Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Комарова Светлана Юриевна
Должность: Проректор по образовательной деятельности
Дата подписания: 24.11.2023 11:06:16
Уникальный программный ключ:
43ba42f5deae4116bbfcbb9ac98e39108031227e81add207cbee4149f2098d7a

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина»

Агротехнологический факультет

ОПОП по направлению подготовки 35.03.04 Агрономия

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по освоению учебной дисциплины
Б1.О.15 Менеджмент и маркетинг

Обеспечивающая преподавание дисциплины кафедра - менеджмента и маркетинга	
Выпускающее подразделение ОПОП – факультет агротехнологический	
Разработчики РПУД, к.с.-х.н., доцент	Е.В. Фалалеева

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1. Место учебной дисциплины в подготовке бакалавра	4
2. Структура учебной работы, содержание и трудоёмкость основных элементов дисциплины	7
2.1. Организационная структура, трудоемкость и план изучения дисциплины	7
2.2. Содержание дисциплины по разделам	7
3. Общие организационные требования к учебной работе студента, условия допуска к зачету	8
3.1. Организация занятий и требования к учебной работе студента	8
3.2. Условия допуска к зачету по дисциплине	9
4. Лекционные занятия	9
5. Практические занятия по курсу и подготовка студента к ним	10
6. Общие методические рекомендации по изучению отдельных разделов дисциплины	11
7. Общие методические рекомендации по оформлению и выполнению отдельных видов ВАРС	13
7.1. Рекомендации по выполнению презентации	17
7.1.1. Шкала и критерии оценивания	17
7.2. Рекомендации по самостоятельному изучению тем	17
7.2.1. Шкала и критерии оценивания	17
8. Текущий (внутрисеместровый) контроль хода и результатов учебной работы студента	18
8.1. Вопросы для входного контроля	18
8.2. Текущий контроль успеваемости	20
8.2.1. Шкала и критерии оценивания	20
9. Промежуточная (семестровая) аттестация студентов	20
9.1 Нормативная база проведения промежуточной аттестации студентов по результатам изучения дисциплины	20
9.2. Основные характеристики промежуточной аттестации студентов по итогам изучения дисциплины	20
9.3. Подготовка к заключительному тестированию по итогам изучения дисциплины	21
9.3.1. Шкала и критерии оценивания	21
9.4 Перечень примерных вопросов к зачету	22
10. Учебно-информационные источники для изучения дисциплины	25
Приложение 1 Форма титульного листа презентации	27
Приложение 2 Результаты проверки презентации	28

ВВЕДЕНИЕ

1. Настоящее издание является основным организационно-методическим документом учебно-методического комплекса по дисциплине в составе основной образовательной программы высшего образования (ОПОП ВО) подготовки бакалавра по направлению 35.03.04 - Агрономия. Профили «Полеводство», «Селекция и генетика сельскохозяйственных культур». Оно предназначено стать для них методической основой по освоению данной дисциплины.

2. Содержательной основой для разработки настоящего издания послужила Рабочая программа учебной дисциплины, утвержденная в установленном порядке.

3. Методические аспекты настоящего издания развиты в учебно-методической литературе и других разработках, входящих в состав УМК по данной дисциплине.

4. Доступ студентов к электронной версии Методических указаний по изучению дисциплины обеспечен на выпускающей кафедре и на сервисе «Диск» в ИОС в методическом кабинете обучающегося и на сайте университета.

При этом в электронную версию могут быть внесены текущие изменения и дополнения, направленные на повышение качества настоящих методических указаний до их переиздания в установленном порядке.

Уважаемые обучающиеся!

Приступая к изучению новой для Вас учебной дисциплины, начните с вдумчивого прочтения разработанных для Вас кафедрой специальных методических указаний. Это поможет Вам вовремя понять и правильно оценить ее роль в Вашем образовании.

Ознакомившись с организационными требованиями кафедры по этой дисциплине и соизмерив с ними свои силы, Вы сможете сделать осознанный выбор собственной тактики и стратегии учебной деятельности, уберечь самих себя от неразумных решений по отношению к ней в начале семестра, а не тогда, когда уже станет поздно. Используя это издание, Вы без дополнительных осложнений подойдете к семестровой аттестации по этой дисциплине. Успешность аттестации зависит, прежде всего, от Вас. Ее залог – ритмичная, целенаправленная, вдумчивая учебная работа, в целях обеспечения которой и разработаны эти методические указания.

1. Место учебной дисциплины в подготовке выпускника

Учебная дисциплина относится к дисциплинам ОПОП университета, состав которых определяется вузом и требованиями ФГОС.

Цель дисциплины – формирование знаний по основным понятиям менеджмента и маркетинга, изучение основных принципов и методов управления деятельностью организации.

В ходе освоения дисциплины обучающийся должен:

Иметь целостное представление об основных современных проблемах менеджмента и маркетинга и путях их решения.

Знать:

-основные научные подходы в решении современных проблем менеджмента и маркетинга;

- общий процесс принятия организационно-управленческих решений;

- основные положения отечественных и зарубежных исследований в области современных проблем менеджмента и маркетинга.

Уметь использовать (владеть):

– систематизировать основные научные подходы в изучении менеджмента и маркетинга;

– принимать организационно-управленческие решения;

– составлять планы развития предприятия.

Иметь опыт:

- грамотного использования законодательных, нормативных и методических документов в процессе принятия организационно-управленческих решений в организации;

– использования методов сбора, анализа информации и данных, необходимых для выявления проблем и разработки перспективных решений в области менеджмента и маркетинга.

1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в результате освоения учебной дисциплины:

В результате освоения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

Компетенции, в формировании которых задействована дисциплина		**Код и наименование индикатора достижений компетенции**	**Компоненты компетенций,** формируемые в рамках данной дисциплины (как ожидаемый результат ее освоения)		
код	наименование		знать и понимать	уметь делать (действовать)	владеть навыками (иметь навыки)
1			2	3	4

Обязательные профессиональные компетенции					
ОПК - 6.2	Определяет экономическую эффективность технологических приемов при возделывании сельскохозяйственных культур	Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет поиск, критический анализ и синтез информации, применяет системный подход для решения поставленных задач	Знает и понимает теоретические основы анализа и оценки результатов технологических приемов в растениеводстве и деятельности предприятия в целом	Умеет применять, определять и анализировать экономическую эффективность применения средств химизации и технологических приемов в сельском хозяйстве, принимать решения по их совершенствованию	Владеет навыками применения методик расчета показателей экономической эффективности применения средств химизации и технологических приемов в сельском хозяйстве

1.2.Описание показателей, критериев и шкал оценивания и этапов формирования компетенций по дисциплине

