

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Комарова Светлана Юриевна

Должность: Проректор по образовательной деятельности

Дата подписания: 30.09.2024 11:55:55

Уникальный программный ключ:

43ba42f5dea4116bbfcb9ac98e59108051227e81add207cbee4149f2098d7a

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

Экономический факультет

ОПОП по направлению 38.03.01 Экономика

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по освоению учебной дисциплины
Б1.О.24 Менеджмент и маркетинг**

Направленность (профиль) «Учет, контроль и финансовый анализ в бизнесе»

Обеспечивающая преподавание дисциплины кафедра	- менеджмента и маркетинга
Разработчик:	
канд. ветеринар.наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга экономического факультета ФГБОУ ВО Омский ГАУ	Е.В.Бобровская
Омск 2024	

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1. Место учебной дисциплины в подготовке бакалавра	4
2. Структура учебной работы, содержание и трудоёмкость основных элементов дисциплины	11
2.1. Организационная структура, трудоемкость и план изучения дисциплины	11
2.2. Содержание дисциплины по разделам	15
3. Общие организационные требования к учебной работе обучающегося, условия допуска к диф.зачету	16
3.1. Организация занятий и требования к учебной работе обучающегося	16
3.2. Условия допуска к диф.зачету по дисциплине	16
4. Лекционные занятия	17
5. Практические занятия по курсу и подготовка обучающегося к ним	19
6. Общие методические рекомендации по изучению отдельных разделов дисциплины	21
7. Общие методические рекомендации по оформлению и выполнению отдельных видов ВАРС	23
7.1. Рекомендации по выполнению презентации	23
7.1.1. Шкала и критерии оценивания	25
7.2. Рекомендации по самостоятельному изучению тем	26
7.2.1. Шкала и критерии оценивания	27
8. Текущий (внутрисеместровый) контроль хода и результатов учебной работы обучающегося	28
8.1. Вопросы для входного контроля	28
8.2. Текущий контроль успеваемости	29
8.2.1. Шкала и критерии оценивания	29
9. Промежуточная (семестровая) аттестация	34
9.1 Нормативная база проведения промежуточной аттестации по результатам изучения дисциплины	34
9.2. Основные характеристики промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины	34
9.3. Подготовка к заключительному тестированию по итогам изучения дисциплины	34
9.3.1. Шкала и критерии оценивания	34
10. Учебно-информационные источники для изучения дисциплины	35
11. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации дисциплины	36

ВВЕДЕНИЕ

1. Настоящее издание является основным организационно-методическим документом учебно-методического комплекса по в составе основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОПОП ВО). Оно предназначено стать для них методической основой по освоению данной дисциплины.

2. Содержательной основой для разработки настоящего издания послужила Рабочая программа 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 обучающихся к электронной версии Методических указаний по изучению дисциплины, обеспечен в информационно-образовательной среде 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 бакалавра

Учебная дисциплина относится к дисциплинам ОП 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:

- современные экономические концепции, модели и направления развития экономической науки;
- тенденции развития основных процессов, происходящих в мировой и отечественной экономике;
- движущие силы и закономерности экономических процессов, происходящих на микро и макроуровне, способен объяснить их природу;
- основы организационной и управленческой теорий для решения задач в профессиональной деятельности;
- процесс подготовки и формирования экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений.

Уметь:

- применять современные экономические концепции, модели и направления развития экономической науки;
- анализировать тенденции развития основных процессов, происходящих в мировой и отечественной экономике;
- различать движущие силы и закономерности экономических процессов, происходящих на микро и макроуровне, способен объяснить их природу;
- применять основы организационной и управленческой теорий для решения задач в профессиональной деятельности;
- управлять процессом подготовки и формирования экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений.

Владеть:

- современными экономическими концепциями, моделями и направлениями развития экономической науки;
- методами анализа тенденции развития основных процессов, происходящих в мировой и отечественной экономике;
- основами знаний о движущих силах и закономерностях экономических процессов, происходящих на микро и макроуровне, способен объяснить их природу;
- основами организационной и управленческой теорий для решения задач в профессиональной деятельности;
- процессом подготовки и формирования экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений.

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

Таблица 1.1

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

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)
Общепрофессиональные компетенции					
ОПК 1	Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической теории при решении прикладных задач;	ИД-1 Демонстрирует знание экономической теории: современные экономические концепции, модели и направления развития экономической науки	современные экономические концепции, модели и направления развития экономической науки	применять современные экономические концепции, модели и направления развития экономической науки	владеет современными экономическими концепциями, моделями и направлениями развития экономической науки

