

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гнатюк Сергей Иванович
Должность: Первый проректор
Дата подписания: 03.10.2025 13:41:30
Уникальный программный ключ:
5ede28fe5b714e680817c5c132d4ba793a6b4421

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ К.Е. ВОРОШИЛОВА»

«Утверждаю»
Декан агрономического факультета

Сигидиненко Л.И. _____
«30» апреля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг»
для направления подготовки (специальности) 35.04.03 Агрономия
направленность (профиль) Технологии производства продукции растениеводства
Год начала подготовки – 2025

Квалификация выпускника – бакалавр

Луганск, 2025

Рабочая программа составлена с учетом требований:

- порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245 (с изменениями и дополнениями);
- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 35.03.04 Агрономия, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 26.07.2017 № 699 (с изменениями и дополнениями).

Преподаватели, подготовившие рабочую программу:

канд. экон. наук, доцент
доцент кафедры экономической теории
и экономической безопасности

_____ **Ю.Н. Бабак**

ассистент кафедры стратегического
управления и организации производства
в АПК

_____ **Е.А. Нехаева**

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономической теории и экономической безопасности (протокол № 10 от «02» апреля 2025 г.).

Заведующий кафедрой

_____ **В.Г. Ткаченко**

Рабочая программа рекомендована к использованию в учебном процессе методической комиссией агрономического факультета (протокол № 8 от «23» апреля 2025 г.).

Председатель методической комиссии

_____ **М.С. Чижова**

**Руководитель основной
профессиональной
образовательной программы**

_____ **Н.Н. Тимошин**

1. Предмет. Цели и задачи дисциплины, её место в структуре образовательной программы

Предметом дисциплины является совокупность теоретических знаний и практических навыков, необходимых для эффективного управления производством продукции растениеводства и ее успешного продвижения на рынке в условиях современной аграрной экономики.

Целью дисциплины является формирование у студентов компетенций, необходимых для эффективного управления производственными и маркетинговыми процессами на аграрных предприятиях, обеспечения их конкурентоспособности и устойчивого развития в условиях рыночной экономики.

Основные задачи изучения дисциплины:

- изучение теории и практики управления агропромышленным производством, включая стадии распределения, обмена и потребления сельхозпродукции и сырья (как конкретного вида материальных благ и услуг, исходя из интересов отдельно взятого работника, трудовых коллективов и всего общества);
- формирование искусства современного управления организациями на основе обучения эффективному решению хозяйственных, коммерческих, финансовых и иных задач, умения использовать общие и специфические приемы управления на отраслевом и межотраслевом уровнях;
- познание природно-экономических, социальных и иных особенностей управления предприятиями и организациями;
- освоение методов анализа рынка продукции растениеводства, включая изучение потребительского спроса, конкурентной среды и рыночных тенденций;
- разработка маркетинговых стратегий и планов, направленных на повышение конкурентоспособности продукции и увеличение объемов продаж;
- проведение расчетов экономических и социально-экономических показателей на основе типовых методик с учетом действующей нормативно-правовой базы.

Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» относится к дисциплинам обязательной части (Б1.О.16) основной профессиональной образовательной программы высшего образования (далее – ОПОП ВО).

Основывается на базе дисциплины «Экономика и финансовая грамотность».

Дисциплина читается в 6 семестре, поэтому предшествует дисциплине «Организация производства и предпринимательства в АПК».

Предшествует блоку 3 Государственная итоговая аттестация: «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена» (Б3.01), «Выполнение и защита выпускной квалификационной работы» (Б3.02).

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной
программы

Коды компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения
ОПК-1	Способен решать типовые задачи профессиональной деятельности на основе знаний основных законов математических и естественных наук с применением информационно-коммуникационных технологий	ОПК-1.1. Демонстрирует и использует знания основных законов математических наук для решения типовых задач в профессиональной деятельности	Знать: методы решения профессиональных задач; объективно воспринимать, систематизировать и анализировать информацию, ставить цели и определять пути их достижения; уметь: анализировать, синтезировать, обобщать необходимую информацию; использовать на практике знания о математических методах построения и решения моделей прикладных задач; иметь навыки: применения современного математического инструментария для решения типовых задач в профессиональной деятельности; методикой математических методов прогнозирования развития процессов и проблем объектов АПК.
ОПК-6	Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Демонстрирует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства	Знать: основные понятия, категории, этапы процесса управления в сфере сельскохозяйственного производства; методы и модели принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности; уметь: применять базовые знания менеджмента в сфере сельскохозяйственного производства; разрабатывать и применять в профессиональной деятельности организационно-управленческие решения;

Коды компетенций	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения
			определять и измерять эффективность управленческих решений; иметь навыки: разработки, принятия и реализации организационно-управленческих решений; определения экономической эффективности применения управленческих решений в области производства, переработки и хранения продукции растениеводства.
		ОПК-6.2. Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур	Знать: основы определения экономической эффективности применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур; уметь: использовать основы определения экономической эффективности применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур; иметь навыки: определения экономической эффективности применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур.

3. Объём дисциплины и виды учебной работы

Виды работ	Очная форма обучения		Заочная форма обучения	Очно-заочная форма обучения
	всего	в т.ч. по семестрам	всего	всего
		5 семестр	8 семестр	-
Общая трудоёмкость дисциплины, зач.ед./часов, в том числе:	2/72	2/72	2/72	-
Контактная работа, часов:	28	28	8	-
- лекции	14	14	4	-
- практические (семинарские) занятия	14	14	4	-
- лабораторные работы	-	-	-	-
Самостоятельная работа, часов	44	44	64	-
Контроль, часов	-	-	-	-
Вид промежуточной аттестации (зачёт, экзамен)	зачёт	зачёт	зачёт	

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план)

Раздел дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС
Очная форма обучения				
Раздел 1. Менеджмент	8	8	-	22
Тема 1. Сущность и содержание менеджмента как теории управления	2	2	-	3
Тема 2. Научные основы управления: цель, процесс, функции, принципы и закономерности	2	2	-	3
Тема 3. Принципы построения и функционирования структур управления	1	1	-	4
Тема 4. Мотивация деятельности персонала	1	1	-	4
Тема 5. Система управления персоналом	1	1	-	4
Тема 6. Процесс принятия управленческих решений	1	1	-	4
Раздел 2. Маркетинг	6	6	-	22
Тема 7. Введение в курс «Маркетинг»	1	1	-	3
Тема 8. Сегментирование рынка	1	1	-	3
Тема 9. Разработка нового товара	1	1	-	4
Тема 10. Качество продукции	1	1	-	4
Тема 11. Особенности ценообразования в маркетинге	1	1	-	4
Тема 12. Сбытовая политика предприятия. Продвижение товаров	1	1	-	4
Всего	14	14	-	44
Заочная форма обучения				
Раздел 1. Менеджмент	2	2	-	32

Тема 1. Сущность и содержание менеджмента как теории управления	-	-	-	6
Тема 2. Научные основы управления: цель, процесс, функции, принципы и закономерности	1	1	-	4
Тема 3. Принципы построения и функционирования структур управления	1	1	-	4
Тема 4. Мотивация деятельности персонала	-	-	-	6
Тема 5. Система управления персоналом	-	-	-	6
Тема 6. Процесс принятия управленческих решений	-	-	-	6
Раздел 2. Маркетинг	2	2	-	32
Тема 7. Введение в курс «Маркетинг»	1	1	-	4
Тема 8. Сегментирование рынка	-	-	-	6
Тема 9. Разработка нового товара	-	-	-	6
Тема 10. Качество продукции	-	-	-	6
Тема 11. Особенности ценообразования в маркетинге	-	-	-	6
Тема 12. Сбытовая политика предприятия. Продвижение товаров	1	1	-	4
Всего	4	4	-	64
Очно-заочная форма обучения				
-	-	-	-	-

4.2. Содержание разделов учебной дисциплины

Раздел 1. Менеджмент

Тема 1. Сущность и содержание менеджмента как теории управления

Менеджмент как стратегия деятельности предприятия. Предпосылки и необходимость менеджмента на предприятии в условиях рынка. Сущность и содержание менеджмента. Цели и задачи менеджмента.