Индекс и название компетенции	Код индикатора достижений компетенции	Индикаторы компетенции	Показатель оценивания – знания, умения, навыки (владения)	Уровни сформированности компетенций				Формы и средства контроля формирования компетенций
				компетенция не сформирована	минимальный	средний	высокий	
				Оценки сформированности компетенций				
				Не зачтено	Зачтено			
				Характеристика сформированности компетенции				
				Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений и навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач	1. Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач. 2. Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач. 3. Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач.			
Критерии оценивания								
ОПК – 6.2	ОПК-6.2 Определяет экономическую эффективность технологических приемов при возделывании сельскохозяйственных культур	Полнота знаний	Знает теоретические основы анализа и оценки результатов технологических приемов в растениеводстве и деятельности предприятия в целом	Отсутствуют или фрагментарные знания о теоретических основах анализа и оценки результатов технологических приемов в растениеводстве и деятельности предприятия в целом		Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач.		тестирование
		Наличие умений	Умеет применять, определять и анализировать экономическую эффективность применения средств химизации и технологических приемов в сельском хозяйстве, принимать решения по их совершенствованию	Отсутствуют или фрагментарные умения в определении и анализе экономической эффективности применения средств химизации и технологических приемов в сельском хозяйстве, принимать решения по их совершенствованию		Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач.		
		Наличие навыков (владение опытом)	Владеет навыками применения методик расчета показателей экономической эффективности применения средств химизации и	Отсутствуют или фрагментарное владение навыками применения методик расчета показателей экономической эффективности		Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в		

			технологических приемов в сельском хозяйстве	применения средств химизации и технологических приемов в сельском хозяйстве	полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач.	

2. Структура учебной работы, содержание и трудоёмкость основных элементов дисциплины

2.1 Организационная структура, трудоемкость и план изучения дисциплины

Вид учебной работы	Трудоемкость в т.ч. по семестрам обучения	
	очная форма	заочная форма
	6	
1. Аудиторные занятия, всего	48	
- Лекции	30	
- Практические занятия (включая семинары)	18	
- Лабораторные занятия	0	
2. Внеаудиторная академическая работа студентов	60	
2.1 Фиксированные виды внеаудиторных самостоятельных работ:		
Выполнение и сдача/защита индивидуального задания в виде*		
- презентации	18	
2.2 Самостоятельное изучение тем/вопросов программы	18	
2.3 Самоподготовка к аудиторным занятиям	18	
2.4 Самоподготовка к участию и участие в контрольно-оценочных мероприятиях, проводимых в рамках текущего контроля освоения дисциплины (*за исключением учтённых в пп.2.1 – 2.2):*	6	
3. Получение зачета по итогам освоения дисциплины	-	
* КР/КП, реферата/эссе/презентации, контрольной работы (для студентов заочной формы обучения), расчетно-графической (расчетно-аналитической) работы и др.		

2.2. Укрупнённая содержательная структура учебной дисциплины и общая схема её реализации в учебном процессе

Номер и наименование раздела учебной дисциплины. Укрупнённые темы раздела	Трудоемкость раздела и её распределение по видам учебной работы, час.							Форма рубежного контроля по разделу	№№ компетенций, на формирование которых ориентирован раздел
	Общая	Аудиторная работа				ВАРС			
		всего	лекции	занятия: практические (всех форм)	занятия: лабора-торные	всего	Фиксирован-ные виды		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Очная форма обучения									
Раздел 1. Основы менеджмента								Тестирование Презентация	ОПК-6.2
Менеджмент как наука и вид деятельности Понятие и сущность менеджмента. Цели, задачи и функции менеджмента. Основные виды менеджмента Историческая справка о развитии менеджмента	12	6	4	2		6			
Предприятие - основное звено управления Понятие и признаки предприятия Классификация предприятий по различным признакам	8	6	4	2		2			
Методы и стили управления Сущность и виды методов управления. Стили управления. Многомерность стилей управления	10	4	2	2		6			
Управленческие решения Понятие и классификация управленческих решений. Процесс принятия решений. Реализация управленческих решений	12	8	6	2		4			

	Теории мотивации Мотивационный процесс. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации	10	4	2	2		6			
	Раздел 2. Основы маркетинга									
	Основные понятия маркетинга Понятие и сущность маркетинга. Задачи, функции и элементы маркетинга. Основные концепции маркетинга	14	4	2	2		10	4		
	Сегментация и позиционирование Критерии сегментации. Выбор целевых рынков. Выбор позиции на рынке	10	6	4	2		4			
	Продукт как элемент комплекса маркетинга Классификация продукта на основе конечного потребления. Концепции продукта. Жизненный цикл товаров	14	4	2	2		10	6		
	Изучение потребителей Основные факторы, определяющие поведение потребителей. Направления изучения потребителей. Изучение системы ценностей потребителя	18	6	4	2		12	8		
Итого по учебной дисциплине		108	48	30	18	0	60	18		
Доля лекций в аудиторных занятиях, %		50,0								

3. Общие организационные требования к учебной работе студента

3.1. Организация занятий и требования к учебной работе студента

Организация занятий по дисциплине носит циклический характер. По двум разделам предусмотрена взаимоувязанная цепочка учебных работ: лекция – самостоятельная работа студентов (аудиторная и внеаудиторная). На занятиях студенческая группа получает задания и рекомендации.

Для своевременной помощи студентам при изучении дисциплины кафедрой организуются индивидуальные и групповые консультации, устанавливается время приема выполненных работ.
По итогам изучения дисциплины осуществляется аттестация студента в форме тестирования.

Учитывая статус дисциплины к её изучению предъявляются следующие организационные требования:

- обязательное посещение студентом всех видов аудиторных занятий;
- ведение конспекта в ходе лекционных занятий;
- качественная самостоятельная подготовка к практическим занятиям, активная работа на них;
- активная, ритмичная самостоятельная аудиторная и внеаудиторная работа студента в соответствии с планом-графиком, представленным в таблице 2.4;
- своевременная сдача преподавателю отчетных документов по аудиторным и внеаудиторным видам работ;

В случае наличия пропущенных студентом занятиям, необходимо получить консультацию по подготовке и оформлению отдельных видов заданий.

Для успешного освоения курса, студенту предлагаются учебно-информационные источники в виде учебной, учебно-методической литературы по всем разделам.

3.2 Условия допуска к зачету

Зачет является формой контроля, который выставляется обучающемуся согласно Положения о текущей, промежуточной аттестации студентов, выполнившему в полном объеме все перечисленные в п.2-3 требования к учебной работе, прошедший все виды тестирования, выполнения презентации с положительной оценкой. В случае не полного выполнения указанных

условий по уважительной причине, студенту могут быть предложены индивидуальные задания по пропущенному учебному материалу.

4. Лекционные занятия

Для изучающих дисциплину «Менеджмент и маркетинг» читаются лекции в соответствии с планом, представленным в таблице 3.