ОПК 3	Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне;	ИД -2 Анализирует тенденции развития основных процессов происходящих в мировой и отечественной экономике	тенденции развития основных процессов, происходящих в мировой и отечественной экономике	анализировать тенденции развития основных процессов, происходящих в мировой и отечественной экономике	владеет методами анализа тенденции развития основных процессов, происходящих в мировой и отечественной экономике
		ИД-3 Понимает движущие силы и закономерности экономических процессов, происходящих на микро и макроуровне, способен объяснить их природу	движущие силы и закономерности экономических процессов, происходящих на микро и макроуровне, способен объяснить их природу	различать движущие силы и закономерности экономических процессов, происходящих на микро и макроуровне, способен объяснить их природу	владеет основами знаний о движущих силах и закономерностях экономических процессов, происходящих на микро и макроуровне, способен объяснить их природу
ОПК 4	Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;	ИД-1 Демонстрирует знание основ организационной и управленческой теорий для решения задач в профессиональной деятельности	основы организационной и управленческой теорий для решения задач в профессиональной деятельности	применять основы организационной и управленческой теорий для решения задач в профессиональной деятельности	владеет основами организационной и управленческой теорий для решения задач в профессиональной деятельности
		ИД-2 Управляет процессом подготовки и формирования экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений	процесс подготовки и формирования экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений	управлять процессом подготовки и формирования экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений	владеет процессом подготовки и формирования экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений

1.2. Описание показателей, критериев и шкал оценивания и этапов формирования компетенций в рамках дисциплины

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				
				2	3	4	5	
				Оценка «неудовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно»	Оценка «хорошо»	Оценка «отлично»	
				Характеристика сформированности компетенции				
				Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений и навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач	
Критерии оценивания								
ОПК-1 Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической теории при решении прикладных задач;	ИД-1ОПК-1	Полнота знаний	Знает современные экономические концепции, модели и направления развития экономической науки	Не знает современные экономические концепции, модели и направления развития экономической науки	Имеет понятие о современных экономических концепциях, моделях и направлениях развития экономической науки	Хорошо знает современные экономические концепции, модели и направления развития экономической науки	В совершенстве знает современные экономические концепции, модели и направления развития экономической науки и их применение в профессиональной деятельности	Тест, презентация
		Наличие умений	Умеет применять современные экономические концепции, модели и направления развития экономической науки	Не умеет применять современные экономические концепции, модели и направления развития экономической науки	Слабо умеет применять современные экономические концепции, модели и направления развития экономической науки	Умеет применять на практике современные экономические концепции, модели и направления развития экономической науки	Свободно применяет современные экономические концепции, модели и направления развития экономической науки в профессиональной деятельности	

		Наличие навыков (владение опытом)	Владеет современными экономическими концепциями, моделями и направлениями развития экономической науки	Не владеет современными экономическими концепциями, моделями и направлениями развития экономической науки	Слабо владеет современными экономическими концепциями, моделями и направлениями развития экономической науки	Недостаточно владеет современными экономическими концепциями, моделями и направлениями развития экономической науки в профессиональной деятельности	В совершенстве владеет современными экономическими концепциями, моделями и направлениями развития экономической науки в профессиональной деятельности	
ОПК 3 Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне;	ИД-2опк3	Полнота знаний	Знает тенденции развития основных процессов, происходящих в мировой и отечественной экономике	Не знает тенденций развития основных процессов, происходящих в мировой и отечественной экономике	Слабо ориентируется в тенденциях развития основных процессов, происходящих в мировой и отечественной экономике	Свободно ориентируется в тенденциях развития основных процессов, происходящих в мировой и отечественной экономике	В совершенстве знает тенденции развития основных процессов, происходящих в мировой и отечественной экономике и применяет эти знания на практике	Тест, презентация
		Наличие умений	Умеет анализировать тенденции развития основных процессов, происходящих в мировой и отечественной экономике	Не умеет анализировать тенденции развития основных процессов, происходящих в мировой и отечественной экономике	Знаком с анализом тенденций развития основных процессов, происходящих в мировой и отечественной экономике	Умеет хорошо анализировать тенденции развития основных процессов, происходящих в мировой и отечественной экономике	В совершенстве анализирует тенденции развития основных процессов, происходящих в мировой и отечественной экономике	
		Наличие навыков (владение опытом)	Владеет методами анализа тенденций развития основных процессов, происходящих в мировой и отечественной экономике	Не владеет методами анализа тенденций развития основных процессов, происходящих в мировой и отечественной экономике	Слабо владеет методами анализа тенденций развития основных процессов, происходящих в мировой и отечественной экономике	Имеет навыки углубленного владения методами анализа тенденций развития основных процессов, происходящих в мировой и отечественной экономике	Имеет отличные навыки использования методов анализа тенденций развития основных процессов, происходящих в мировой и отечественной экономике	