Тема 2. Научные основы управления: цель, процесс, функции, принципы и закономерности

Миссия организации. Процесс управления, его структура и особенности. Функции менеджмента, их характеристика и закономерности. Принципы и закономерности в управлении. Методы управления. Организационный и экономический механизм управления.

Тема 3. Принципы построения и функционирования структур управления

Понятие субъекта и объекта управления. Организационная структура сельскохозяйственных предприятий. Внутренняя и внешняя среда организации. Структура управления. Типы и виды структур управления.

Тема 4. Мотивация деятельности персонала

Сущность и методы мотивации. Теории мотивации (А. Маслоу, Дэвида Мак Клелланда, Фредерика Герцберга, Л. Портера – Э. Лоулера, теория ожидания В. Врума, теория справедливости). Отечественные теории Л.С. Выгодского, А.Н. Леонтьева, Б.Ф. Ломова.

Тема 5. Система управления персоналом

Руководитель в системе управления: основные качества руководителя, особенности его работы. Деловое общение в системе менеджмента. Конфликты и стрессы. Корпоративная культура и организационное поведение.

Тема 6. Процесс принятия управленческих решений

Общенаучные методы теории управления. Методы управленческого воздействия. Методы решения управленческих проблем и реализации функций управления. Решения в процессе управления. Организационное решение. Подходы к принятию решений.

Методология и организация процесса разработки управленческого решения. Целевая ориентация управленческих решений. Анализ альтернатив действий. Этапы принятия решений. Учет факторов, влияющих на процесс принятия управленческого решения. Модели и методы в процессе принятия решений.

Раздел 2. Маркетинг

Тема 7. Введение в курс «Маркетинг»

Предпосылки возникновения маркетинга. Маркетинг, как наука и как вид человеческой деятельности. Задачи маркетинга. Субъекты маркетинга. Особенности маркетинга в сельском хозяйстве. Концепции маркетинга. Функции маркетинга.

Тема 8. Сегментирование рынка

Виды маркетинга. Переменные сегментирования рынка. Критерии успешного сегментирования.

Тема 9. Разработка нового товара

Новизна товара и ее виды. Планирование нового товара. Виды неудач нового товара. Жизненный цикл товара. Особенности «ЖЦТ» в сельском хозяйстве.

Тема 10. Качество продукции

Стратегия качества продукции. Зависимость качества продукции от качества производственных ресурсов. Эффективность мероприятий, связанных с улучшением качества продукции.

Тема 11. Особенности ценообразования в маркетинге

Сущность цены. Цели ценообразования. Методика установления исходной цены. Методы ценообразования.

Тема 12. Сбытовая политика предприятия

Сущность сбыта. Этапы сбыта. Сущность и способы продвижения. Этапы продвижения.

4.3. Перечень тем лекций

№ п/п	Тема лекции	Объём, ч		
		форма обучения		
		очная	заочная	очно- заочная
Раздел 1. Менеджмент		8	2	-
1.	Тема лекционного занятия 1. Сущность и содержание менеджмента как теории управления	2	-	-
2.	Тема лекционного занятия 2. Научные основы управления: цель, процесс, функции, принципы и закономерности	2	1	-
3.	Тема лекционного занятия 3. Принципы построения и функционирования структур управления	1	1	-
4.	Тема лекционного занятия 4. Мотивация деятельности персонала	1	-	-
5.	Тема лекционного занятия 5. Система управления персоналом	1	-	-
6.	Тема лекционного занятия 6. Процесс принятия управленческих решений	1	-	-
Раздел 2. Маркетинг		6	2	-
7.	Тема лекционного занятия 7. Введение в курс «Маркетинг»	1	1	-
8.	Тема лекционного занятия 8. Сегментирование рынка	1	-	-
9.	Тема лекционного занятия 9. Разработка нового товара	1	-	-
10.	Тема лекционного занятия 10. Качество продукции	1	-	-

11.	Тема лекционного занятия 11. Особенности ценообразования в маркетинге	1	-	-
12.	Тема лекционного занятия 12. Сбытовая политика предприятия	1	1	-
Всего		14	4	-

4.4. Перечень тем практических (семинарских) занятий

№ п/п	Тема практического (семинарского) занятия	Объём, ч		
		форма обучения		
		очная	заочная	очно- заочная
Раздел 1. Менеджмент		8	2	-
1.	Тема практического занятия 1. Сущность и содержание менеджмента как теории управления	2	-	-
2.	Тема практического занятия 2. Научные основы управления: цель, процесс, функции, принципы и закономерности	2	1	-
3.	Тема практического занятия 3. Принципы построения и функционирования структур управления	1	1	-
4.	Тема практического занятия 4. Мотивация деятельности персонала	1	-	-
5.	Тема практического занятия 5. Система управления персоналом	1	-	-
6.	Тема практического занятия 6. Процесс принятия управленческих решений	1	-	-
Раздел 2. Маркетинг		6	2	-
7.	Тема практического занятия 7. Введение в курс «Маркетинг»	1	1	-
8.	Тема практического занятия 8. Сегментирование рынка	1	-	-
9.	Тема практического занятия 9. Разработка нового товара	1	-	-
10.	Тема практического занятия 10. Качество продукции	1	-	-
11.	Тема практического занятия 11. Особенности ценообразования в маркетинге	1	-	-
12.	Тема практического занятия 12. Сбытовая политика предприятия	1	1	-
Всего		14	4	-

4.5. Перечень тем лабораторных работ

Не предусмотрены.

4.6. Виды самостоятельной работы студентов и перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

4.6.1. Подготовка к аудиторным занятиям

Материалы лекций являются основой для изучения теоретической части дисциплины и подготовки студента к практическим занятиям.

При подготовке к аудиторным занятиям студент должен:

- изучить рекомендуемую литературу;
- просмотреть самостоятельно дополнительную литературу по изучаемой теме.

Основной целью практических занятий является изучение отдельных наиболее сложных и интересных вопросов в рамках темы, а также контроль за степенью усвоения пройденного материала и ходом выполнения студентами самостоятельной работы.

4.6.2. Перечень тем курсовых работ (проектов)

Не предусмотрены.

4.6.3. Перечень тем рефератов, расчетно-графических работ и иных видов индивидуальных работ

Не предусмотрены.

4.6.4. Перечень тем и учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Тема самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение	Объём, ч		
			форма обучения		
			очная	заочная	очно- заочная
Раздел 1. Менеджмент			22	32	-
1.	Тема 1. Сущность и содержание менеджмента как теории управления	1. Донец, Н. Ю. Менеджмент : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 43.03.01 Сервис / Н. Ю. Донец, Л. И. Клешнева, Г. С. Урюпина. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2021. – 119 с. – Текст : электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1902058 . 2. Менеджмент : учебное пособие / О. В. Мамай, А. Г. Волконская, Н. Н. Галенко [и др.] ; под общ. ред. О. В. Мамай. – Кинель : ИБЦ Самарского ГАУ, 2022. – 149 с. – Текст : электронный. – URL: https://znanium.ru/catalog/product/2177746 .	3	6	-
2.	Тема 2. Научные основы управления: цель, процесс, функции, принципы и закономерности	1. Овчаренко, Н. А. Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебник для бакалавров / Н. А. Овчаренко. – 4-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. – 162 с. –Текст : электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/2083289 . 2. Семенов, А. К. Менеджмент : учебник для бакалавров / А. К. Семенов, В. И. Набоков. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К, 2021. – 186 с. – Текст : электронный. – URL:	3	4	-