Таблица 3 - Лекционный курс

Номер раздела	Номер лекции	Тема лекции. Основные вопросы темы	Трудоемкость по разделу, час. Очная форма	Трудоемкость по разделу, час. заочная форма	Используемые интерактивные формы
1	2	3	4		5
1	1-6	Менеджмент как наука и вид деятельности Понятие и сущность менеджмента. Цели, задачи и функции менеджмента. Основные виды менеджмента Историческая справка о развитии менеджмента	2		
		Предприятие - основное звено управления Понятие и признаки предприятия. Классификация предприятий по различным признакам	2		
		Методы и стили управления Сущность и виды методов управления. Стили управления. Многомерность стилей управления	2		Презентация, информационная лекция
		Управленческие решения Понятие и классификация управленческих решений. Процесс принятия решений. Реализация управленческих решений	2		
		Теории мотивации Мотивационный процесс. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации	2		
2	7-12	Основные понятия маркетинга Понятие и сущность маркетинга. Задачи, функции и элементы маркетинга. Основные концепции маркетинга	2		
		Сегментация и позиционирование Критерии сегментации. Выбор целевых рынков. Выбор позиции на рынке	2		Презентация, информационная лекция
		Продукт как элемент комплекса маркетинга Классификация продукта на основе конечного потребления. Концепции продукта. Жизненный цикл товаров	2		Презентация, информационная лекция
		Изучение потребителей Основные факторы, определяющие поведение потребителей. Направления изучения потребителей. Изучение системы ценностей потребителя	2		
Общая трудоёмкость лекционного курса			18		x

Всего лекций по учебной дисциплине:	час	Из них в интерактивной форме:	час
- очная форма обучения	18	- очная форма обучения	8

Примечания:

- материально-техническое обеспечение лекционного курса – см. Приложение 6.
- обеспечение лекционного курса учебной, учебно-методической литературой и иными библиотечно-информационными ресурсами и средствами обеспечения образовательного

процесса – см. Приложения 1 и 2

5. Практические занятия по дисциплине и подготовка студента к ним

Практические занятия по курсу проводятся в соответствии с планом, представленным в таблице 4.

Номер раздела (модуля)	Номер занятия	Тема занятия/ Примерные вопросы на обсуждение (для занятий в формате семинарских)	Трудоёмкость по разделу, час. очная форма	Трудоёмкость по разделу, час. заочная форма	Используемые интерактивные формы	Связь занятия с ВАРС*
1	2	3	4	5	6	7
1	1-7	Практическое занятие 1 Власть и влияние в организации Виды власти. Основы власти руководителя в организации Менеджер как работник и как личность. Основные требования к руководителям Основные требования к руководителям. Функции руководителей. Уровни управления	2			ОСП
		Практическое занятие 2 Классификация документов. Требования к оформлению документов Понятие и функции документов. Классификация документов. Основные требования к оформлению документов Организационно-распорядительные документы Организационные документы (учредительный договор, устав, положение). Распорядительные документы. Порядок составления организационно-распорядительных документов	2		Решение ситуационных задач	ОСП
		Практическое занятие 3 Сущность и виды методов управления. Стили управления	2			ОСП
		Практическое занятие 4 Управленческие решения Порядок принятия управленческих решений. Практические задания	2		Решение ситуационных задач	УЗ СРС
		Практическое занятие 5 Теории мотивации Мотивационный процесс. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации	2			ОСП
2	8-12	Практическое занятие 6 Основные понятия маркетинга Понятие и сущность маркетинга. Задачи, функции и элементы маркетинга	2		Работа в малых группах	ОСП УЗ СРС
		Практическое занятие 7 Сегментация и позиционирование Критерии сегментации. Выбор целевых рынков. Выбор позиции на рынке	2		Работа в малых группах	ОСП
		Практическое занятие 8 Продукт как элемент комплекса маркетинга	2		Работа в малых группах	ОСП УЗ

		Классификация продукта на основе конечного потребления. Концепции продукта. Жизненный цикл товаров				СРС
		Практическое занятие 9 Изучение потребителей Основные факторы, определяющие поведение потребителей. Проведение маркетинговых исследований. Составление анкеты	2		Работа в малых группах	ПР СРС
Всего практических занятий по учебной дисциплине:			час	Из них в интерактивной форме:		час
- очная форма обучения			18	- очная форма обучения		12
В том числе в формате семинарских занятий:						
- очная форма обучения						

** Условные обозначения:*
ОСП - предусмотрена обязательная самоподготовка к занятию; **УЗ СРС** - на занятии выдаётся задание на конкретную ВАРС; **ПР СРС** - занятие содержательно базируется на результатах выполнения студентами конкретной ВАРС; …

Примечания:
- материально-техническое обеспечение практических занятий – см. Приложение 6
- обеспечение практических занятий учебной, учебно-методической литературой и иными библиотечно-информационными ресурсами и средствами обеспечения образовательного процесса – см. Приложения 1 и 2

Подготовка студентов к практическим занятиям осуществляется с учетом общей структуры учебного процесса. На практических занятиях осуществляется входной и текущий аудиторный контроль в виде опроса, по основным понятиям дисциплины.

Подготовка к практическим занятия подразумевает выполнение домашнего задания к очередному занятию по заданиям преподавателя, выдаваемым в конце предыдущего занятия.

Для осуществления работы по подготовке к занятиям, необходимо ознакомиться с путеводителем по дисциплине, в котором внимательно ознакомиться с литературой и электронными ресурсами, с рекомендациями по подготовке, вопросами для самоконтроля.

6. Общие методические рекомендации по изучению отдельных разделов дисциплины

При изучении конкретного раздела дисциплины, из числа вынесенных на лекционные и практические занятия, обучающемуся следует учитывать изложенные ниже рекомендации. Обратите на них особое внимание при подготовке к аттестации.

Работа по теме, прежде всего, предполагает ее изучение по учебнику или пособию. Поэтому необходимо вырабатывать самостоятельные суждения, дополняя их аргументацией. Для выработки самостоятельного суждения важным является умение работать с научной литературой. Поэтому работа по теме кроме ее изучения по учебнику, пособию предполагает также поиск статей в научных журналах по менеджменту и маркетингу. Такими журналами являются: Вопросы экономики, Маркетинг в России и за рубежом, Общество и экономика, Менеджмент в России и за рубежом и др. Выбор статьи, относящейся к теме, лучше делать по последним в году номерам, где приводится перечень статей, опубликованных за год. Самостоятельная подготовка предполагает использование ряда методов.

1. Конспектирование. Конспектирование позволяет выделить главное в изучаемом материале и выразить свое отношение к рассматриваемой автором проблеме.

Техника записей в конспекте индивидуальна, но есть ряд правил, которые могут принести пользу его составителю: начиная конспект, следует записать автора изучаемого произведения, его название, источник, где оно опубликовано, год издания. Порядок конспектирования:

а) внимательное чтение текста;
б) поиск в тексте ответов на поставленные в изучаемой теме вопросы;
в) краткое, но четкое и понятное изложение текста;
г) выделение в записи наиболее значимых мест;
д) запись на полях возникающих вопросов, понятий, категорий и своих мыслей.

