <p>Продвинутый (хорошо)</p> <p>Умеет применять эти знания в практике деятельности предприятий и организаций,</p> <p>Высокий (отлично)</p> <p>Владеет: навыками организации управления и принятия управленческих решений во всех видах и уровнях управленческой деятельности</p>