№ п/п	Тема самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение	Объём, ч		
			форма обучения		
			очная	заочная	очно- заочная
		https://znanium.ru/catalog/product/1232143 .			
3.	Тема 3. Принципы построения и функционирования структур управления	1. Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л. А. Дробышева. – 8-е изд. – Москва : Дашков и К, 2022. – 150 с. – Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2085963. 2. Менеджмент : учебное пособие / О. В. Мамай, А. Г. Волконская, Н. Н. Галенко [и др.] ; под общ. ред. О. В. Мамай. – Кинель : ИБЦ Самарского ГАУ, 2022. – 149 с. – Текст : электронный. – URL: https://znanium.ru/catalog/product/2177746.	4	4	-
4.	Тема 4. Мотивация деятельности персонала	1. Донец, Н. Ю. Менеджмент : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 43.03.01 Сервис / Н. Ю. Донец, Л. И. Клешнева, Г. С. Урюпина. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2021. – 119 с. – Текст : электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1902058. 2. Семенов, А. К. Менеджмент : учебник для бакалавров / А. К. Семенов, В. И. Набоков. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К, 2021. – 186 с. – Текст : электронный. – URL: https://znanium.ru/catalog/product/1232143.	4	6	-
5.	Тема 5. Система управления персоналом	1. Менеджмент : учебное пособие / О. В. Мамай, А. Г. Волконская, Н. Н. Галенко [и др.] ; под общ. ред. О. В. Мамай. – Кинель : ИБЦ Самарского ГАУ, 2022. – 149 с. – Текст : электронный. – URL: https://znanium.ru/catalog/product/2177746.	4	6	-

№ п/п	Тема самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение	Объём, ч		
			форма обучения		
			очная	заочная	очно- заочная
		2. Овчаренко, Н. А. Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебник для бакалавров / Н. А. Овчаренко. – 4-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. – 162 с. – Текст : электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/2083289 .			
6.	Тема 6. Процесс принятия управленческих решений	1. Донец, Н. Ю. Менеджмент : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 43.03.01 Сервис / Н. Ю. Донец, Л. И. Клешнева, Г. С. Урюпина. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2021. – 119 с. – Текст : электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1902058 . 2. Семенов, А. К. Менеджмент : учебник для бакалавров / А. К. Семенов, В. И. Набоков. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К, 2021. – 186 с. – Текст : электронный. – URL: https://znanium.ru/catalog/product/1232143 .	4	6	-
Раздел 2. Маркетинг			22	32	-
7.	Тема 7. Введение в курс «Маркетинг»	1. Герасимов, Б. И. Маркетинг : учебное пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. – 2-е изд. – Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. – 320 с. – (Среднее профессиональное образование). – Текст : электронный. – URL: https://znanium.ru/catalog/product/2056806 . 2. Маркетинг-менеджмент : учебное пособие / Л. С. Брусенцова, Е. В. Козлова, Л.В. Кузнецова, И.К. Полянская. – Москва : ИНФРАМ, 2024. – 151 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный. – URL:	3	4	-

№ п/п	Тема самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение	Объём, ч		
			форма обучения		
			очная	заочная	очно- заочная
		https://znanium.ru/catalog/product/2144867 .			
8.	Тема 8. Сегментирование рынка	1. Алексунин, В. А. Маркетинг : учебник / В. А. Алексунин. – 6-е изд., стер. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. – 214 с. – Текст : электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1091798 . 2. Резник, Г. А. Маркетинг : учебное пособие / Г.А. Резник. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2023. – 199 с. – (Среднее профессиональное образование). – Текст : электронный. – URL: https://znanium.ru/catalog/product/2067373 .	3	6	-
9.	Тема 9. Разработка нового товара	1. Герасимов, Б. И. Маркетинг : учебное пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. – 2-е изд. – Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. – 320 с. – (Среднее профессиональное образование). – Текст : электронный. – URL: https://znanium.ru/catalog/product/2056806 . 2. Годин, А. М. Маркетинг : учебник для бакалавров / А. М. Годин. – 12-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 656 с. – Текст : электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1092970 .	4	6	-
10.	Тема 10. Качество продукции	1. Резник, Г. А. Маркетинг : учебное пособие / Г.А. Резник. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2023. – 199 с. – (Среднее профессиональное образование). – Текст :	4	6	-

№ п/п	Тема самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение	Объём, ч		
			форма обучения		
			очная	заочная	очно- заочная
		электронный. – URL: https://znanium.ru/catalog/product/2067373 . 2. Маркетинг-менеджмент : учебное пособие / Л. С. Брусенцова, Е. В. Козлова, Л.В. Кузнецова, И.К. Полянская. – Москва : ИНФРАМ, 2024. – 151 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный. – URL: https://znanium.ru/catalog/product/2144867 .			
11.	Тема 11. Особенности ценообразования в маркетинге	1. Алексунин, В. А. Маркетинг : учебник / В. А. Алексунин. – 6-е изд., стер. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. – 214 с. – Текст : электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1091798 . 2. Герасимов, Б. И. Маркетинг : учебное пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. – 2-е изд. – Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. – 320 с. – (Среднее профессиональное образование). – Текст : электронный. – URL: https://znanium.ru/catalog/product/2056806 .	4	6	-
12.	Тема 12. Сбытовая политика предприятия. Продвижение товаров	1. Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л. А. Дробышева. – 8-е изд. – Москва : Дашков и К, 2022. – 150 с. – Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2085963 . 2. Резник, Г. А. Маркетинг : учебное пособие / Г.А. Резник. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2023. – 199 с. – (Среднее профессиональное образование). – Текст :	4	4	-

№ п/п	Тема самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение	Объём, ч		
			форма обучения		
			очная	заочная	очно- заочная
		электронный. – URL: https://znanium.ru/catalog/product/2067373 .			
Всего			44	64	-

4.6.5. Другие виды самостоятельной работы студентов

Не предусмотрены.

4.7. Перечень тем и видов занятий, проводимых в интерактивной форме

№ п/п	Форма занятия	Тема занятия	Интерактивный метод	Объём, ч
1.	Лекция	Научные основы управления: цель, процесс, функции, принципы и закономерности	Интерактивная лекция	2
2.	Практическое занятие	Сегментирование рынка	Ситуационные задачи	1

5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Полное описание фонда оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся с перечнем компетенций, описанием показателей и критериев оценивания компетенций, шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы представлены в Приложении 3 к настоящей программе.

6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

№ п/п	Автор, название, место издания, изд-во, год издания, количество страниц	Кол-во экз. в библ.
1.	Герасимов, Б. И. Маркетинг : учебное пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. – 2-е изд. – Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. – 320 с. – (Среднее профессиональное образование). – Текст : электронный. – URL: https://znanium.ru/catalog/product/2056806 (дата обращения: 12.03.2025). – Режим доступа: по подписке.	Электронный ресурс
2.	Маркетинг-менеджмент : учебное пособие / Л. С. Брусенцова, Е. В. Козлова, Л.В. Кузнецова, И.К. Полянская. – Москва : ИНФРА-М, 2024. – 151 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный. – URL: https://znanium.ru/catalog/product/2144867 (дата обращения: 12.03.2025)	Электронный ресурс
3.	Менеджмент : учебное пособие / О. В. Мамай, А. Г. Волконская, Н. Н. Галенко [и др.] ; под общ. ред. О. В. Мамай. – Кинель : ИБЦ Самарского ГАУ, 2022. – 149 с. – Текст : электронный. – URL:	Электронный ресурс

	https://znanium.ru/catalog/product/2177746 (дата обращения: 12.03.2025). – Режим доступа: по подписке.	
4.	Овчаренко, Н. А. Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебник для бакалавров / Н. А. Овчаренко. – 4-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. – 162 с. – Текст : электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/2083289 (дата обращения: 12.03.2025). – Режим доступа: по подписке.	Электронный ресурс
5.	Резник, Г. А. Маркетинг : учебное пособие / Г.А. Резник. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2023. – 199 с. – (Среднее профессиональное образование). – Текст : электронный. – URL: https://znanium.ru/catalog/product/2067373 (дата обращения: 12.03.2025). – Режим доступа: по подписке.	Электронный ресурс
6.	Семенов, А. К. Менеджмент : учебник для бакалавров / А. К. Семенов, В. И. Набоков. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К, 2021. – 186 с. – Текст : электронный. – URL: https://znanium.ru/catalog/product/1232143 (дата обращения: 12.03.2025). – Режим доступа: по подписке.	Электронный ресурс

6.1.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор, название, место издания, изд-во, год издания, количество страниц
1.	Алексунин, В. А. Маркетинг : учебник / В. А. Алексунин. – 6-е изд., стер. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. – 214 с. – Текст : электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1091798 (дата обращения: 12.03.2025). – Режим доступа: по подписке.
2.	Годин, А. М. Маркетинг : учебник для бакалавров / А. М. Годин. – 12-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 656 с. – Текст : электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1092970 (дата обращения: 12.03.2025). – Режим доступа: по подписке.
3.	Донец, Н. Ю. Менеджмент : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 43.03.01 Сервис / Н. Ю. Донец, Л. И. Клешнева, Г. С. Урюпина. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2021. – 119 с. – Текст : электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1902058 (дата обращения: 12.03.2025). – Режим доступа: по подписке.
4.	Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л. А. Дробышева. – 8-е изд. – Москва : Дашков и К, 2022. – 150 с. – Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2085963 (дата обращения: 12.03.2025). – Режим доступа: по подписке.