2. Записи в форме тезисов, планов, аннотаций, формулировок определений. Все перечисленные формы помогают быстрой ориентации в подготовленном материале, подборе аргументов в пользу или против какого- либо утверждения.

3. Словарь понятий и категорий. Составление словаря помогает быстрее осваивать новые понятия и категории, увереннее ими оперировать. Подобный словарь следует вести четко, разборчиво, чтобы удобно было им пользоваться. Из приведенного в УМК глоссария нужно к каждому занятию выбирать понятия, относящиеся к изучаемой теме, объединять их логической схемой в соответствии с вопросами практического занятия.

Процедура оценивания

После изучения каждого раздела проводится рубежный контроль. Рубежный контроль осуществляется с целью определения качества проведения образовательных услуг по дисциплине, для оценки степени достижения обучающимися состояния, определяемого целевыми установками дисциплины, а также для формирования корректирующих мероприятий. Рубежный контроль осуществляется по разделам дисциплины в соответствии с планом. Рубежный контроль состоит из выполнения заданий на практических занятиях и выполнения тестов по разделам дисциплины.

Шкала и критерии оценивания
ответов на вопросы рубежного контроля

Результаты определяют оценками.

Оценку «отлично» выставляют обучающемуся, глубоко и прочно освоившему теоретический и практический материал дисциплины. Ответ должен быть логичным, грамотным, необходимо показать знание не только основного, но и дополнительного материала.

Оценку «хорошо» заслуживает обучающийся, твердо знающий программный материал дисциплины, грамотно и по существу излагающий его. Необходимо правильно применять теоретические положения при решении практических задач, владеть определенными навыками и приемами их выполнения.

Оценку «удовлетворительно» получает обучающийся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, испытывает затруднения при решении практических задач. В ответах на поставленные вопросы студентом допущены неточности, даны недостаточно правильные формулировки.

Оценка «неудовлетворительно» говорит о том, что обучающийся не знает значительной части материала по дисциплине, допускает существенные ошибки в ответах, не может решить практические задачи или решает их с затруднениями.

7. Общие методические рекомендации по оформлению и выполнению отдельных видов ВАРС

7.1. Рекомендации по выполнению презентации

Учебные цели, на достижение которых ориентировано выполнение презентации: получить целостное представление об основных современных проблемах менеджмента

Учебные задачи, которые должны быть решены студентом в рамках выполнения презентации:

- детальное рассмотрение наиболее актуальных проблем менеджмента;
- накопление опыта работы с научной литературой, подбора и анализа фактического материала;
- совершенствование в изложении своих мыслей, критики, самостоятельного построения структуры работы, постановки задач, раскрытие основных вопросов, умение сформулировать логические выводы и предложения.

Перечень примерных тем презентации

1. Особенности организации сельскохозяйственного (растениеводческого) предприятия
2. Организационная структура предприятия аграрного сектора экономики
3. Основные принципы организации агрономических работ
4. Организация управления полевым производством
5. Планирование работ на предприятии по производству продукции сельского хозяйства
6. Нормирование работ в сельском хозяйстве
7. Функции руководителей агрономической службы
8. Должностные обязанности специалистов сельского хозяйства
9. Планирование на предприятиях аграрного сектора экономики

Этапы работы над презентацией

Выбор темы. Очень важно правильно выбрать тему. Выбор темы не должен носить формальный характер, а иметь практическое и теоретическое обоснование.

Автор должен осознанно выбрать тему с учетом его познавательных интересов. Если интересующая тема отсутствует в рекомендательном списке, то по согласованию с преподавателем студенту предоставляется право самостоятельно предложить свою тему, раскрывающую содержание изучаемой дисциплины. Тема не должна быть слишком общей и глобальной, так как небольшой объем работы (до 25 слайдов) не позволит раскрыть ее.

При выборе темы необходимо учитывать полноту ее освещения в имеющейся научной литературе. Для этого можно воспользоваться тематическими каталогами библиотек и библиографическими указателями литературы, периодическими изданиями и ежемесячными указателями литературы, либо справочно-библиографическими ссылками изданий, посвященных данной теме.

После выбора темы составляется список изданной по теме (проблеме) литературы, опубликованных статей, необходимых справочных источников.

Знакомство с любой научной проблематикой следует начинать с освоения имеющейся основной научной литературы. При этом следует сразу же составлять библиографические выходные данные (автор, название, место и год издания, издательство, страницы) используемых источников. Названия работ иностранных авторов приводятся только на языке оригинала.

Начинать знакомство с избранной темой лучше всего с чтения обобщающих работ по данной проблеме, постепенно переходя к узкоспециальной литературе.

На основе анализа прочитанного и просмотренного материала по данной теме следует составить тезисы по основным смысловым блокам, с пометками, собственными суждениями и оценками.

Составление плана. Автор по предварительному согласованию с преподавателем может самостоятельно составить план, с учетом замысла работы, либо взять за основу рекомендуемый план, приведенный в данных методических указаниях по соответствующей теме. Правильно построенный план помогает систематизировать материал и обеспечить последовательность его изложения.

Наиболее традиционной является следующая структура презентации:

Титульный лист.
Оглавление (план, содержание).
Введение.
Глава 1 (полное наименование главы).
1.1. (полное название параграфа, пункта);
1.2. (полное название параграфа, пункта).
Глава 2 (полное наименование главы).
2.1. (полное название параграфа, пункта);
2.2. (полное название параграфа, пункта).
Заключение (или выводы).
Список использованной литературы.
Приложения (по усмотрению автора).

Основная часть

Титульный лист заполняется по единой форме (Приложение 1).

Оглавление (план, содержание) включает названия всех разделов (пунктов плана) презентации и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте.

Введение. В этой части обосновывается актуальность выбранной темы, формулируются цели работы и основные вопросы, которые предполагается раскрыть, указываются используемые материалы и дается их краткая характеристика с точки зрения полноты освещения избранной темы. Объем введения не должен превышать 1-2 слайдов.

Основная часть может быть представлена одной или несколькими главами, которые могут включать 2-3 параграфа (подпункта, раздела).

Здесь достаточно полно и логично излагаются главные положения в используемых источниках, раскрываются все пункты плана с сохранением связи между ними и последовательности перехода от одного к другому.

Автор должен следить за тем, чтобы изложение материала точно соответствовало цели и названию главы (параграфа). Материал рекомендуется излагать своими словами, не допуская дословного переписывания из литературных источников. В тексте обязательны ссылки на первоисточники, т.е. на тех авторов, у которых взят данный материал в виде мысли, идеи, вывода, числовых данных, таблиц, графиков, иллюстраций и пр.

Работа должна быть написана грамотным литературным языком. Сокращение слов в тексте не допускается, кроме общеизвестных сокращений и аббревиатуры. Каждый раздел рекомендуется заканчивать кратким выводом.