	ИД-3опк3	Полнота знаний	Знает движущие силы и закономерности экономических процессов, происходящих на микро и макроуровне, способен объяснить их природу	Не знает движущие силы и закономерности экономических процессов, происходящих на микро и макроуровне, не способен объяснить их природу	Слабо знает движущие силы и закономерности экономических процессов, происходящих на микро и макроуровне, не способен объяснить их природу	Хорошо знает движущие силы и закономерности экономических процессов, происходящих на микро и макроуровне, способен объяснить их природу	В совершенстве знает движущие силы и закономерности экономических процессов, происходящих на микро и макроуровне, способен объяснить их природу	
		Наличие умений	Умеет различать движущие силы и закономерности экономических процессов, происходящих на микро и макроуровне, способен объяснить их природу	Не умеет различать движущие силы и закономерности экономических процессов, происходящих на микро и макроуровне, не способен объяснить их природу	Недостаточно умеет различать движущие силы и закономерности экономических процессов, происходящих на микро и макроуровне, слабо способен объяснить их природу	Хорошо различает движущие силы и закономерности экономических процессов, происходящих на микро и макроуровне, способен объяснить их природу	Умеет в совершенстве различать движущие силы и закономерности экономических процессов, происходящих на микро и макроуровне, знает их особенности, способен объяснить их природу	
		Наличие навыков (владение опытом)	Владеет основами знаний о движущих силах и закономерностях экономических процессов, происходящих на микро и макроуровне, способен объяснить их природу	Не владеет основами знаний о движущих силах и закономерностях экономических процессов, происходящих на микро и макроуровне, не способен объяснить их природу	Слабо владеет знаниями о движущих силах и закономерностях экономических процессов, происходящих на микро и макроуровне, не способен объяснить их природу	Имеет хорошие навыки владения знаниями о движущих силах и закономерностях экономических процессов, происходящих на микро и макроуровне, способен объяснить их природу	В совершенстве владеет навыками знаний о движущих силах и закономерностях экономических процессов, происходящих на микро и макроуровне, логично способен объяснить их природу	
	ИД-1опк4	Полнота	Знает основы	Не знает основ	Слабо знает основы	Хорошо знает основы	Отлично знает основы	

ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;		знаний	организационной и управленческой теорий для решения задач в профессиональной деятельности	организационной и управленческой теорий для решения задач в профессиональной деятельности	организационной и управленческой теорий для решения задач в профессиональной деятельности	организационной и управленческой теорий для решения задач в профессиональной деятельности	организационной и управленческой теорий для решения задач в профессиональной деятельности	Тест, презентация
		Наличие умений	Умеет применять основы организационной и управленческой теорий для решения задач в профессиональной деятельности	Не умеет применять основы организационной и управленческой теорий для решения задач в профессиональной деятельности	Слабо умеет применять основы организационной и управленческой теорий для решения задач в профессиональной деятельности	Умеет применять на практике основы организационной и управленческой теорий для решения задач в профессиональной деятельности	Умеет в совершенстве применять на практике основы организационной и управленческой теорий для решения задач в профессиональной деятельности	
		Наличие навыков (владение опытом)	Владеет основами организационной и управленческой теорий для решения задач в профессиональной деятельности	Не владеет основами организационной и управленческой теорий для решения задач в профессиональной деятельности	Слабо владеет основами организационной и управленческой теорий для решения задач в профессиональной деятельности	Хорошо владеет основами организационной и управленческой теорий для решения задач в профессиональной деятельности	В совершенстве владеет основами организационной и управленческой теорий для решения задач в профессиональной деятельности	

	ИД-2ОПК4	Полнота знаний	Знает процесс подготовки и формирования экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений	Не знает процесс подготовки и формирования экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений	Слабо знает процесс подготовки и формирования экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений	Хорошо знает процесс подготовки и формирования экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений	Отлично знает процесс подготовки и формирования экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений
		Наличие умений	Умеет управлять процессом подготовки и формирования экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений	Не умеет управлять процессом подготовки и формирования экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений	Недостаточно умеет управлять процессом подготовки и формирования экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений	Хорошо умеет управлять процессом подготовки и формирования экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений	В совершенстве умеет управлять процессом подготовки и формирования экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений
		Наличие навыков (владение опытом)	Владеет процессом подготовки и формирования экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений	Не владеет процессом подготовки и формирования экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений	Недостаточно владеет процессом подготовки и формирования экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений	Хорошо владеет процессом подготовки и формирования экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений	В совершенстве владеет процессом подготовки и формирования экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений

2. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ РАБОТЫ, СОДЕРЖАНИЕ И ТРУДОЕМКОСТЬ ОСНОВНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Организационная структура, трудоемкость и план изучения дисциплины

Дисциплина изучается в 4 семестре 2 курса **очной формы обучения**, продолжительность семестра составляет 19 1/6 недель.

Дисциплина изучается на 2 курсе **очно-заочной формы обучения**, продолжительность семестра составляет 19 4/6 недель. *Реализация дисциплины по очно-заочной форме обучения осуществляется с частичным применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.*

Дисциплина изучается на 3 курсе **заочной формы обучения**, продолжительность теоретического обучения на 3 курсе составляет 32 5/6 недель.

сметного учебного заведения на 8 курс составляет 32 3/8 недель.

Вид учебной работы	Трудоемкость, час.			
	Семестр, курс			
	очная форма	очно-заочная	заочная	
	4 семестр	2 курс	3 курс	
1.Контактная работа				
1. 1. Аудиторные занятия, всего	62	38	2	18
- лекции	28	18	2	6
- практические занятия (включая семинары)	34	20	-	12
- лабораторные занятия	-	-	-	-
2. Внеаудиторная академическая работа	82	106	34	86
2.1 Фиксированные виды внеаудиторных самостоятельных работ:				
Выполнение и сдача/защита индивидуального задания в виде*				
- презентации	20	20	-	20
2.2 Самостоятельное изучение тем/вопросов программы	36	60	34	40
2.3 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):	26	26	-	26
3. Получение дифференцированного зачёта по итогам освоения дисциплины	-	-	4	
Примечание: * – семестр – для очной и очно-заочной формы обучения, курс – для заочной формы обучения; ** – КР/КП, реферата/эссе/презентации, контрольной работы (для обучающихся заочной формы обучения), расчетно-графической (расчетно-аналитической) работы и др.				