6.1.3. Периодические издания

№ п/п	Наименование издания	Издательство	Годы издания
1.	«Российский журнал менеджмента»	Журнал размещен на ресурсах: Ulrich's Periodicals Directory , eLIBRARY.ru , EastView, EBSCO .	с 2004 г. по н.в.
2.	«Экономика и менеджмент систем управления»: научно-практический журнал	Электронный ресурс. – URL: http://www.sbook.ru/emsu/	с 2011 г. по н.в.

6.1.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания находятся в стадии разработки.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

№ п/п	Название интернет-ресурса, адрес и режим доступа
1.	Библиотека экономической и деловой литературы [Электронный ресурс]. – URL: http://www.aup.ru/library/ (дата обращения: 12.03.2025).
2.	Информационно-правовой портал «Гарант» [Электронный ресурс]. – URL: http://www.garant.ru/ (дата обращения: 12.03.2025).
3.	Научная электронная библиотека E-library [Электронный ресурс]. – URL: http://www.elibrary.ru (дата обращения: 12.03.2025).
4.	Научная электронная библиотека «Киберленинка» [Электронный ресурс]. – URL: https://cyberleninka.ru/ (дата обращения: 12.03.2025).
5.	Экономика и управление на предприятиях: научно-образовательный портал [Электронный ресурс]. – URL: http://eup.ru/Catalog/All-All.asp (дата обращения: 12.03.2025).
6.	Электронная библиотека Российской государственной библиотеки [Электронный ресурс]. – URL: https://www.rsl.ru/ru/about/funds/elibrary (дата обращения: 12.03.2025).
7.	Электронная библиотека учебников [Электронный ресурс]. – URL: https://studentam.net/ (дата обращения: 12.03.2025).
8.	Электронно-библиотечная система «Знаниум» [Электронный ресурс]. – URL: https://znanium.ru/ (дата обращения: 12.03.2025).

6.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

6.3.1. Компьютерные обучающие и контролирующие программы

№ п/п	Вид учебного занятия	Наименование программного обеспечения	Функция программного обеспечения		
			контроль	моделирующая	обучающая
1	Лекционные, практические	Система дистанционного обучения Moodle	+	+	+

6.3.2. Аудио- и видеопособия

Аудио- и видеопособия не предусмотрены.

6.3.3. Компьютерные презентации учебных курсов

Компьютерные презентации учебных курсов не предусмотрены.

7. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения занятий	Перечень основного оборудования, приборов и материалов
1.	Г-217 – учебная аудитория для проведения лекционных, практических и семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, самостоятельной работы, учебной практики, подготовки и проведение государственной итоговой аттестации	Стол-скамейка – 18 шт., скамейка – 3 шт., стол-парта – 3 шт., стол одно тумбовый – 1 шт., трибуна – 1 шт., доска – 1 шт., стул полумягкий – 1 шт.
2.	Г-402 – учебная аудитория для проведения лекционных, практических и семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Стол-парта – 13 шт., стул полумяг. – 1 шт., стул ученич. – 24 шт., доска – 1 шт., трибуна мал. – 1 шт., облучатель рециркулятор – 1 шт. стол 1 тумбовый – 1 шт.

8. Междисциплинарные связи

Протокол согласования рабочей программы с другими дисциплинами

Наименование дисциплины, с которой проводилось согласование	Кафедра, с которой проводилось согласование	Предложения об изменениях в рабочей программе. Заключение об итогах согласования
Экономика и финансовая грамотность	Кафедра экономической теории и экономической безопасности	согласовано
Организация производства и предпринимательства в АПК	Кафедра экономики предприятия и управления трудовыми ресурсами в АПК	согласовано

Лист изменений рабочей программы

Номер изменения	Номер протокола заседания кафедры и дата	Страницы с изменениями	Перечень откоррек- тированных пунктов	Подпись заве- дующего кафедрой

Лист периодических проверок рабочей программы

Должностное лицо, проводившее проверку Ф.И.О., должность,	Дата	Потребность в корректировке	Перечень пунктов, стр., разделов, требующих изменений

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ К.Е. ВОРОШИЛОВА»**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг»

Направление подготовки: 35.04.03 Агрономия

Направленность (профиль): Технологии производства продукции растениеводства

Уровень профессионального образования: бакалавриат

Год начала подготовки: 2025

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ, СООТНЕСЕННЫХ С ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код контролируемой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Наименование модулей и (или) разделов дисциплины	Наименование оценочного средства	
						Текущий контроль	Промежуточная аттестация
ОПК-1	Способен решать типовые задачи профессиональной деятельности на основе знаний основных законов математических и естественных наук с применением информационно-коммуникационных технологий	ОПК-1.1. Демонстрирует и использует знания основных законов математических наук для решения типовых задач в профессиональной деятельности	Первый этап (пороговый уровень)	Знать: методы решения профессиональных задач; объективно воспринимать, систематизировать и анализировать информацию, ставить цели и определять пути их достижения.	Раздел 1. Менеджмент Раздел 2. Маркетинг	Тесты закрытого типа	Зачёт
			Второй этап (продвинутый уровень)	Уметь: анализировать, синтезировать, обобщать необходимую информацию; использовать на практике знания о математических методах построения и решения моделей прикладных задач.	Раздел 1. Менеджмент Раздел 2. Маркетинг	Тесты открытого типа (вопросы для опроса)	Зачёт
			Третий этап (высокий уровень)	Иметь навыки: применения современного математического	Раздел 1. Менеджмент Раздел 2. Маркетинг	Практические задания	Зачёт

Код контролируемой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Наименование модулей и (или) разделов дисциплины	Наименование оценочного средства	
						Текущий контроль	Промежуточная аттестация
				инструментария для решения 3 типовых задач в профессиональной деятельности; методикой математических методов прогнозирования развития процессов и проблем объектов АПК.			
ОПК-6	Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Демонстрирует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства	Первый этап (пороговый уровень)	Знать: основные понятия, категории, этапы процесса управления в сфере сельскохозяйственного производства; методы и модели принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности.	Раздел 1. Менеджмент Раздел 2. Маркетинг	Тесты закрытого типа	Зачёт
			Второй этап (продвинутый уровень)	Уметь: применять базовые знания менеджмента в сфере	Раздел 1. Менеджмент Раздел 2. Маркетинг	Тесты открытого типа	Зачёт

Код контро- лируемой компе- тенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Наименование модулей и (или) разделов дисциплины	Наименование оценочного средства	
						Текущий контроль	Промежу- точная аттестация
				сельскохозяйственного производства; разрабатывать и применять в профессиональной деятельности организационно- управленческие решения; определять и измерять эффективность управленческих решений.		(вопросы для опроса)	
			Третий этап (высокий уровень)	Иметь навыки: разработки, принятия и реализации организационно- управленческих решений; определения экономической эффективности применения управленческих решений в области производства, переработки и	Раздел 1. Менеджмент Раздел 2. Маркетинг	Практичес- -кие задания	Зачёт

Код контро- лируемой компе- тенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Наименование модулей и (или) разделов дисциплины	Наименование оценочного средства	
						Текущий контроль	Промежу- точная аттестация
				хранения продукции растениеводства.			
		ОПК-6.2. Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйств енных культур	Первый этап (пороговый уровень)	Знать: основы определения экономической эффективности применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур.	Раздел 1. Менеджмент Раздел 2. Маркетинг	Тесты закрытого типа	Зачёт
			Второй этап (продвину- тый уровень)	Уметь: использовать основы определения экономической эффективности применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при	Раздел 1. Менеджмент Раздел 2. Маркетинг	Тесты открытого типа (вопросы для опроса)	Зачёт