Заключение (выводы). В этой части обобщается изложенный в основной части материал, формулируются общие выводы, указывается, что нового лично для себя вынес автор. Заключение по объему не должно превышать 1,5-2 слайдов.

Приложения могут включать графики, таблицы, расчеты. Они должны иметь внутреннюю (собственную) нумерацию страниц.

Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная литература, периодические издания и электронные источники информации. Список составляется согласно правилам библиографического описания.

Процедура оценивания

При аттестации бакалавра по итогам его работы над презентацией, руководителем используются критерии оценки качества **процесса подготовки презентации,** критерии оценки **содержания презентации,** критерии оценки **оформления презентации, критерии оценки участия студента в контрольно-оценочном мероприятии.**

1. Критерии оценки содержания: степень раскрытия темы; самостоятельность и качество анализа теоретических положений; глубина проработки, обоснованность методологической и методической программы исследования; качество анализа объекта и предмета исследования; проработка литературы.

2 Критерии оценки оформления: логика и стиль изложения; структура и содержание введения и заключения; объем и качество выполнения иллюстративного материала; качество ссылок и списка литературы; общий уровень грамотности изложения.

3. Критерии оценки качества подготовки: способность работать самостоятельно; способность творчески и инициативно решать задачи; способность рационально планировать этапы и время выполнения презентации, диагностировать и анализировать причины появления проблем при выполнении презентации, находить оптимальные способы их решения; дисциплинированность, соблюдение плана, графика подготовки презентации; способность вести дискуссию, выстраивать аргументацию с использованием результатов исследований, демонстрация широты кругозора;

4. Критерии оценки участия бакалавра в контрольно-оценочном мероприятии: способность и умение публичного выступления с докладом; способность грамотно отвечать на вопросы;

7.1.1. Шкала и критерии оценивания выполнения презентации

– оценка «отлично» по презентации присваивается за глубокое раскрытие темы, качественное оформление работы, содержательность доклада;

– оценка «хорошо» по презентации присваивается при соответствии выше перечисленным критериям, но при наличии в содержании работы и ее оформлении небольших недочетов или недостатков в представлении результатов к защите;

– оценка «удовлетворительно» по презентации присваивается за неполное раскрытие темы, выводов и предложений, носящих общий характер, отсутствие наглядного представления работы и затруднения при ответах на вопросы;

– оценка «неудовлетворительно» по презентации присваивается за слабое и неполное раскрытие темы, несамостоятельность изложения материала, выводы и предложения, носящие общий характер, отсутствие наглядного представления работы и ответов на вопросы.

Оценка по презентации расписывается преподавателем в оценочном листе (Приложение 2)

.

7.2. Рекомендации по самостоятельному изучению тем
Общий алгоритм самостоятельного изучения темы

1) Ознакомиться с рекомендованной учебной литературой и электронными ресурсами по теме (ориентируясь на вопросы для самоконтроля).
2) На этой основе составить развёрнутый план изложения темы
3) Выбрать форму отчетности конспектов (план – конспект, текстуальный конспект, свободный конспект, конспект – схема)
2) Оформить отчётный материал в установленной форме в соответствии методическими рекомендациями
3) Провести самоконтроль освоения темы по вопросам, выданным преподавателем
4) Предоставить отчётный материал преподавателю по согласованию с ведущим преподавателем
5) Подготовиться к предусмотренному контрольно-оценочному мероприятию по результатам самостоятельного изучения темы
6) Принять участие в указанном мероприятии, пройти рубежное тестирование по разделу на аудиторном занятии и заключительное тестирование в установленное для внеаудиторной работы время

ВОПРОСЫ
для самостоятельного изучения тем

Тема. Структуры управления

1.Понятия структуры управления
2. Требования к структурам управления
3. Виды организационных структур, их преимущества и недостатки

Тема. Функции управления

1.Понятие функций управления
2.Планирование как функция управления
3.Организация как функция управления
4.Мотивация как функция управления
5.Контроль как функция управления

Тема. Управление конфликтами

1. Понятие конфликта в управлении
2.Признаки классификации конфликтов
3.Методы управления конфликтами

Тема. Особенности маркетинга услуг

1. Понятие маркетинга услуг
2. Особенности маркетинга услуг
3.Виды спроса и типы маркетинга
4. Концепции маркетинга

Тема. Конкуренция на рынках сбыта

1.Понятие конкуренции и конкурентоспособности
2.Виды конкуренции на рынке
3.Конкурентоспособность предприятия и продукции

Тема. Маркетинговые исследования

1.Определение маркетингового исследования
2.Виды маркетинговых исследований
3. Методы получения маркетинговой информации

7.2.1 ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
самостоятельного изучения тем

- оценка «*зачтено*» выставляется, если обучающийся оформил отчетный материал на основе самостоятельного изученного материала, смог всесторонне раскрыть теоретическое содержание темы.

- оценка «*не зачтено*» выставляется, если обучающийся неаккуратно оформил отчетный материал на основе самостоятельного изученного материала, не смог всесторонне раскрыть теоретическое содержание темы.

При тестировании результаты определяются оценками.

- Оценка «отлично», если количество правильных ответов от 81-100%.
- Оценка «хорошо», если количество правильных ответов от 71-80%.
- Оценка «удовлетворительно», если количество правильных ответов от 61-70%.
- Оценка «неудовлетворительно», если количество правильных ответов менее 60%.

.

8. Входной контроль и текущий (внутрисеместровый) контроль хода и результатов учебной работы студента

8.1 Вопросы для входного контроля

1) Из перечисленных ниже проблем назовите те, которые изучаются в курсе микроэкономики:
1. как оплачивается работа
2. сколько товаров можно купить на рубль
3. как формируются цены
4. как бороться с инфляцией
5. как осуществляется планирование на с.х.предприятиях

2) Общий уровень цен и безработицы изучаются в курсе:
1. микроэкономики
2. макроэкономики
3. экономики
4. менеджмента

3) С помощью стрелок покажите, когда будет иметь место дедукция, когда индукция:

