

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
"Брянский государственный аграрный университет"



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе и
цифровизации
А.В. Кубышкина

2022 г.

Менеджмент и маркетинг в животноводстве
рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кормления животных, частной зоотехнии и переработки продуктов животноводства
Направление подготовки	36.04.02 Зоотехния
Магистерская программа	Кормопроизводство, кормление животных и технология кормов
Квалификация	Магистр
Форма обучения	Очная, заочная
Общая трудоемкость	4 з.е.
Часов по учебному плану	144

Брянская область
2022

Программу составил:

к.э.н., доцент Хохрина О.М.



(подпись)

Рецензент:

Главный экономист-финансист
ГКУ Брянской области
«Мглинское районное управление
сельского хозяйства» Черная Н.С.



(подпись)

Рабочая программа дисциплины: Менеджмент и маркетинг в животноводстве разработана в соответствии с ФГОС ВО – магистратура по направлению подготовки 36.04.02 Зоотехния, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22.09.2017 г. № 973.

Разработана на основании учебных планов 2022 года набора направление подготовки 36.04.02 Зоотехния профиль Кормопроизводство, кормление животных и технология кормов, утвержденных учёным советом Университета протокол от № 10 от 11.05.2022 г.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры экономики и менеджмента протокол № 10 от 11.05.2022 г.

Зав. кафедрой: д.э.н., доцент Храмченкова А.О.



(подпись)

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель дисциплины состоит в освоении студентами основных принципов и методов управления животноводческим предприятием, в изучении, систематизации и закреплении основ маркетинговой деятельности в современных условиях хозяйствования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Блок дисциплин ОПОП ВО: Б1.О.13

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося: для освоения дисциплины обучающиеся используют знания, умения, сформированные в ходе изучения ОПОП бакалавриата.

2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее: овладение методологией и методикой менеджмента и маркетинга в животноводстве необходимо для изучения дисциплины «Современные проблемы зоотехнии».

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Освоение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций: **УК-2, ПКС-1, ПКС-2.**

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
Категория универсальных компетенций: разработка и реализация проектов		
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления	Знать: методы и технологию проектного управления Уметь: формулировать на основе поставленной проблемы проектную задачу Владеть: способностью принимать управленческие решения через реализацию проектного управления
	УК-2.2 Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения	Знать: современную методологию и технологию управления проектами на всех этапах жизненного цикла Уметь: формулировать цель, задачи, актуальность, значимость проекта Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы
Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий		
ПКС-1 Способен разрабатывать перспективный план развития животноводства в организации	ПКС-1.3 . Знает основы маркетинговой деятельности и проводит маркетинговые исследования для разработки перспективного плана развития животноводства в организации	Знать: основы маркетинговой деятельности в организации Уметь: проводить маркетинговые исследования Владеть: навыками разработки комплекса маркетинга
Тип задач профессиональной деятельности: производственно-технологический		
ПКС-2 Способен к орга-	ПКС-2.1 Обеспечивает координацию	Знать: основные принципы,

низации и управлению технологическими процессами в организации в соответствии с перспективными и текущими планами развития животноводства	деятельности различных подразделений при реализации перспективных планов развития животноводства в организации	функции и методы менеджмента Уметь: обеспечивать координацию деятельности различных подразделений при реализации перспективных планов развития животноводства в организации Владеть: навыками управления технологическими процессами в животноводстве
---	--	---

4. Распределение часов дисциплины

4.1. Очная форма обучения (по семестрам)

Вид занятий	1		2		3		4		Итого	
	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции										
Практические			24	24					24	24
КСР			8	8					8	8
Прием экзамена			1,25	1,25					1,25	1,25
Контактная работа обучающихся с преподавателем (аудиторная)			33,25	33,25					33,25	33,25
Сам. работа			85	85					85	85
Контроль			25,75	25,75					25,75	25,75
Итого			144	144					144	144

4.2. Заочная форма обучения (по курсам)

Вид занятий	1		2		3		Итого	
	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции								
Практические	12	12					12	12
Прием экзамена	1,25	1,25					1,25	1,25
Контактная работа обучающихся с преподавателем (аудиторная)	13,25	13,25					13,25	13,25
Сам. работа	124	124					124	124
Контроль	6,75	6,75					6,75	6,75
Итого	144	144					144	144