Код контро- лируемой компе- тенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Наименование модулей и (или) разделов дисциплины	Наименование оценочного средства	
						Текущий контроль	Промежу- точная аттестация
				возделывании сельскохозяйственных культур.			
			Третий этап (высокий уровень)	Иметь навыки: определения экономической эффективности применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур.	Раздел 1. Менеджмент Раздел 2. Маркетинг	Практичес- -кие задания	Зачёт

2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде	Критерии оценивания	Шкала оценивания
1.	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая измерить уровень знаний.	Тестовые задания	В тесте выполнено 90-100% заданий	Оценка «Отлично» (5)
				В тесте выполнено более 75-89% заданий	Оценка «Хорошо» (4)
				В тесте выполнено 60-74% заданий	Оценка «Удовлетворительно» (3)
				В тесте выполнено менее 60% заданий	Оценка «Неудовлетворительно» (2)
				Большая часть определений не представлена, либо представлена с грубыми ошибками	Оценка «Неудовлетворительно» (2)
2.	Опрос	Форма работы, которая позволяет оценить кругозор, умение логически построить ответ, умение продемонстрировать монологическую речь и иные коммуникативные навыки. Устный опрос обладает большими возможностями воспитательного воздействия, создавая условия для неформального общения.	Вопросы к опросу	Продемонстрированы предполагаемые ответы; правильно использован алгоритм обоснований во время рассуждений; есть логика рассуждений.	Оценка «Отлично» (5)
				Продемонстрированы предполагаемые ответы; есть логика рассуждений, но неточно использован алгоритм обоснований во время рассуждений и не все ответы полные.	Оценка «Хорошо» (4)
				Продемонстрированы предполагаемые ответы, но неправильно использован алгоритм обоснований во время рассуждений; отсутствует логика рассуждений; ответы не полные.	Оценка «Удовлетворительно» (3)
				Ответы не представлены.	Оценка «Неудовлетворительно» (2)
3.	Практические задания	Направлено на овладение методами и методиками изучаемой дисциплины. Для решения предлагается решить конкретное задание (ситуацию) без	Практические задания	Продемонстрировано свободное владение профессионально-понятийным аппаратом, владение методами и методиками дисциплины. Показаны способности самостоятельного мышления, творческой	Оценка «Отлично» (5)

№ п/п	Наимено- вание оце- ночного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде	Критерии оценивания	Шкала оценивания
		применения математических расчетов.		активности. Задание выполнено в полном объеме.	
				Продemonстрировано владение профессионально- понятийным аппаратом, при применении методов и методик дисциплины незначительные неточности, показаны способности самостоятельного мышления, творческой активности. Задание выполнено в полном объеме, но с некоторыми неточностями.	Оценка «Хорошо» (4)
				Продemonстрировано владение профессионально- понятийным аппаратом на низком уровне; допускаются ошибки при применении методов и методик дисциплины. Задание выполнено не полностью.	Оценка «Удовлетвори- тельно» (3)
				Не продemonстрировано владение профессионально- понятийным аппаратом, методами и методиками дисциплины. Задание не выполнено.	Оценка «Неудовлетво- рительно» (2)
4.	Зачет	Зачет выставляется в результате подведения итогов текущего контроля. Зачет в форме итогового контроля проводится для обучающихся, которые не справились с частью заданий текущего контроля.	Вопросы к зачету	Показано знание теории вопроса, понятийного аппарата; умение содержательно излагать суть вопроса; владение навыками аргументации и анализа фактов, явлений, процессов в их взаимосвязи. Выставляется обучающемуся, который освоил не менее 60% программного материала дисциплины.	«Зачтено»
				Знание понятийного аппарата, теории вопроса, не продemonстрировано; умение анализировать	«Не зачтено»

№ п/п	Наимено- вание оце- ночного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде	Критерии оценивания	Шкала оценивания
				учебный материал не продемонстрировано; владение аналитическим способом изложения вопроса и владение навыками аргументации не продемонстрировано. Обучающийся освоил менее 60% программного материала дисциплины.	
5.	Зачет	Зачет выставляется в результате подведения итогов текущего контроля. Зачет в форме итогового контроля проводится для обучающихся, которые не справились с частью заданий текущего контроля.	Тестовые задания к зачету	В тесте выполнено 60-100% заданий	«Зачтено»
				В тесте выполнено менее 60% заданий	«Не зачтено»

3. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Оценочные средства для проведения текущего контроля

Текущий контроль осуществляется преподавателем дисциплины при проведении занятий в форме тестовых заданий, устного опроса и практических заданий.

ОПК-1. Способен решать типовые задачи профессиональной деятельности на основе знаний основных законов математических и естественных наук с применением информационно-коммуникационных технологий.

ОПК-1.1. Демонстрирует и использует знания основных законов математических наук для решения типовых задач в профессиональной деятельности.

Первый этап (пороговый уровень) – показывает сформированность показателя компетенции «знать»: методы решения профессиональных задач; объективно воспринимать, систематизировать и анализировать информацию, ставить цели и определять пути их достижения.

Тестовые задания закрытого типа:

- 1. Команда – это ... (выберите один вариант ответа)**
 - а) группа сотрудников, стремящихся к достижению целей компании
 - б) небольшая группа сотрудников, стремящихся к достижению общей цели
 - в) группа сотрудников, имеющих общие интересы
 - г) группа сотрудников, каждый из которых преследует свой интерес
- 2. Власть, построенная на силе личных качеств или способности лидера, является ... (выберите один вариант ответа)**
 - а) диктаторской
 - б) экспертной
 - в) принудительной
 - г) харизматической
- 3. Адаптация – этап развития команды, на котором ... (выберите один вариант ответа)**
 - а) члены команды обмениваются информацией, знают задачи, не доверяют друг другу
 - б) члены команды обмениваются информацией, формируют задачи, отношения вежливые и осторожные
 - в) члены команды обмениваются информацией, знают свои задачи, доверяют друг другу
 - г) члены команды знакомятся друг с другом
- 4. Под границами контроля в управлении следует понимать ... (выберите один вариант ответа)**
 - а) объем работ, за выполнение которых несет ответственность определенное лицо
 - б) число функциональных специалистов в структурном подразделении
 - в) количество функций, выполняемых руководителем
 - г) количество уровней управления в организационной структуре управления

5. Основным отличием команды от обычной рабочей группы является ...
(выберите один вариант ответа)

- а) наличие лидера
- б) размер
- в) групповое единомыслие
- г) наличие синергетического эффекта

Ключи

1.	б
2.	г
3.	б
4.	а
5.	г

6. Прочитайте текст и установите соответствие

Структура управления определяется составляющими ее звеньями и иерархическими ступенями управления. Соотнесите основные понятия, связанные со структурой управления, с их определениями.

<i>Понятие</i>	<i>Определение</i>
1. Децентрализация	а) совокупность звеньев управления, занимающих одно и то же положение в иерархии предприятия
2. Связи управления	б) структурное подразделение или отдельный работник, выполняющий соответствующие функции управления
3. Звено управления	в) преимущественное сосредоточение полномочий на нижних уровнях управления
4. Уровень управления	г) информационные потоки, отношения соподчиненности между звеньями, уровнями и отдельными работниками
	д) совокупность взаимосвязанных элементов и звеньев управления

Запишите в таблицу выбранные буквы под соответствующими цифрами

1	2	3	4
в	г	б	а

Второй этап (продвинутый уровень) – показывает сформированность показателя компетенции «уметь»: анализировать, синтезировать, обобщать необходимую информацию; использовать на практике знания о математических методах построения и решения моделей прикладных задач.

Задания закрытого типа (вопросы для опроса):

1. Дайте определение понятию «управленческое решение».
2. В чем состоит основной смысл двухфакторной теории мотивации Герцберга?
3. Назовите основные стили управления.
4. В чем сущность формальных групп в организации?
5. Дайте определение понятию «лидерство».