Теория
факты
4) Какое из следующих утверждений является неверным?
1. все прямые затраты являются переменными
2. переменные затраты являются регулируемыми, а постоянные – нерегулируемыми
3. безвозвратные затраты не принимаются в расчет
5) Определите утверждения, относящиеся к микроэкономике:
1. размер стипендии студента зависит от среднедушевого дохода семьи
2. правительство осуществляет политику либерализации цен
3. урожайность с.х. культур зависит от количества осадкой
4. ликвидация бюджетного дефицита является одним из средств снижения уровня инфляции
6) К потребительским товарам относятся:
1. одежда
2. продукты питания
3. производственные здания
4. машины
5. мебель
7) Инвестиционные товары- это:
1. станки
2. мебель
3. транспортные средства
4. производственные здания
8) Как проявляются интересы продавцов на рынке:
1. в виде спроса
2. в виде предложения
3. в виде повышения цен
4. в виде снижения цен
9) Как проявляются интересы покупателей на рынке:
1. в виде спроса
2. в виде предложения
3. в виде повышения цен
4. в виде снижения цен
10) Конкурентный рыночный механизм – это способ:
1. согласования решений производителей и потребителей
2. синхронизации этих решений
3. согласования и синхронизации этих решений
4. корректировки этих решений
11) Назовите основные элементы рыночной экономики:
1. распространение частной собственности
2. система цен
3. роль государства ограничена
4. многообразие форм собственности
12) Можно ли отнести к капиталу:
1. деньги, акции, облигации
2. только акции и облигации
3. только деньги
4. ни деньги, ни акции, ни облигации
13) Источником уплаты налога является:
1. заработная плата
2. прибыль
3. проценты
4. все ответы верны
14) Определите коэффициент эластичности спроса по доходу, если известно, что при доходе 20000 объем спроса составит – 400, а при доходе 30000 – 520 кг. в год:
1. 0,5
2. 0,6
3. 0,7
15) Продолжите: отрицательное значение коэффициента эластичности спроса по доходу свидетельствует о том, что мы имеем дело с товарами:
1. высшей категории
2. низшей категории
3. средней категории
4. без категории

16) К явным издержкам относятся следующие виды затрат:
1. зарплата наемных работников
2. недополученный доход владельца
3. оплата транспортных расходов
4. зарплата управляющего
17) К постоянным издержкам относятся:
1. оплата процентов
2. выплата налогов в бюджет
3. затраты на сырье
4. затраты на заработную плату
18) К переменным издержкам относятся:
1. оплата процентов
2. затраты на сырье
3. затраты на топливо
4. затраты на заработную плату
19) Ниже представлена функция общих издержек: выпуск продукции 0, 1, 2, 3, 4, 5
Общие издержки: 10, 12, 16, 22, 30, 40. Какой объем выпуска продукции выберет фирма, если рыночная цена товара составит: 3, 5, 7, 9 руб.
1. 1,2,3, 4
2. 1, 2, 3
3. 2, 4
4. 1,3, 5
20) Какой из типов рыночной структуры характеризует следующее утверждение: «Рынок труда – это предложение квалифицированных трудовых услуг большим количеством людей»
1. совершенная конкуренция
2. монополия
3. олигополия.
4. монополистическая конкуренция

ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
ответов на вопросы входного контроля

- Оценка «отлично», если количество правильных ответов от 81-100%.
- Оценка «хорошо», если количество правильных ответов от 71-80%.
- Оценка «удовлетворительно», если количество правильных ответов от 61-70%.
- Оценка «неудовлетворительно», если количество правильных ответов менее 60%.

8.2. Текущий контроль успеваемости

В течение семестра, проводится текущий контроль успеваемости по дисциплине, к которому студент должен быть подготовлен.

Отсутствие пропусков аудиторных занятий, активная работа на практических занятиях, общее выполнение графика учебной работы являются основанием для получения положительной оценки по текущему контролю.

В качестве текущего контроля может быть использован тестовый контроль. Тест состоит из небольшого количества элементарных вопросов по основным разделам дисциплины: неправильные решения разбираются на следующем занятии; частота тестирования определяется преподавателем.

ВОПРОСЫ
для самоподготовки к практическим занятиям

В процессе подготовки к практическому занятию студент изучает представленные ниже вопросы по темам. На занятии студент демонстрирует свои знания по изученным вопросам в форме устного ответа. Для усвоения материала по теме занятия обучающийся выполняет тесты и задания.

Вопросы к разделу 1

1. Понятие и сущность менеджмента
2. Функции управления
3. Современные концепции управления
4. История развития менеджмента
5. Методы управления
6. Стили управления
7. Власть и влияние в организации
8. Типы организационных структур

9. Сущность и классификация управленческих решений
10. Процесс принятия управленческого решения
11. Теории мотивации
12. Эффективность менеджмента

Вопросы к разделу 2

1. Понятие и сущность маркетинга
2. Основные категории маркетинга: рынок, нужда, потребности, товар, обмен
3. Классификация видов маркетинга
4. Концепции маркетинга
5. Маркетинговая среда
6. Товар в системе маркетинга
7. Жизненный цикл товара
8. Ценовая политика предприятия
9. Каналы товародвижения
10. Маркетинговые исследования
11. Сегментация и позиционирование
12. Изучение потребителей

8.2.1 Шкала и критерии оценивания самоподготовки по темам практических занятий

Оценку «отлично» выставляют обучающемуся, глубоко и прочно освоившему теоретический и практический материал дисциплины. Ответ должен быть логичным, грамотным, необходимо показать знание не только основного, но и дополнительного материала.

Оценку «хорошо» заслуживает обучающийся, твердо знающий программный материал дисциплины, грамотно и по существу излагающий его. Необходимо правильно применять теоретические положения при выполнении практических заданий, владеть определенными навыками и приемами их выполнения.

Оценку «удовлетворительно» получает обучающийся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, испытывает затруднения при выполнении практических заданий. В ответах на поставленные вопросы студентом допущены неточности, даны недостаточно правильные формулировки.

Оценка «неудовлетворительно» говорит о том, что обучающийся не знает значительной части материала по дисциплине, допускает существенные ошибки в ответах, не может выполнить практические задания или выполняет их с затруднениями.

9. Промежуточная (семестровая) аттестация по курсу

9.1 Нормативная база проведения промежуточной аттестации студентов по результатам изучения дисциплины:	
действующее «Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования (бакалавриат, специалитет, магистратура) и среднего профессионального образования в ФГБОУ ВО Омский ГАУ»	
9.2. Основные характеристики промежуточной аттестации студентов по итогам изучения дисциплины	
Цель промежуточной аттестации -	установление уровня достижения каждым студентом целей и задач обучения по данной дисциплине, изложенным в п.2.2 настоящей программы
Форма промежуточной аттестации -	зачет
Место процедуры получения зачета в графике учебного процесса -	1) участие студента в процедуре получения зачета осуществляется за счёт учебного времени (трудоёмкости), отведённого на изучение дисциплины
	2) процедура проводится в рамках ВАРС, на последней неделе семестра
Основные условия получения студентом зачета -	1) студент выполнил все виды учебной работы (включая самостоятельную) и отчитался об их выполнении в сроки, установленные графиком учебного процесса по дисциплине; 2) прошёл итоговое тестирование;
Процедура получения зачета -	Представлены в Фонде оценочных средств по данной учебной дисциплине (см. – Приложение 9)
Основные критерии достижения соответствующего	

уровня освоения программы учебной дисциплины при получении зачета -	
Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков:	

9.3. Заключительное тестирование по итогам изучения дисциплины

По итогам изучения дисциплины, студенты проходят заключительное тестирование. Тестирование является формой контроля, направленной на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин.