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

(очная форма)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр	Часов	Компетенции
	Раздел 1. Менеджмент в животноводстве			
1.1	Основы менеджмента /Пр/	2	2	ПКС-2.1
1.2	Сущность и особенности менеджмента в сфере животноводства /Ср/	2	5	ПКС-2.1
1.3	Особенности управления организациями АПК различных организационно-правовых форм /Пр/	2	2	ПКС-2.1
1.4	Организационные структуры управления в животноводстве /Ср/	2	10	ПКС-2.1

1.5	Организация менеджмента в аграрном производстве /Пр/	2	2	ПКС-2.1
1.6	Производственный менеджмент в сфере животноводства /Ср/	2	10	ПКС-2.1
1.7	Управление технологическими процессами в животноводстве/Ср/	2	10	ПКС-2.1
1.8	Управление персоналом на предприятиях АПК /Пр/	2	2	ПКС-2.1
1.9	Функции менеджмента /Пр/	2	2	ПКС-2.1
1.10	Методы управления/Пр/	2	2	ПКС-2.1
1.11	Сущность и содержание проектного управления /Пр/	2	2	УК-2.1, УК-2.2
1.12	Цели и стратегия проекта /Ср/	2	10	УК-2.1, УК-2.2
1.13	Жизненный цикл проекта и его основные фазы /Пр/	2	2	УК-2.1, УК-2.2
	Раздел 2. Маркетинг в животноводстве			
2.1	Общие положения маркетинга /Пр/	2	2	ПКС-1.3
2.2	Теоретические и практические основы маркетинга в животноводстве /Ср/	2	10	ПКС-1.3
2.3	Маркетинговые исследования /Пр/	2	2	ПКС-1.3
2.4	Система маркетинговых исследований в животноводстве /Ср/	2	10	ПКС-1.3
2.5	Управление маркетингом в АПК /Пр/	2	2	ПКС-1.3
2.6	Управление маркетингом в отраслях животноводства, перспективы его развития /Ср/	2	10	ПКС-1.3
2.7	Составляющие процесса управления маркетингом. Основы товарной политики и планирование продукции /Пр/	2	2	ПКС-1.3
2.8	Стратегии маркетинга. Конкуренция и конкуренты /Ср/	2	10	ПКС-1.3
	Контактная работа по приеме экзамена /К/		1,25	

(заочная форма)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Курс	Часов	Компетенции
	Раздел 1. Менеджмент в животноводстве			
1.1	Основы менеджмента /Пр/	1	2	ПКС-2.1
1.2	Сущность и особенности менеджмента в сфере животноводства /Ср/	1	8	ПКС-2.1
1.3	Особенности управления организациями АПК различных организационно-правовых форм /Пр/	1	2	ПКС-2.1
1.4	Организационные структуры управления в животноводстве /Ср/	1	8	ПКС-2.1

1.5	Организация менеджмента в аграрном производстве /Ср/	1	8	ПКС-2.1
1.6	Производственный менеджмент в сфере животноводства /Ср/	1	8	ПКС-2.1
1.7	Управление технологическими процессами в животноводстве/Ср/	1	8	ПКС-2.1
1.8	Управление персоналом на предприятиях АПК /Ср/	1	8	ПКС-2.1
1.9	Функции менеджмента /Пр/	1	1	ПКС-2.1
1.10	Методы управления /Пр/	1	1	ПКС-2.1
1.11	Сущность и содержание проектного управления /Пр/	1	2	УК-2.1, УК-2.2
1.12	Цели и стратегия проекта /Ср/	1	8	УК-2.1, УК-2.2
1.13	Жизненный цикл проекта и его основные фазы /Ср/	1	10	УК-2.1, УК-2.2
	Раздел 2. Маркетинг в животноводстве			
2.1	Общие положения маркетинга /Пр/	1	2	ПКС-1.3
2.2	Теоретические и практические основы маркетинга в животноводстве /Ср/	1	13	ПКС-1.3
2.3	Маркетинговые исследования /Пр/	1	2	ПКС-1.3
2.4	Система маркетинговых исследований в животноводстве /Ср/	1	13	ПКС-1.3
2.5	Управление маркетингом в АПК /Ср/	1	13	ПКС-1.3
2.6	Управление маркетингом в отраслях животноводства, перспективы его развития /Ср/	1	13	ПКС-1.3
2.7	Составляющие процесса управления маркетинга. Основы товарной политики и планирование продукции /Ср/	1	13	ПКС-1.3
2.8	Стратегии маркетинга. Конкуренция и конкуренты /Ср/	1	13	ПКС-1.3
	Контактная работа по приеме экзамена /К/		1,25	

Реализация программы предполагает использование традиционной, активной и интерактивной форм обучения на лекционных, практических занятиях.