Таблица 2.2

**Укрупнённая содержательная структура учебной дисциплины
и общая схема её реализации в учебном процессе (очная форма обучения)**

Номер и наименование раздела учебной дисциплины. Укрупнённые темы раздела		Трудоемкость раздела и её распределение по видам учебной работы, час.						Форма текущего контроля и успеваемости и промежуточной аттестации	№№ компетенций, на формирование которых ориентирован раздел	
		Контактная работа								
		Общая	Аудиторная работа			ВАРС				
			всего	лекции	практические (всех форм)	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 1.1 ОПК 3.2 ОПК 3.3 ОПК 4.1 ОПК 4.2
	Менеджмент как наука и вид деятельности Понятие и сущность менеджмента. Цели, задачи и функции менеджмента. Основные виды менеджмента Историческая справка о развитии менеджмента	17	8	4	4		9	3		
	Предприятие - основное звено управления Понятие и признаки предприятия Классификация предприятий по различным признакам	15	6	4	2		9	2		
	Методы и стили управления Сущность и виды методов управления. Стили управления. Многомерность стилей управления	17	8	4	4		9	2		
	Управленческие решения Понятие и классификация управленческих решений. Процесс принятия решений. Реализация управленческих решений	18	8	4	4		10	2		
	Теории мотивации Мотивационный процесс. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации	15	6	2	4		9	2		
	Раздел 2. Основы маркетинга									
	Основные понятия маркетинга Понятие и сущность маркетинга. Задачи, функции и элементы маркетинга. Основные концепции маркетинга	18	8	4	4		10	3		
	Сегментация и позиционирование Критерии сегментации. Выбор целевых рынков. Выбор позиции на рынке	15	6	2	4		9	2		
	Продукт как элемент комплекса маркетинга Классификация продукта на основе конечного потребления. Концепции продукта. Жизненный цикл товаров. Ценообразование	15	6	2	4		9	2		
	Изучение потребителей Основные факторы, определяющие поведение потребителей. Направления изучения потребителей. Изучение системы ценностей потребителя	14	6	2	4		8	2		
Промежуточная аттестация		-	x	x	x	x	x	x	Дифференцированный зачет	

Таблица 2.3

**Укрупнённая содержательная структура учебной дисциплины
и общая схема её реализации в учебном процессе (очно-заочная форма обучения)**

Номер и наименование раздела учебной дисциплины. Укрупнённые темы раздела	Трудоемкость раздела и её распределение по видам учебной работы, час.							Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	№№ компетенций, на формирование которых ориентирован раздел
	Общая	Контактная работа				ВАРС			
		Аудиторная работа							
		всего	лекции	занятия		всего	Фиксирован- ные виды		
		практические (всех форм)	лабора- торные						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Очно-заочная форма обучения									
Раздел 1. Основы менеджмента								Тестирование Презентация	ОПК 1.1 ОПК 3.2 ОПК 3.3 ОПК 4.1 ОПК 4.2
Менеджмент как наука и вид деятельности Понятие и сущность менеджмента. Цели, задачи и функции менеджмента. Основные виды менеджмента Историческая справка о развитии менеджмента	19	6	2	4		13	3		
Предприятие - основное звено управления Понятие и признаки предприятия Классификация предприятий по различным признакам	14	4	2	2		10	2		
Методы и стили управления Сущность и виды методов управления. Стили управления. Многомерность стилей управления	16	4	2	2		12	2		
Управленческие решения Понятие и классификация управленческих решений. Процесс принятия решений. Реализация управленческих решений	16	4	2	2		12	2		
Теории мотивации Мотивационный процесс. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации	15	4	2	2		11	2		
Раздел 2. Основы маркетинга									
Основные понятия маркетинга Понятие и сущность маркетинга. Задачи, функции и элементы маркетинга. Основные концепции маркетинга	17	4	2	2		13	3		
Сегментация и позиционирование Критерии сегментации. Выбор целевых рынков. Выбор позиции на рынке	16	4	2	2		12	2		
Продукт как элемент комплекса маркетинга Классификация продукта на основе конечного потребления. Концепции продукта. Жизненный цикл товаров. Ценообразование	16	4	2	2		12	2		
Изучение потребителей Основные факторы, определяющие поведение потребителей. Направления изучения потребителей. Изучение системы ценностей потребителя	15	4	2	2		11	2		
Промежуточная аттестация	-	x	x	x	x	x	x	Дифференцированный зачет	

Итого по дисциплине	144	38	18	20		106	20	
---------------------	-----	----	----	----	--	-----	----	--

**При использовании ЭО, ДОТ содержание дисциплины остаётся без изменений, корректируются только методы, средства и формы реализации этого содержания.*

Таблица 2.4.