Ключи

1.	Управленческое решение (УР) – творческий акт субъекта управления, определяющий программу деятельности коллектива по эффективному разрешению возникшей проблемы на основе знания объективных законов функционирования управляемой системы и анализа информации об ее состоянии, т.е. УР – это выбор, который должен сделать руководитель, чтобы выполнить обязанности, обусловленные занимаемой им должностью.
2.	Согласно теории мотивации Герцберга, на рабочем месте существуют два набора факторов, которые вызывают удовлетворение от работы и неудовлетворённость ею. 1. Факторы, удерживающие на работе (гигиенические факторы). 2. Факторы, мотивирующие к работе (мотиваторы).
3.	Выделяют три основных стиля руководства: авторитарный, демократический и либеральный. Они различаются способом постановки задачи, степенью участия руководителя и особенностями его общения с командой.
4.	Формальные группы обычно выделяются как структурные подразделения в организации. Они имеют формально назначенного руководителя, формально определенную структуру ролей, должностей и позиций внутри компании, а также формально закрепленные за ними функции и задачи.
5.	Лидерство – это процесс воздействия на группу людей, чтобы повлечь их за собой для совместной реализации управленческих решений по достижению определенных целей.

Третий этап (высокий уровень) – показывает сформированность показателя компетенции «иметь навыки»: применения современного математического инструментария для решения типовых задач в профессиональной деятельности; методикой математических методов прогнозирования развития процессов и проблем объектов АПК.

Практические задания:

1. В базовом периоде численность персонала предприятия АПК составила 1250 чел. В плановом периоде намечено увеличить объем выпускаемой продукции на 6%, фонд зарплаты на 5%, среднюю зарплату на 4%. Определить возможный рост производительности труда и плановую численность персонала.

2. На производственном участке 500 объектов обслуживания, норма обслуживания для наладчиков – 25 единиц оборудования в смену. Участок работает в 2 смены. Определить явочную и списочную численность рабочих-наладчиков, если номинальный фонд рабочего времени одного рабочего в год – 262 дня, реальный фонд – 250 дней.

3. Менеджеру поступили предложения о работе в фирме X и Y. В фирме X его оклад составит 80000 руб.

В фирме Y оклад составит 40000 руб., доля участия в прибыли составит 5%. Фирма Y производит 5000 ед. продукции и реализует по цене 350 руб., средние издержки составляют 210 руб./шт.

Менеджеру выгодно:

- принять предложение фирмы X;
- принять предложение фирмы Y;
- отказаться от предложений фирмы X и Y;
- оба предложения являются равноценными.

Ответ обосновать с помощью расчётов.

4. Фирма, производящая и реализующая мучные изделия, строит новый завод для

производства муки, которую ранее закупала у поставщиков. При этом она остается в той же отрасли, что и раньше. Фирма теперь имеет два хозяйственных подразделения на разных стадиях отраслевой цепочки ценностей.

Определите тип стратегии фирмы.

5. Предприятие приобретает технологическую линию по производству злаковых батончиков за 28,45 млн. ден. ед. Переменные затраты в расчете на одну единицу продукции равны 10 ден. ед., постоянные затраты (аренда, заработная плата и т.п.) – 4,8 млн. ден. ед. в месяц. Цена одного злакового батончика – 35 ден. ед. Прибыль от реализации одного батончика – 3 ден. ед. Нормативный срок окупаемости капитальных вложений – 4,5 года.

Спрогнозируйте:

- при каком минимальном обороте окупятся затраты на приобретение технологической линии;
- прибыль от реализации злаковых батончиков в год;
- фактический срок окупаемости линии.

Ключи

1.	Рост производительности труда – 5%, плановая численность – 1262 чел.
2.	Явочная численность – 40 чел., списочная – 42 чел.
3.	Менеджеру более выгодно принять предложение фирмы X с заработной платой 80000 руб., поскольку заработная плата в фирме Y составит 75000 руб.
4.	Стратегия вертикальной интеграции.
5.	Безубыточный объем продаж в год = 2304000 шт. Прибыль при этом составит = 6912000 ден. ед. в год. Фактический срок окупаемости – 4 года 1 месяц.

ОПК-6. Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности.

ОПК-6.1. Демонстрирует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства.

Первый этап (пороговой уровень) – показывает сформированность показателя компетенции «знать»: основные понятия, категории, этапы процесса управления в сфере сельскохозяйственного производства; методы и модели принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности.

Тестовые задания закрытого типа:

1. В соответствии с концепцией Мескона основные (общие) функции управления реализуются в следующем порядке – ... (выберите один вариант ответа)

- а) планирование, организация, мотивация, контроль
- б) организация, планирование, контроль, мотивация
- в) планирование, организация, контроль, мотивация
- г) мотивация, контроль, планирование, организация

2. К типам власти не относится такая власть, как ... (выберите один вариант ответа)

- а) экспертная
- б) эталонная
- в) законная
- г) традиционная

3. При психологических методах управления не используется такой метод, как ... (выберите один вариант ответа)

- а) интервью
- б) беседы
- в) тесты
- г) наблюдение

4. Управленческая функция «мотивация» обеспечивает ... (выберите один вариант ответа)

- а) достижение личных целей
- б) побуждение работников к эффективному выполнению поставленных задач
- в) исполнение принятых управленческих решений
- г) обеспечение бесспорного влияния на подчиненного

5. Сущность принципа «подчиненность личного интереса общему» состоит в том, что ... (выберите один вариант ответа)

- а) в организации всегда должен учитываться только личный интерес руководителей организации
- б) интерес одного работника должен преобладать над интересами организации в целом
- в) интерес отдельных менеджеров должен преобладать над интересами отдельных групп работников
- г) в организации интересы одного работника или группы не должен преобладать над интересами организации в целом

Ключи

1.	а
2.	г
3.	г
4.	б
5.	г

6. Прочитайте текст и установите соответствие

Выделяют три основных стиля управления: авторитарный, демократический и либеральный. Они различаются способом постановки задачи, степенью участия руководителя и особенностями его общения с командой. Соотнесите основные понятия, связанные со стилями управления, с их определениями.

<i>Понятие</i>	<i>Определение</i>
1. Стил ь управления	а) характеризуется отсутствием активного участия руководителя в управлении коллективом
2. Авторитарный стил ь управления	б) характеризуется тем, что руководитель всегда выясняет мнение коллектива по важным производственным вопросам, принимает коллегиальные решения
3. Демократический стил ь управления	в) устойчивый комплекс черт руководителя, проявляющихся в его отношении с подчиненными
4. Либеральный стил ь управления	г) система наиболее существенных предположений, принимаемых членами организации и выражающихся в конкретных ценностях, задающих людям ориентиры их поведения

	д) характеризуется высокой централизацией руководства, доминированием единоначалия
--	--

Запишите в таблицу выбранные буквы под соответствующими цифрами

1	2	3	4
в	д	б	а

Второй этап (продвинутый уровень) – показывает сформированность показателя компетенции «уметь»: применять базовые знания менеджмента в сфере сельскохозяйственного производства; разрабатывать и применять в профессиональной деятельности организационно-управленческие решения; определять и измерять эффективность управленческих решений.

Задания закрытого типа (вопросы для опроса):

1. Кратко охарактеризуйте основные стили управления.
2. Что такое методы управления персоналом?
3. Из каких элементов состоит управленческое решение?
4. Дайте определение понятию «стратегия» в управлении.
5. Что представляют собой экономические методы управления?

Ключи

1.	Директивный стиль управления характеризуется высокой централизацией руководства, доминированием единоначалия. Демократический стиль управления характеризуется распределением полномочий, инициативы и ответственности между руководителем и подчиненными. Либеральный стиль управления характеризуется отсутствием активного участия руководителя в управлении коллективом. Такой руководитель «плывет по течению», ждет или требует указаний сверху или попадает под влияние коллектива.
2.	Методы управления персоналом – совокупность определенных приемов и способов, типичных подходов к воздействию (влиянию) на персонал (как на работников, так и на трудовой коллектив в целом) с целью достижения конкретных результатов и координации их деятельности в процессе производства.
3.	Управленческое решение должно содержать следующие элементы: – субъект принятия решений (инициатор); – объект принятия решений (исполнитель); – причины принятия решения (проблема); – цель принятия решения; – предмет принятия решения (что должно быть сделано); – потребитель решения (для кого); – сроки реализации решения.
4.	Стратегия – это долгосрочное качественно определенное направление развития организации, касающееся сферы, средств и формы ее деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а также позиции организации в окружающей среде, приводящее организацию к ее целям. Это генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей.
5.	Экономические методы управления – совокупность способов воздействия путем создания экономических условий, побуждающих работников предприятий действовать в нужном направлении и добиваться решения поставленных перед ним задач.