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

5.2. Фонд оценочных средств

Приложение №1

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество
Л1.1	Четвертаков И. М.	Экономика, организация и основы маркетинга АПК: учебное пособие / И. М. Четвертаков. — Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2017. — 94 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/72787.html (дата обращения: 26.03.2021). — Режим до-	Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2017.	ЭБС Iprbooks
Л1.2	Свистунова И. Г.	Менеджмент в АПК: учебное пособие / И. Г. Свистунова. — Ставрополь: Секвойя, 2018. — 87 с. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/92987.html (дата обращения: 26.03.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей	Ставрополь: Секвойя, 2018.	ЭБС Iprbooks
Л1.3	Эриашвили Н.Д.	Управление маркетингом: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / Н. Д. Эриашвили, А. В. Коротков, И. М. Синяева [и др.] ; под редакцией А. В. Коротков, И. М. Синяева. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 463 с. — ISBN 5-238-00883-X. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/71205.html (дата обращения: 26.03.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей	Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.	ЭБС Iprbooks

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество
Л2.1	Малыш М. Н.	Менеджмент в АПК. Практикум: учебное пособие / М. Н. Малыш. — Санкт-Петербург: Проспект Науки, 2017. — 288 с. — ISBN 978-5-906109-46-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/80007.htm - Режим доступа: для авторизир. пользователей	Санкт-Петербург: Проспект Науки, 2017	ЭБС Iprbooks
Л2.2	Корпусова В. П.	Управление АПК: учебное пособие / В. П. Корпусова. — Киров: Вятская ГСХА, 2017. — 106 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/156905 (дата обращения: 26.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.	Киров: Вятская ГСХА, 2017	ЭБС Лань
Л2.3	Николаева Э. В.	Управление и маркетинг в АПК: учебно-методическое пособие / Э. В. Николаева, Е. А. Замолотских, Б. Д. Цыдыпов. — Улан-Удэ: Бурятская ГСХА им. В.Р. Филиппова, 2015. — 366 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/138769 (дата обращения: 26.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.	Улан-Удэ: Бурятская ГСХА им. В.Р. Филиппова, 2015.	ЭБС Лань

6.2. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

6.2.1. Профессиональные базы данных и информационных справочных систем

1. Компьютерная информационно-правовая система «КонсультантПлюс»
2. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru/>
3. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru/>
4. Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании» <http://www.ict.edu.ru/>
5. Web of Science Core Collection политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных <http://www.webofscience.com>
6. Полнотекстовый архив «Национальный Электронно-Информационный Консорциум» (НЭИКОН) <https://neicon.ru/>
7. Базы данных издательства Springer <https://link.springer.com/>

6.3. Перечень программного обеспечения

1. Операционная система Microsoft Windows XP Professional Russian
2. Операционная система Microsoft Windows 7 Professional Russian
3. Операционная система Microsoft Windows 10 Professional Russian
4. Офисное программное обеспечение Microsoft Office 2010 Standart
5. Офисное программное обеспечение Microsoft Office 2013 Standart
6. Офисное программное обеспечение Microsoft Office 2016 Standart
7. Офисное программное обеспечение OpenOffice
8. Офисное программное обеспечение LibreOffice
9. Программа для распознавания текста ABBYY Fine Reader 11
10. Программа для просмотра PDF Foxit Reader

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: 1-203 <i>Основное оборудование:</i> Специализированная мебель на 18 посадочных мест, доска настенная, кафедра, рабочее место преподавателя. <i>Характеристика аудитории:</i> переносное мультимедийное оборудование (ноутбук, мультимедийный проектор BENQ MP623, экран ScreenMedia). <i>Учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по дисциплине:</i> учебно-информационный стенд: Стратегический менеджмент Учебные плакаты по всем разделам дисциплины, учебно-методическая литература.	243365, Брянская область, Выгоничский район, с. Кокино, ул. Советская, д.2а
Учебная аудитория для проведения практических занятий, группо-	

вых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: 1-204

Основное оборудование:

Специализированная мебель на 24 посадочных места, доска настенная, кафедра, рабочее место преподавателя.

Характеристика аудитории:

Переносное мультимедийное оборудование (ноутбук, мультимедийный проектор BENQ MP623, экран ScreenMedia)

Компьютерный класс на 12 рабочих мест с выходом в локальную сеть и Интернет, к электронным учебно-методическим материалам и электронной информационно-образовательной среде.