**Укрупнённая содержательная структура учебной дисциплины
и общая схема её реализации в учебном процессе (заочная форма обучения)**

Номер и наименование раздела учебной дисциплины. Укрупнённые темы раздела	Трудоемкость раздела и её распределение по видам учебной работы, час.							Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	№№ компетенций, на формирование которых ориентирован раздел
	Общая	Контактная работа				ВАРС			
		Аудиторная работа							
		всего	лекции	занятия		всего	В т.ч. фиксирован- ные виды		
практические (всех форм)	лабора- торные								
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Заочная форма обучения									
Раздел 1. Основы менеджмента								Тестировани е Презентация	ОПК 1.1 ОПК 3.2 ОПК 3.3 ОПК 4.1 ОПК 4.2
Менеджмент как наука и вид деятельности Понятие и сущность менеджмента. Цели, задачи и функции менеджмента. Основные виды менеджмента Историческая справка о развитии менеджмента	18	3	1	2		15	3		
Предприятие - основное звено управления Понятие и признаки предприятия Классификация предприятий по различным признакам	15	2	1	1		13	2		
Методы и стили управления Сущность и виды методов управления. Стили управления. Многомерность стилей управления	16	3	1	2		13	2		
Управленческие решения Понятие и классификация управленческих решений. Процесс принятия решений. Реализация управленческих решений	15	2	1	1		13	2		
Теории мотивации Мотивационный процесс. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации	15	2	1	1		13	2		
Раздел 2. Основы маркетинга									
Основные понятия маркетинга Понятие и сущность маркетинга. Задачи, функции и элементы маркетинга. Основные концепции маркетинга	18	3	1	2		15	3		
Сегментация и позиционирование Критерии сегментации. Выбор целевых рынков. Выбор позиции на рынке	15	2	1	1		13	2		
Продукт как элемент комплекса маркетинга Классификация продукта на основе конечного потребления. Концепции продукта. Жизненный цикл товаров. Ценообразование	15	2	1	1		13	2		

Изучение потребителей Основные факторы, определяющие поведение потребителей. Направления изучения потребителей. Изучение системы ценностей потребителя	13	1	-	1		12	2		
Промежуточная аттестация	-	x	x	x	x	x	x	Дифференцированный зачет	
Итого по дисциплине	144	20	8	12		120	20		

Содержание курса сгруппировано в два раздела – 1 «Основы менеджмента», 2 «Основы маркетинга».

Структура ВАРС по курсу, расчетная трудоемкость ее основных элементов, общий план изучения курса представлены в таблицах 2.1 – 2.4.

2.2. Содержание дисциплины по разделам

Раздел 1. Основы менеджмента

Менеджмент как наука и вид деятельности. Понятие и сущность менеджмента. Цели, задачи и функции менеджмента. Основные виды менеджмента Историческая справка о развитии менеджмента. Понятие и признаки предприятия. Классификация предприятий по различным признакам. Сущность и виды методов управления. Стили управления. Многомерность стилей управления. Понятие и классификация управленческих решений. Процесс принятия решений. Реализация управленческих решений. Мотивационный процесс. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации

Раздел 2 Основы маркетинга Основные понятия маркетинга

Понятие и сущность маркетинга. Задачи, функции и элементы маркетинга. Основные концепции маркетинга Сегментация и позиционирование. Критерии сегментации. Выбор целевых рынков. Выбор позиции на рынке .Классификация продукта на основе конечного потребления. Концепции продукта. Жизненный цикл товаров. Ценообразование. Изучение потребителей. Основные факторы, определяющие поведение потребителей. Направления изучения потребителей. Изучение системы ценностей потребителей.

3. Общие организационные требования к учебной работе обучающегося

3.1. Организация занятий и требования к учебной работе обучающегося

Организация занятий по дисциплине носит циклический характер. По трем 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 занятий, 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 дифференцированному зачету

Дифференцированный зачет является формой контроля, который выставляется обучающемуся согласно Положения о текущей, промежуточной аттестации студентов и слушателей в ФГБОУ ВПО ОмГАУ им. П.А.Столыпина, 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

Примерный тематический план чтения лекций по разделам дисциплины						
Номер		Тема лекции. Основные вопросы темы	Трудоемкость по разделу, час.			Используемые интерактивные формы
раздела	лекции		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма	
1	2	3	4	5	6	7
1	1-9	Менеджмент как наука и вид деятельности Понятие и сущность менеджмента. Цели, задачи и функции менеджмента. Основные виды менеджмента Историческая справка о развитии менеджмента	4	2	1	Презентация, информационная лекция
		Предприятие - основное звено управления Понятие и признаки предприятия. Классификация предприятий по различным признакам	4	2	1	Презентация, информационная лекция
		Методы и стили управления Сущность и виды методов управления. Стили управления. Многомерность стилей управления	4	2	1	Презентация, информационная лекция
		Управленческие решения Понятие и классификация управленческих решений. Процесс принятия решений. Реализация управленческих решений	4	2	1	Презентация, информационная лекция
		Теории мотивации Мотивационный процесс. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации	2	2	1	Презентация, информационная лекция
2	10-14	Итого по разделу 1	18	10	5	
		Основные понятия маркетинга Понятие и сущность маркетинга. Задачи, функции и элементы маркетинга. Основные концепции маркетинга	4	2	1	Презентация, информационная лекция
		Сегментация и позиционирование Критерии сегментации. Выбор целевых рынков. Выбор позиции на рынке	2	2	1	Презентация, информационная лекция
		Продукт как элемент комплекса маркетинга Классификация продукта на основе конечного потребления. Концепции продукта. Жизненный цикл товаров. Ценообразование	2	2	1	Презентация, информационная лекция
		Изучение потребителей Основные факторы, определяющие поведение потребителей. Направления изучения потребителей. Изучение системы ценностей потребителя	2	2	-	Презентация, информационная лекция
		Итого по разделу 2	10	8	3	
Общая трудоёмкость лекционного курса			28	18	8	х
Всего лекций по учебной дисциплине:		час	Из них в интерактивной форме:			час
- очная форма обучения		28	- очная форма обучения			28
- очно-заочная форма обучения		18	- очно-заочная форма обучения			18
- заочная форма обучения		8	- заочная 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.