9.3.1 Подготовка к заключительному тестированию по итогам изучения дисциплины

Тестирование осуществляется по всем темам и разделам дисциплины, включая темы, выносимые на самостоятельное изучение.

Процедура тестирования ограничена во времени и предполагает максимальное сосредоточение студента на выполнении теста, содержащего несколько тестовых заданий.

Уважаемые студенты!

Прежде чем приступить к выполнению заданий внимательно ознакомьтесь с инструкцией:

1. Отвечая на вопрос с выбором правильного ответа, правильный, на ваш взгляд, ответ (ответы) обведите в кружок.
2. В заданиях открытой формы впишите ответ в пропуск.
3. В заданиях на соответствие заполните таблицу.
4. В заданиях на правильную последовательность впишите порядковый номер в квадрат.
5. Время на выполнение теста – 30 минут
6. За каждый верный ответ Вы получаете 1 балл, за неверный – 0 баллов. Максимальное количество полученных баллов 30.

Желаем удачи!

Тестирование проводится в письменной форме (на бумажном носителе). Тест включает в себя 30 вопросов. Время, отводимое на выполнение теста - 30 минут. В каждый вариант теста включаются вопросы в следующем соотношении: закрытые (одиночный выбор) – 25-30%, закрытые (множественный выбор) – 25-30%, открытые – 25-30%, на упорядочение и соответствие – 5-10%.

На тестирование выносится по 15 вопросов из каждого раздела дисциплины.

Бланк теста

Образец

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина»

Тестирование по итогам освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг»
Для обучающихся 35.03.04 – Агрономия

ФИО_____группа_____
Дата_____

9.4. Тестовые вопросы

1. Предметом изучения науки «Менеджмент» является:
1. управляемая социально-экономическая система
2. управленческая деятельность человека

3. отношения между людьми в процессе управленческой деятельности
2. Дополните ответ:
1. планирование как функция управления - это...
2. организация как функция управления– это…
3. Дайте определение:
1. методы управления – это способы…
Определите последовательность:
4. Перехода от низших к высшим потребностям в модели мотивации человека А. Маслоу:
1. безопасности
2. социальных
3. физиологических потребностей
4. самовыражения
5. самоутверждения
5. Функций управления:
1. организация
2. планирование
3. контроль
4. мотивация
Дайте определение:
6. Цель управления – это…
7. Основоположником классической (административной) школы управления является:
1. М.Вебер
2. Ф.Тейлор
3. А.Файоль
4. Г.Эмерсон
8.Формирование структуры управления относится к функции управления:
1. планирование
2. мотивация
3. контроль
4. организация
9. Факторы-мотиваторы в теории мотивации Ф.Герцберга:
1. заработная плата
2. продвижение по службе
3. признание и уважение
4. отношения с руководством
10.Стиль управления характеризуется активным участием работников в выработке решений, инициативностью и разумной дисциплиной
1. либеральный
2. демократический
3. авторитарный
11. Преимущества коллективного управления обусловлены:
1. наличием большого объема информации
2. объединением потенциала участников
3. возможностью выбора различных вариантов
4. быстротой принятия решения
12. По количеству участников различают управленческие решения:
1. индивидуальные
2. коллективные
3. массовые
4. оперативные
13. Генерирование альтернативных вариантов в принятии управленческих решений относится к блоку:
1. принятие решений
2.подготовка решений
3. реализация решений
14.В организации существуют следующие виды разделения труда:
1. по уровням управления
2. по видам работ
3. сетевое
4. горизонтальное и вертикальное
15. Количество товаров или услуг, которые продавцы предлагают к продаже по разным ценам в течение определенного периода, как категория маркетинга,- это:

1. нужда в конкретном виде продукции
2. потребность в товаре (услуге)
3. запрос
4. обмен
5. предложение

16. Какую цель преследует фирма, снижая цену?
1. стимулировать спрос
2. упростить кассовые расчеты
3. облагодетельствовать покупателей

17. Характерной чертой рынка сырьевых товаров является...
1. реализация товара малыми партиями
2. высокий уровень стандартизации
3. возможность дифференциации
4. относительная однородность продукции

18. Характерной чертой рынка продовольственных товаров является...
1. относительная однородность продукции
2. неоднородность продукции
3. ассортимент продукции очень широк
4. фирма на рынке проводит активную рекламу, совершенствует упаковку

19.К терминам из левой колонки подберите определения из правой колонки

термины	определения
1. целевой рынок	А. Совокупность потребителей, проявляющих интерес к определенному продукту
2. освоенный рынок	Б. Совокупность потребителей, уже купивших какой-то продукт
3. квалифицированный доступный рынок	В. Часть доступного рынка, на котором организация концентрирует свои усилия
4. потенциальный рынок	Г. Группа потребителей, имеющих интерес, средства и доступ к определенному продукту
5. доступный рынок	Д. Совокупность потребителей, имеющих интерес, средства, доступ к рынку, а также удовлетворяющих законодательным требованиям

20.Почему в маркетинге придается такое значение исследованию потребностей потенциальных покупателей:
1. выявляя эти потребности, производитель товаров точнее ориентируется на личную значимость товара
2. производителю товаров яснее представляются социально значимые результаты использования товара
3. это основа, которая позволяет производителю товаров активизировать сбыт своих продуктов
4. все ответы верны

Дополните ответ:

21. Комплекс маркетинга включает следующие элементы…

22. Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается:
1. большое количество потребителей
2. превышение предложения над спросом
3. превышение спроса над предложением

23.Факторы окружающей внешней макросреды розничного торгового предприятия — это...
1. социально-экономические факторы
2. конкуренты
3. закон «О защите прав потребителей»
4. политика в области налогообложения
5. культурные факторы
6. маркетинговые посредники

24. Факторы окружающей внешней микросреды розничного торгового предприятия — это..
1. инфляция
2. сезонность
3. конкуренты
4. общечеловеческие ценности
5. поставщики

25. Рынок товаров потребительского назначения состоит из:
1. компаний, которые приобретают товары для их последующей реализации
2. покупателей, приобретающих товары для личного пользования
3. фирм-производителей товаров потребительского назначения

4. оптовых посредников
26. Понятие «уровни товара» отражает:
1. наличие нескольких упаковок
2. позиции, с которых рассматриваются характеристики товара
3. сорт товара
4. качество товара
27. Товар как категория маркетинга представляет собой:
1. продукт или услугу, предлагаемую для приобретения потребления
2. все, что используется для удовлетворения потребностей
3. продукт или услугу, предлагаемую для потребления
4. правильного ответа нет
28.Канал нулевого уровня:
1. состоит из одного посредника
2. включает двух посредников
3. состоит из фирм, производящих товар и потребителя
4. состоит из трех посредников
29. Комплекс маркетинговых коммуникаций состоит из:
1. рекламы
2. пропаганды
3. личной продажи
4. стимулирования сбыта
5. прямого маркетинга
30. Качество товара – это:
1. набор необходимых функциональных характеристик товара
2. способность товара выполнять свое функциональное назначение
3. отсутствие у товара дефектов
4. наличие гарантии

9.3.1 ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
ответов на тестовые вопросы по итогам освоения дисциплины

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если получено более 81% правильных ответов.
- оценка «хорошо» - получено от 71 до 80% правильных ответов.
- оценка «удовлетворительно» - получено от 61 до 70% правильных ответов.
- оценка «неудовлетворительно» - получено менее 61% правильных ответов.