Лицензионное программное обеспечение:

ОС Windows XP (подписка Microsoft Imagine Premium от 12.12.2016).

Срок действия лицензии – бессрочно.

Офисный пакет MS Office std 2010 (Договор 14-0512 от 25.05.2012)

Срок действия лицензии – бессрочно.

Лицензионное программное обеспечение отечественного производства:

1С:Предприятие 8 (Лицензионный договор 2205 от 17.06.2015)

Project Expert (Договор Tr000128238 от 12.12.2016)

Экономический анализ 4.0 (Договор 2007\158 от 23.10.07)

STADIA 8 (Договор 08-1013 от 14.10.2013)

Свободно распространяемое программное обеспечение:

Яндекс.Браузер

Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования - 3-315, 3-303

Оснащены специализированной мебелью (столы, стулья, шкафы с инструментами для ремонта и профилактического обслуживания учебного оборудования)

Помещения для самостоятельной работы:

Читальный зал научной библиотеки

Основное оборудование и технические средства обучения:

Специализированная мебель на 100 посадочных мест, доска настенная, кафедра, рабочее место преподавателя.

15 компьютеров с выходом в локальную сеть и Интернет, электронным учебно-методическим материалам, библиотечному электронному каталогу, ресурсам ЭБС, к электронной информационно-образовательной среде.

Лицензионное программное обеспечение:

ОС Windows 10 (Контракт №52 01.08.2019 с Экстрим Комп). Срок действия лицензии – бессрочно.

Лицензионное программное обеспечение отечественного производства:

Консультант Плюс (справочно-правовая система) (Гос. контракт №41 от 30.03.2018 с ООО Альянс). Срок действия лицензии – бессрочно.

Свободно распространяемое программное обеспечение:

LibreOffice (свободно распространяемое ПО).

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:

- электронно-оптическое устройство доступа к информации для лиц с ОВЗ предназначено для чтения и просмотра изображений людьми с ослабленным зрением.

- специализированный программно-технический комплекс для слабовидящих. (аудитория 1-203)

- для глухих и слабослышащих:

- автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;

- акустический усилитель и колонки;

- индивидуальные системы усиления звука

«ELEGANT-R» приемник 1-сторонней связи в диапазоне 863-865 МГц

«ELEGANT-T» передатчик

«Easy speak» - индукционная петля в пластиковой оплетке для беспроводного подключения устройства к слуховому аппарату слабослышащего

Микрофон петличный (863-865 МГц), Hengda

Микрофон с оголовьем (863-865 МГц)

- групповые системы усиления звука

- Портативная установка беспроводной передачи информации .

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- передвижными, регулируемыми эргономическими партами СИ-1;

- компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине Менеджмент и маркетинг в животноводстве

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: 36.04.02 Зоотехния

Магистерская программа: Кормопроизводство, кормление животных и технология кормов

Дисциплина: Менеджмент и маркетинг в животноводстве

Форма промежуточной аттестации: экзамен

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИИ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной ОПОП ВО.

Изучение дисциплины «Менеджмент и маркетинг в животноводстве» направлено на формировании следующих компетенций:

Универсальные компетенции:

УК-2: Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

Профессиональные компетенции выпускников:

ПКС-1: Способен разрабатывать перспективный план развития животноводства в организации;

ПКС-2: Способен к организации и управлению технологическими процессами в организации в соответствии с перспективными и текущим планами развития животноводства.

2.2. Процесс формирования компетенций по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в животноводстве»

№ раздела	Наименование раздела	3.1	3.2	3.3	3.4	У.1	У.2	У.3	У.4	Н.1	Н.2	Н.3	Н.4
1	Менеджмент в животноводстве	+	+		+	+	+		+	+	+		+
2	Маркетинг в животноводстве			+				+				+	

Сокращение: 3. - знание; У. - умение; Н. - навыки.