Таблица 4 - Примерный тематический план практических занятий по разделам учебной дисциплины

Примерный тематический план практических занятий по разделам учебной дисциплины								
Номер		Тема занятия/ Примерные вопросы на обсуждение (для занятий в формате семинарских)	Трудоёмкость по разделу, час.			Используемые интерактивные формы	Связь занятия с ВАРС*	
раздела (модуля)	занятия		очная форма	очно-заочная форма	заочная форма			
1	2	3	4	5	6	7	8	
1-9		Практическое занятие 1-2	4	4	2		ОСП	
		Власть и влияние в организации						
		Виды власти. Основы власти руководителя в организации						
		Менеджер как работник и как личность. Основные требования к руководителям		2	2	1	Решение ситуационных задач	ОСП
		Основные требования к руководителям. Функции руководителей. Уровни управления.						
		Практическое занятие 3		4	2	2		ОСП
		Структуры управления						
		Практическое занятие 4-5		4	2	1	Решение ситуационных задач	УЗ СРС
		Сущность и виды методов управления. Стили управления. Решетка менеджмента						
		Практическое занятие 6-7		4	2	1		ОСП
		Управленческие решения						
		Порядок принятия управленческих решений. Практические задания		4	2	1		ОСП
		Практическое занятие 8-9						
Теории мотивации		4	2	2	Работа в малых группах	ОСП УЗ СРС		
Мотивационный процесс. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации								
10-17		Практическое занятие 10-11	4	2	1	Работа в малых группах	ОСП	
		Основные понятия маркетинга						
		Понятие и сущность маркетинга. Задачи, функции и элементы маркетинга	4	2	1	Работа в малых группах	ОСП	
		Практическое занятие 12-13						
		Сегментация и позиционирование	4	2	1	Работа в малых группах	ОСП УЗ СРС	
		Критерии сегментации. Выбор целевых рынков. Выбор позиции на рынке						
		Практическое занятие 14-15		4	2	1	Работа в малых группах	ОСП УЗ СРС
		Продукт как элемент комплекса маркетинга						
Классификация продукта на основе конечного потребления. Концепции продукта. Жизненный цикл товаров. Ценообразование		4	2	1	Работа в малых группах	ОСП УЗ СРС		
Практическое занятие 16-17								
Изучение потребителей		4	2	1	Работа в малых группах	ОСП УЗ СРС		
Основные факторы, определяющие поведение потребителей. Проведение маркетинговых исследований. Составление анкеты								
		Всего	34	20	12	-	-	
Всего практических занятий по дисциплине:			час	Из них в интерактивной форме:			час	
- очная форма обучения			34	- очная форма обучения			22	
- очно-заочная форма обучения			20	- очно-заочная форма обучения			12	
- заочная форма обучения			12	- заочная форма обучения			7	
В том числе в формате семинарских занятий:								

- очная форма обучения			
- заочная 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 решения ситуационных задач.

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.

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

Критерии оценивания

Отлично	Более 90% тестовых заданий решены верно
Хорошо	От 70 до 89% тестовых заданий решены верно
Удовлетворительно	От 60 до 69% тестовых заданий решены верно
Неудовлетворительно	Менее 60% тестовых заданий решены верно

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 и маркетинга.

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

- детальное рассмотрение наиболее актуальных проблем менеджмента и маркетинга;
- 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. Организация управления на предприятиях различных организационно-правовых форм
2. Управление персоналом
3. Формирование и функционирование рынка сельскохозяйственной продукции
4. Коммуникации в управлении
5. Социальная ответственность менеджмента
6. Конкуренция на продовольственном рынке
7. Организационная структура предприятия
8. Управленческая структура организации
9. Централизация и децентрализация управленческих полномочий
10. Особенности коллективного принятия решения
11. Организационная культура
12. Особенности трудовых коллективов
13. Лидеры и их отличия от администраторов
14. Особенности стратегического управления
15. Принципы управленческой деятельности
16. Управленческая информация
17. Маркетинговая среда
18. Базовые стратегии маркетинга
19. Конкуренция: основные категории и их сущность
20. Маркетинговые информационные системы
21. Спрос и предложение в маркетинге
22. Товарная политика предприятия
23. Каналы распределения продукции
24. Информационное обеспечение маркетинговых исследований
25. Стимулирование сбыта
26. Брендинг
27. Выбор целевых рынков
28. Сегментация и позиционирование
29. Упаковка и маркировка товара
30. Анализ положения предприятия на рынке

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 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.
 - Раздел 1 (полное наименование).
 - 1.1. (полное название параграфа, пункта);
 - 1.2. (полное название параграфа, пункта).
 - Раздел 2 (полное наименование).
 - 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 разделами, которые могут включать 2-3 параграфа (подпункта, подраздела).