Третий этап (высокий уровень) – показывает сформированность показателя компетенции «иметь навыки»: разработки, принятия и реализации организационно-управленческих решений; определения экономической эффективности применения управленческих решений в области производства, переработки и хранения продукции растениеводства.

Практические задания:

1. ООО «Золотой урожай» имеет возможность производить 150000 упаковок семян огурцов в год, но постоянно производит только 130000 упаковок, реализуя их по цене 40 ден. ед. за упаковку.

При этом объеме производства издержки на единицу продукции составили:

- сырье и материалы – 16 ден. ед.;
- заработная плата производственных рабочих – 8 ден. ед.;
- прочие переменные издержки – 4 ден. ед.;
- постоянные накладные расходы – 6 ден. ед.

Компания получила спецзаказ на дополнительные 10000 упаковок при цене реализации 33 ден. ед. При этом заказе постоянные издержки увеличиваются на 2 ден. ед. на каждое изделие. Компания подсчитала, что финансовым результатом будет убыток и отказалась от заказа. Показать экономическими расчетами, права ли компания, отказавшись от дополнительного заказа.

2. Семеноводческая компания оказалась в ситуации, когда ей срочно необходимы денежные средства, и она идет на то, чтобы «продать» часть своей рыночной доли конкурентам. Это скорее вынужденная, а не выбираемая стратегия.

Определите тип стратегии компании.

3. Рабочий собрал на поле 350 кг помидоров за смену, выполнив норму на 120%. Сдельная расценка за 1 кг составила 30 руб. Оплата труда за сбор 1 кг сверх нормы производится по расценкам, увеличенным в 1,5 раза.

Определить заработную плату рабочего при сдельно-прогрессивной системе оплаты труда.

4. Рассчитать рентабельность производства продукции, если цена продукции «А» 2520 руб./ц, а ее полная себестоимость – 2130 руб./ц, продукции «Б», соответственно, 3800 руб./ц и 3140 руб./ц.

5. В деловом портфеле фирмы есть бизнес-область с относительно небольшой долей на рынке в медленно развивающейся отрасли. Поток денежной наличности в этой области незначителен. Любой шаг фирмы, связанный с попыткой завоевать большую часть рынка, вызывает немедленно контратаку доминирующих в этой области конкурентов. Только мастерство менеджеров позволяет фирме удерживать свои бизнес-позиции.

Определите, к какому типу относится данное направление и какова должна быть стратегия в отношении него.

Ключи

1.	Компания приняла верное решение, отказавшись от дополнительного заказа, поскольку финансовый результат от его реализации является убытком. Финансовый результат = - 30000 ден. ед.
2.	Стратегия отступления.
3.	11374,50 руб.

4.	Рентабельность продукции «А» – 18%, рентабельность продукции «Б» – 21%.
5.	Тип, к которому относится бизнес-область, можно определить как слабеющая «собака». К слабеющим «собакам» рекомендуется применять стратегию «сбора урожая», «сокращения» или «ликвидации», в зависимости от того, какой вариант может принести наибольшие выгоды.

ОПК-6.2. Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур.

Первый этап (пороговой уровень) – показывает сформированность показателя компетенции «знать»: основы определения экономической эффективности применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур.

1. Из перечисленных методов наиболее эффективным для оценки экономической целесообразности применения нового сорта пшеницы является ... (выберите один вариант ответа)

- а) сравнение урожайности нового сорта с традиционными сортами без учета затрат на приобретение семян
- б) анализ выручки от реализации урожая нового сорта, игнорируя затраты на его выращивание
- в) расчет чистой прибыли, учитывающей как дополнительные доходы от урожая, так и затраты на семена, удобрения и средства защиты растений при возделывании нового сорта
- г) оценка только потребительских качеств зерна нового сорта, не принимая во внимание экономические показатели

2. Внесение удобрений в почву увеличивает урожайность. Ключевым для оценки экономической эффективности этого действия является такой показатель, как ... (выберите один вариант ответа)

- а) объем внесенных удобрений
- б) общая стоимость удобрений
- в) прирост урожайности в стоимостном выражении (выручка) за вычетом стоимости удобрений и затрат на их внесение
- г) содержание питательных веществ в почве после внесения удобрений

3. Применение нового средства защиты растений позволяет снизить потери урожая от вредителей. Чтобы правильно оценить экономическую эффективность этого решения, необходимо ... (выберите один вариант ответа)

- а) рассчитать экономию от снижения потерь урожая, учитывая стоимость самого средства, затраты на его применение и возможные побочные эффекты
- б) учесть только снижение потерь урожая без учета затрат на приобретение и применение средства
- в) сравнить объем урожая до и после применения средства защиты, игнорируя его стоимость
- г) оценить только экологичность средства защиты растений, не принимая во внимание экономические показатели

4. Фермер планирует внедрить новую систему орошения. Определить, окупится ли это вложение, поможет такой показатель, как ... (выберите один вариант ответа)

- а) увеличение урожайности без учета стоимости системы орошения
- б) общая стоимость системы орошения

- в) разница между дополнительной выручкой от увеличения урожайности и совокупными затратами на приобретение, установку и эксплуатацию системы орошения
г) объем потребляемой воды новой системой орошения

5. Из перечисленных факторов наименее важен при экономическом обосновании применения новых технологических приемов в сельском хозяйстве – ... (выберите один вариант ответа)

- а) затраты на внедрение технологии (оборудование, обучение персонала)
б) потенциальное увеличение урожайности и качества продукции
в) цена реализации продукции
г) современное направление в сельском хозяйстве

Ключи

1.	в
2.	в
3.	а
4.	в
5.	г

6. Прочитайте текст и установите соответствие

Чтобы успешно выйти на рынок, компании необходимо провести глубокий анализ, включающий сегментацию рынка и SWOT-анализ. На основе этих данных разрабатывается эффективный маркетинговый комплекс (4P) и формируется оптимальная сбытовая политика. Соотнесите основные понятия маркетинга с их определениями.

<i>Понятие</i>	<i>Определение</i>
1. Сегментация рынка	а) комплекс мероприятий, направленных на увеличение объема продаж продукции сельскохозяйственного производства путем формирования положительного имиджа предприятия, улучшения качества продукции и расширения каналов сбыта
2. Маркетинговый комплекс (4P)	б) процесс разделения потребителей на группы, обладающие схожими характеристиками и потребностями, с целью разработки целевых маркетинговых стратегий
3. SWOT-анализ	в) инструмент стратегического планирования, позволяющий оценить сильные и слабые стороны предприятия, а также возможности и угрозы внешней среды
4. Сбытовая политика	г) стратегическое сочетание четырех ключевых элементов: Продукт (Product), Цена (Price), Место (Place) и Продвижение (Promotion), используемых для достижения маркетинговых целей
	д) система управления земельными ресурсами, направленная на сохранение плодородия почвы и предотвращение ее деградации

Запишите в таблицу выбранные буквы под соответствующими цифрами

1	2	3	4
б	г	в	а

Второй этап (продвинутый уровень) – показывает сформированность показателя компетенции «уметь»: использовать основы определения экономической эффективности применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур.

Задания открытого типа (вопросы для опроса):

1. В чем заключается сущность агромаркетинга?
2. Перечислите показатели эффективности использования земли.
3. Перечислите основные особенности маркетинга аграрных предприятий.
4. Какие существуют концепции маркетинга?
5. Что представляет собой сбытовая функция маркетинга?