10. Информационное и методическое обеспечение учебного процесса по дисциплине

В соответствии с действующими государственными требованиями для реализации учебного процесса по дисциплине обеспечивающей кафедрой разрабатывается и постоянно совершенствуется учебно-методический комплекс (УМКД), соответствующий данной рабочей программе и прилагаемый к ней. При разработке УМКД кафедра руководствуется установленными университетом требованиями к его структуре, содержанию и оформлению. В состав УМКД входят перечисленные ниже и другие источники учебной и учебно-методической информации, средства наглядности.

Предусмотренная рабочей учебной программой учебная и учебно-методическая литература размещена в фондах НСХБ и/или библиотеке обеспечивающей преподавание кафедры.

Учебно-методические материалы для обеспечения самостоятельной работы обучающихся размещены в электронном виде в ИОС ОмГАУ-Moodle (http://do.omgau.ru/enrol/index.php?id=1590), где:

- *преподаватель* имеет возможность проверять задания и отчёты, оценивать работы, давать рекомендации, отвечать на вопросы (обратная связь), вести мониторинг выполнения заданий (освоения изучаемых разделов) по конкретному студенту и группе в целом, корректировать (в случае необходимости) учебно-методические материалы.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

ПЕРЕЧЕНЬ **литературы, рекомендуемой для изучения дисциплины** **Менеджмент и маркетинг**	
Автор, наименование, выходные данные	Доступ
Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. - 656 с. - ISBN 978-5-9776-0320-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1192203 – Режим доступа: по подписке.	http://znanium.com
Цахаев, Р. К. Маркетинг : учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. — 5-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 548 с. - ISBN 978-5-394-03478-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1093486. – Режим доступа: по подписке.	http://znanium.com
Тихомирова, О. Г. Менеджмент организации: теория, история, практика : учебное пособие / О. Г. Тихомирова, Б. А. Варламов. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 256 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005014-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1057222. – Режим доступа: по подписке.	http://znanium.com
Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 337 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003647-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1078335. – Режим доступа: по подписке.	http://znanium.com
Конина,Н.Ю. Менеджмент : Теория, практика и международный аспект : учебник / Конина Н. Ю. - Москва : Аспект Пресс, 2018. - 432 с. - ISBN 978-5-7567-0962-9. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756709629.html. - Режим доступа : по подписке.	https://www.studentlibrary.ru
Морозов, Ю. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / Морозов Ю.В., Гришина В.Т., - 9-е изд. - Москва :Дашков и К, 2018. - 448 с.: ISBN 978-5-394-02263-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/415400 – Режим доступа: по подписке.	http://znanium.com
Румянцева, Е. Е. Новая экономическая энциклопедия / Е. Е. Румянцева. - 4-е изд. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 882 с. - ISBN 978-5-16-004189-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1059305. – Режим доступа: по подписке.	http://znanium.com
Маркетинг в России и за рубежом: теорет. и научно-практ. журнал.- М.: [б.и.], 1996.-	НСХБ
Менеджмент в России и за рубежом: теорет. и научно-практ. журнал.- М.: [б.и.], 1996.-	НСХБ

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

ПЕРЕЧЕНЬ
РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»
И ЛОКАЛЬНЫХ СЕТЕЙ УНИВЕРСИТЕТА,
необходимых для освоения дисциплины

1. Удаленные электронные сетевые учебные ресурсы временного доступа, сформированные на основании прямых договоров с правообладателями (электронные библиотечные системы - ЭБС), информационные справочные системы		
Наименование		Доступ
Электронно-библиотечная система издательства «Лань»		http://e.lanbook.com
Электронно-библиотечная система «Электронная библиотека технического ВУЗа» («Консультант студента»)		http://www.studentlibrary.ru
Электронно-библиотечная система Znanium.com		http://znanium.com
Справочная правовая система КонсультантПлюс		Локальная сеть университета
2. Электронные сетевые учебные ресурсы открытого доступа:		
Профессиональные базы данных		https://clck.ru/MC8Aq
3. Электронные учебные и учебно-методические ресурсы, подготовленные в университете:		
Автор(ы)	Наименование	Доступ

ПЕРЕЧЕНЬ
РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»
И ЛОКАЛЬНЫХ СЕТЕЙ УНИВЕРСИТЕТА,
необходимых для освоения дисциплины
Менеджмент и маркетинг

1. Удаленные электронные сетевые учебные ресурсы временного доступа, сформированные на основании прямых договоров с правообладателями (электронные библиотечные системы - ЭБС), информационные справочные системы	
Наименование	Доступ
Электронно-библиотечная система издательства «Лань»	http://e.lanbook.com
Электронно-библиотечная система «Электронная библиотека технического ВУЗа» («Консультант студента»)	http://www.studentlibrary.ru
Электронно-библиотечная система Znanium.com	http://znanium.com
Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ»	Локальная сеть университета
2. Электронные сетевые учебные ресурсы открытого доступа	
Научная электронная библиотека	http://www.elibrary.ru
Электронная энциклопедия маркетинга	http://www.marketing.spb.ru
Профессиональные базы данных	https://clck.ru/MC8Aq

Форма титульного листа презентации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Омский государственный аграрный университет

имени П.А. Столыпина»

Факультет агротехнологический

Кафедра менеджмента и маркетинга

Направление – (*код)* «(*наименование)*»

Презентация

по дисциплине

на тему: _____

Выполнил(а): ст. ____группы

*ФИО*_____

Проверил(а): *уч. степень*, *должность*

*ФИО*_____

Омск – _____г.

Результаты проверки презентации

№ п/п	Оцениваемая компонента презентации и/или работы над ней	Оценочное заключение преподавателя по данной компоненте			
		Она сформирована на уровне			
		высоком	среднем	минимально приемлемом	ниже приемлемого
1	Соблюдение срока сдачи работы				
2	*Оценка содержания презентации*				
3	*Оценка оформления презентации*				
4	*Оценка качества подготовки презентации*				
5	*Оценка выступления с докладом и ответов на вопросы*				
6	Степень самостоятельности студента при подготовке презентации				

Общие выводы и замечания по презентации

Презентация принята с оценкой:	_____ *(оценка)*	_____ *(дата)*
Ведущий преподаватель дисциплины	_____ *(подпись)*	_____ И.О. Фамилия
Студент	_____ *(подпись)*	_____ И.О. Фамилия