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 раздела (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 для литература, периодические издания и электронные источники информации. Список составляется согласно правилам библиографического описания.

Процедура оценивания

При аттестации специалиста 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 студента 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

ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ ОЦЕНКИ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ВЫПОЛНЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ			
1) Оценка осуществляется ведущим преподавателем		2) В ходе оценки устанавливаются: – степень авторского вклада в выполненную презентацию; – качественный уровень достижения студентом учебных целей и выполнения им учебных задач процесса выполнения электронной презентации	
3) При аттестации студента по итогам его работы над электронной презентацией руководителем используются четыре приведённых ниже группы* критериев оценки:			
Критерии оценки качества процесса подготовки презентации	Критерии оценки содержания презентации	Критерии оценки оформления презентации	Критерии оценки участия студента в контрольно-оценочном мероприятии по итогам работы над презентацией
1. Критерии оценки качества процесса подготовки презентации: – 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.			
2. Критерии оценки содержания презентации: – степень раскрытия темы; – самостоятельность и качество анализа теоретических положений; – глубина проработки, обоснованность методологической и методической программы исследования; – проработка литературы при выполнении презентации.			
3. Критерии оценки оформления презентации: – логика и стиль изложения; – структура и содержание; – объем и качество выполнения иллюстративного материала; – качество ссылок; – качество списка литературы; – общий уровень грамотности изложения.			
4. Критерии оценки участия студента в контрольно-оценочном мероприятии по итогам работы над презентацией: – качество демонстрационного материала (электронной презентации); – способность и умение публичного выступления; – уровень ответов на вопросы.			

КРИТЕРИИ И ШКАЛЫ ОЦЕНКИ, используемые при проверке и приёме электронной презентации	
Оцениваемая компонента электронной презентации и/или образовательных результатов работы над ней	Оценка по данной компоненте
а) Соответствие содержания презентации ее теме	Соответствует полностью/ не соответствует
б) Полнота и глубина раскрытия темы презентации	Высокая/достаточная/ приемлемая/ не приемлемая
в) Логика и глубина сделанных выводов	Высокая/достаточная/ приемлемая/ не приемлемая

г) Степень самостоятельности студента при подготовке презентации	Не вызывает сомнения/ Вызывает сомнения
д) Степень соблюдения студентом общих требований – к оформлению презентации	Общие требования соблюдены полностью/ соблюдены на приемлемом уровне/ не соблюдены
е) Уровень понимания студентом отражённого в презентации материала	Соответствует требуемому полностью / Находится на приемлемом уровне /
ж) Уровень коммуникативных навыков, продемонстрированный студентом	Не соответствует минимально требуемому

Отлично	Оценка «отлично» по презентации присваивается за глубокое раскрытие темы, качественное оформление работы, содержательность презентации, за понимание студентом отражённого в презентации материала (ответы на вопросы)
Хорошо	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
Удовлетворительно	Оценка «удовлетворительно» по презентации присваивается за неполное раскрытие темы, выводов и предложений, носящих общий характер, плохо подготовленное наглядное представление работы и затруднения при ответах на вопросы
Неудовлетворительно	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

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. Предприятие – основное звено управления

1. Понятие и признаки предприятия
2. Организационно-правовые формы предприятий
3. Управление на организационно-правовых формах предприятий

Тема. Особенности агромаркетинга

1. Понятие агромаркетинга
2. Особенности агромаркетинга
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. Цена как элемент комплекса маркетинга. Реализация товара.

1. Виды цен
2. Виды посредников
3. Каналы реализации

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

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. ТЕКУЩИЙ (ВНУТРИСЕМЕСТРОВЫЙ) КОНТРОЛЬ ХОДА И РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

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

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.

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.

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.
4. Время на выполнение теста – 30 минут
5. 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 выносятся 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 38.03.01 Экономика

ФИО _____ группа _____
Дата _____

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. Стил 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

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.

9.1 Нормативная база проведения промежуточной аттестации обучающихся по результатам изучения дисциплины:	
1) действующее «Положение о текущем контроле успеваемости, 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 обучающихся по итогам изучения дисциплины	
Цель промежуточной аттестации –	установление уровня достижения каждым обучающимся целей и задач обучения по данной дисциплине, изложенным в п.2.2 настоящей программы
Форма промежуточной аттестации –	Дифференцированный зачет*
Место процедуры получения зачёта в графике учебного процесса	1) участие обучающегося в процедуре получения зачёта осуществляется за счёт учебного времени (трудоемкости), отведённого на изучение дисциплины 2) процедура проводится в рамках ВАРО, на последней неделе семестра
Основные условия получения обучающимся зачёта:	1) обучающийся выполнил все виды учебной работы (включая самостоятельную) и отчитался об их выполнении в сроки, установленные графиком учебного процесса по дисциплине; 2) прошёл тестирование по разделу №1 и 2 (заключительное тестирование);
Процедура получения дифференцированного зачёта –	Представлены в Фонде оценочных средств по данной учебной дисциплине (см. – Приложение 9)

**Для студентов очно-заочной формы обучения промежуточный контроль будет осуществляться в очной форме.*

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.