Ключи

1.	Сущность агромаркетинга заключается в системе действий, направленных на изучение спроса, производственных возможностей предприятия и производство с учётом экономичного расходования ресурсов с полной ориентацией на потребителя.
2.	Основными натуральными показателями эффективности использования земли являются: урожайность сельскохозяйственных культур (ц/га) и производство основных видов продукции растениеводства (зерна, сахарной свеклы, картофеля и др.) в расчете на 100 га пашни (ц), а стоимостными показателями – стоимость валовой продукции, валового и чистого дохода, прибыли в расчете на 1 га (руб.). К косвенным показателям использования земельных ресурсов следует отнести окупаемость затрат (руб./руб.), себестоимость (руб. за 1 ц) и рентабельность производства растениеводческой продукции (%).
3.	К основным особенностям маркетинга аграрных предприятий относятся: – зависимость объёмов производства сельскохозяйственной продукции от природно-климатических условий; – значимость товара для потребителей в аспекте продовольственной безопасности; – сезонность сельскохозяйственного производства; – существование в системе сельскохозяйственного производства предприятий различных форм собственности и хозяйствования; – разные уровни осуществления маркетинговой деятельности; – несовершенство нормативно-правовой базы в области регулирования маркетинговой деятельности.
4.	Существуют следующие концепции маркетинга: производственная, товарная, сбытовая, концепция интенсификации коммерческих усилий, потребительская, социально-этическая компетенция, концепция маркетинга взаимодействия.
5.	Сбытовая функция маркетинга, или функция продаж, представляет собой организацию системы движения продукта от производителя к потребителю в соответствии с концепцией жизненного цикла товара.

Третий этап (высокий уровень) – показывает сформированность показателя компетенции «иметь навыки»: определения экономической эффективности применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур.

Практические задания:

1. Рассчитайте бюджет на маркетинг для запуска новой линейки биопродуктов, если известно, что общий бюджет на запуск составляет 2 млн. руб., из них на маркетинг выделяется 30%.

2. Компания «АгроНова» запускает новый вид устойчивых к засухе семян. Определите оптимальную цену продукта, исходя из затрат на производство (100 руб./ед.), предполагаемой прибыли (20%) и ожидаемого спроса.

3. Компания планирует увеличить продажи на 20% за счет рекламной кампании. Текущий объем продаж составляет 500000 руб. Какую сумму компания должна выделить на рекламу, если известно, что рентабельность инвестиций в рекламу (ROI) составляет 5:1?

4. Компания производит товар с переменными затратами 300 рублей на единицу и постоянными затратами 1 млн. руб. Компания планирует продать 10 тыс. единиц товара. Какую цену за единицу товара компания должна установить, чтобы получить прибыль в размере 500 тыс. руб.?

5. После запуска рекламной кампании объем продаж увеличился со 150000 до 180000 единиц. Рекламная кампания обошлась в 300000 рублей. Каков ROI рекламной кампании?

Ключи

1.	600 тыс. руб.
2.	120 руб.
3.	20 тыс. руб.
4.	450 руб.
5.	10%.

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме устного зачета.

Вопросы для зачета

1. Объект и предмет «Менеджмента», цели и задачи его изучения.
2. Истоки современной управленческой науки.
3. Подходы к управлению с позиции разных научных школ.
4. Управление и его элементы.
5. Принципы управления.
6. Системы методов управления.
7. Экономические методы управления.
8. Организационно-распорядительные методы управления.
9. Социально-психологические методы управления.
10. Понятие и сущность организации.
11. Признаки организации.
12. Типология организации.
13. Внутренняя среда организации.
14. Внешняя среда организации.
15. Жизненный цикл организации.
16. Определение структуры предприятия.
17. Основные характеристики структур управления.
18. Типизация организационных структур управления.
19. Понятие и сущность процесса планирования.

20. Роль планирования в процессе управления.
21. Виды и принципы планирования.
22. Целеполагание в менеджменте.
23. Стратегическое видение и миссия организации.
24. Стратегии организации.
25. Методы планирования.
26. Понятие мотивации.
27. Содержание мотивации.
28. Процесс мотивации.
29. Централизация и децентрализация в управлении.
30. Делегирование полномочий и ответственность.
31. Координация и её роль в управлении.
32. Механизмы координации.
33. Сущность контроля и его виды.
34. Этапы процесса контроля и их характеристика.
35. Эффективность контроля.
36. Влияние и власть в менеджменте.
37. Типы власти и её источники в организации.
38. Лидерство (руководство) в менеджменте.
39. Понятие и классификация управленческих решений.
40. Процесс принятия управленческих решений: характеристика стадий и этапов.
41. Факторы, влияющие на процесс принятия решений.
42. Методы принятия решений.
43. Реализация решений.
44. Понятие и виды коллективов.
45. Формальные и неформальные коллективы.
46. Социально-психологический климат коллектива.
47. Процесс формирования трудового коллектива.
48. Понятие и структура организационной культуры.
49. Типология организационной культуры.
50. Функции организационной культуры.
51. Модели организационной культуры.
52. Коммуникация в организации. Виды коммуникации.
53. Функции коммуникации в управлении.
54. Процесс коммуникаций.
55. Каналы коммуникации.
56. Сущность понятия «маркетинг».
57. Предпосылки возникновения маркетинга.
58. Маркетинг как наука и как вид человеческой деятельности.
59. Задачи маркетинга.
60. Субъекты маркетинга.
61. Особенности маркетинга в сельском хозяйстве.
62. Концепции маркетинга.
63. Функции маркетинга.
64. Виды маркетинга.
65. Переменные сегментирования рынка.
66. Критерии успешного сегментирования рынка.
67. Новизна товара и ее виды.
68. Планирование нового товара.
69. Виды неудач нового товара.
70. Жизненный цикл товара (ЖЦТ).
71. Особенности «ЖЦТ» в сельском хозяйстве.

72. Стратегия качества продукции.
73. Зависимость качества продукции от качества производственных ресурсов.
74. Эффективность мероприятий, связанных с улучшением качества продукции.
75. Сущность цены.
76. Цели ценообразования.
77. Методика установления исходной цены.
78. Методы ценообразования.
79. Сущность сбыта. Этапы сбыта.
80. Сущность и способы продвижения. Этапы продвижения.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Для выполнения практических заданий студенту необходимы ручка, листы для черновых подсчетов, калькулятор.

Текущий контроль

Тестирование для проведения текущего контроля проводится в письменной форме или с помощью Системы дистанционного обучения Moodle. На тестирование отводится 10 минут. Каждый вариант тестовых заданий включает 10 вопросов. Количество возможных вариантов ответов – 4 или 5. Студенту необходимо выбрать один правильный ответ. За каждый правильный ответ на вопрос присваивается 10 баллов. Шкала перевода: 9-10 правильных ответов – оценка «отлично» (5), 7-8 правильных ответов – оценка «хорошо» (4), 6 правильных ответов – оценка «удовлетворительно» (3), 1-5 правильных ответов – оценка «неудовлетворительно» (2).

Опрос как средство текущего контроля проводится в форме устных ответов на вопросы. Студент отвечает на поставленный вопрос сразу, время на подготовку к ответу не предоставляется.

Практические задания как средство текущего контроля проводятся в письменной форме. Студенту выдается задание и предоставляется 10 минут для подготовки к ответу.

Промежуточная аттестация

Зачет проводится путем подведения итогов по результатам текущего контроля. Если студент не справился с частью заданий текущего контроля, ему предоставляется возможность сдать зачет на итоговом контрольном мероприятии в форме ответов на вопросы к зачету или тестовых заданий к зачету. Форму зачета (опрос или тестирование) выбирает преподаватель.

Тестирование для проведения промежуточной аттестации проводится с помощью Системы дистанционного обучения или дачи устного ответа в аудитории. На тестирование отводится 20-30 минут. Тестовое задание включает 20 вопросов. Количество возможных вариантов ответов – 1. Студенту необходимо выбрать один правильный ответ. За каждый правильный ответ на вопрос присваивается 5 баллов. Шкала перевода: зачтено: 18-20 правильных ответов – оценка «отлично» (5), 15-17 правильных ответов – оценка «хорошо» (4), 12-14 правильных ответов – оценка «удовлетворительно» (3); не зачтено: 1-11 правильных ответов – оценка «неудовлетворительно» (2).

Если зачет проводится в форме ответов на вопросы, студенту предлагается один или несколько вопросов из перечня вопросов к зачету. Время на подготовку к ответу не предоставляется.