Электронная версия актуального УМКД, адаптированная для обучающихся, выставляется в информационно-образовательной среде университета.

Список рекомендуемых информационных источников

Автор, наименование, выходные данные	Доступ
Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 7-е изд., перераб. и доп. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2024. — 672 с. - ISBN 978-5-9776-0554-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2139996 . - Режим доступа: по подписке.	http://znanium.com
Менеджмент: практико-ориентированный подход : учебник / под ред. Ю. А. Романовой. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2022. - 410 с. - ISBN 978-5-394-05017-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/192555 . - Режим доступа: по подписке.	http://znanium.com
Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. - Москва : ИНФРА-М, 2024. - 337 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019076-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2084408 . - Режим доступа: по подписке.	http://znanium.com
Маркетинг (ситуационные задачи и тесты) : практикум / М.Б. Щепакин, В.М. Михайлова, Д.Г. Куренова, Е.В. Кривошеева. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2023. - 512 с. - ISBN 978-5-9776-0524-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1898167 . - 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. — Москва : Финпресс, 1997. — . — Выходит 6 раз в год. — ISSN 1028-5849. — Текст : непосредственный.	НСХБ
Менеджмент в России и за рубежом. — Москва : Финпресс, 1997. — . — Выходит 6 раз в год. — ISSN 1028-5857. — Текст : непосредственный.	НСХБ

11. ПРИМЕНЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ, ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

При реализации программы дисциплины применяются электронное обучение, дистанционные образовательные технологии. В электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС, <https://do.omgau.ru/>) в рамках дисциплины создан электронный обучающий курс, содержащий учебно-методические, теоретические материалы, информационные материалы для освоения дисциплины, доступные в режиме удаленного доступа по индивидуальному логину и паролю. Через электронный курс студентам обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных и изданиям электронных библиотечных систем, состав которых определен в рабочей программе.

Работа студентов по освоению образовательной программы в рамках дисциплины проходит как в аудиториях университета, так и в формате онлайн-работы, которая предусматривает синхронное и асинхронное взаимодействие. Синхронное взаимодействие осуществляется с применением инструментов видеоконференцсвязи и онлайн-инструментов, в т.ч. ЭИОС. Решение о проведении синхронных занятий, а также конкретизация даты и времени мероприятий происходит в процессе изучения курса в личном кабинете студента. Образовательный процесс проходит в соответствии с утвержденным расписанием занятий и графиком освоения дисциплины, который выставляется преподавателем на странице электронного курса дисциплины.

Лекционные занятия посвящены рассмотрению ключевых, базовых положений курса и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную проработку. Рекомендуется последовательно знакомиться с содержанием учебного материала, который представлен в текстовом формате и (или) в формате видео-лекций, и (или) онлайн лекций. Рекомендуется активно участвовать в дискуссиях, задавать уточняющие/интересующие вопросы по тематике дисциплины преподавателю посредством Форума/ Чата/ Вебинара.

Практические работы предназначены для приобретения опыта практической реализации образовательной программы. Методические указания к выполняемым работам прорабатываются студентами во время самостоятельной подготовки.

Самостоятельная работа студентов включает следующие виды: проработка учебного материала лекций, подготовка к практическим работам, подготовка к текущему контролю и другие виды самостоятельной работы. Результаты всех видов работы студентов формируются в журнале оценок в ЭИОС и учитываются на промежуточной аттестации. Самостоятельная работа предусматривает не только проработку материалов лекционного курса, но и их расширение в результате анализа, структурирования и представления в компактном виде современной информации из всех возможных источников.

В течение семестра студент выполняет установленные программой дисциплины задания по материалам лекций и практическим занятиям. Выполненные задания отправляются преподавателю средствами ЭИОС (прикрепив файл с ответом в соответствующий элемент задания) и/или посредством используемых онлайн-инструментов.

Текущий контроль успеваемости проводится в течение каждого раздела (модуля) дисциплины. Текущий контроль, а также тестирование по результатам освоения разделов №1 и 2 дисциплины. Шкала и критерии оценки по всем видам работ, выполняемых студентами за период освоения дисциплины отражены в рабочей программе дисциплины и в методических указаниях по ее освоению.

По итогам изучения учебной дисциплины в семестре студент получает доступ к прохождению **промежуточной аттестации**. Для завершения работы по освоению дисциплины и получения допуска к промежуточной аттестации необходимо выполнить все контрольные мероприятия в рамках текущего контроля. Промежуточная аттестация осуществляется в традиционной форме в аудиториях университета. Условия проведения промежуточной аттестации определяются университетом и заблаговременно доводятся преподавателем до обучающихся.

С локальными нормативными документами по организации образовательного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, по работе в электронной информационно-образовательной среде обучающиеся могут ознакомиться на официальном сайте университета и в ЭИОС ОмГАУ-Moodle.