2.3. Структура компетенций по дисциплине Менеджмент и маркетинг в животноводстве

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла		
УК-2.1 Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления		
Знать (3.1)	Уметь (У.1)	Владеть (Н.1)

методы и технологию проектного управления	Практ. раб раздела №1, СР раздела №1	формулировать на основе поставленной проблемы проектную задачу	Практ. раб раздела №1, СР раздела №1	способностью принимать управленческие решения через реализацию проектного управления	Практ. раб раздела №1, СР раздела №1
УК-2.2 Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения					
Знать (3.2)		Уметь (У.2)		Владеть (Н.2)	
современную методологию и технологию управления проектами на всех этапах жизненного цикла	Практ. раб раздела №1, СР раздела №1	формулировать цель, задачи, актуальность, значимость проекта	Практ. раб раздела №1, СР раздела №1	навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы	Практ. раб раздела №1, СР раздела №1
ПКС-1 Способен разрабатывать перспективный план развития животноводства в организации ПКС-1.3 Знает основы маркетинговой деятельности и проводит маркетинговые исследования для разработки перспективного плана развития животноводства в организации					
Знать (3.3)		Уметь (У.3)		Владеть (Н.3)	
основы маркетинговой деятельности в организации	Практ. раб раздела №2, СР раздела №2	проводить маркетинговые исследования	Практ. раб раздела №2, СР раздела №2	навыками разработки комплекса маркетинга	Практ. раб раздела №2, СР раздела №2
ПКС-2 Способен к организации и управлению технологическими процессами в организации в соответствии с перспективными и текущим планами развития животноводства ПКС-2.1 Обеспечивает координацию деятельности различных подразделений при реализации перспективных планов развития животноводства в организации					
Знать (3.4)		Уметь (У.4)		Владеть (Н.4)	
основные принципы, функции и методы менеджмента	Практ. раб раздела №1, СР раздела №1	обеспечивать координацию деятельности различных подразделений при реализации перспективных планов развития животноводства в организации	Практ. раб раздела №1, СР раздела №1	навыками управления технологическими процессами в животноводстве	Практ. раб раздела №1, СР раздела №1

3. ПОКАЗАТЕЛИ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ И ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

3.1. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации дисциплины

Карта оценочных средств промежуточной аттестации дисциплины, проводимой в форме экзамена

№ п/п	Раздел дисциплины	Контролируемые дидактические единицы (темы, вопросы)	Контролируемые компетенции	Оценочное средство (№ вопроса)
1	Менеджмент в животноводстве	Основы менеджмента. Сущность и особенности менеджмента в сфере животноводства. Особенности управления организациями АПК различных организационно-правовых форм. Организационные структуры управления в животноводстве. Организация менеджмента в аграрном производстве. Производственный менеджмент в сфере животноводства. Управление технологическими процессами в животноводстве. Управление персоналом на предприятиях АПК. Функции менеджмента. Методы управления. Сущность и содержание проектного управления. Цели и стратегия проекта. Жизненный цикл проекта и его основные фазы.	УК-2.1, УК-2.2, ПКС-2.1	Вопрос на экзамене 1-29
2	Маркетинг в животноводстве	Общие положения маркетинга. Теоретические и практические основы маркетинга в животноводстве. Маркетинговые исследования. Система маркетинговых исследований в животноводстве. Управление маркетингом в АПК. Управление маркетингом в отраслях животноводства, перспективы его развития. Составляющие процесса управления маркетингом. Основы товарной политики и планирование продукции. Стратегии маркетинга. Конкуренция и конкуренты.	ПКС-1.3	Вопрос на экзамене 30-44

**Перечень вопросов к экзамену по дисциплине
«Менеджмент и маркетинг в животноводстве»**

1. Сущность современного менеджмента.
2. Стратегическое, тактическое и оперативное планирование и его принципы.
3. История развития менеджмента.
4. Сущность и особенности менеджмента в сфере животноводства.
5. Особенности управления организациями АПК различных организационно-правовых форм. Управление в государственных унитарных предприятиях.
6. Управление в хозяйственных обществах
7. Управление в производственных кооперативах
8. Крестьянские (фермерские) хозяйства и их ассоциации.
9. Управление крестьянскими (фермерскими) хозяйствами и их ассоциациями
10. Назначение и содержание
11. Понятие структуры управления. Факторы, ее определяющие.
12. Типы организационных структур управления.
13. Особенности формирования структур управления в животноводстве
14. Государственные органы управления АПК. Федеральный уровень государственного управления АПК
15. Региональный уровень государственного управления АПК
16. Районный уровень государственного управления АПК
17. Структура производственного менеджмента и планирование деятельности животноводческого комплекса.

18. Особенности формирования производственных программ в предприятиях, осуществляющих производство сельскохозяйственной продукции.
19. Особенности управления производственными процессами в отрасли животноводства.
20. Управление технологическими процессами в животноводстве.
21. Кадры управления и их роль в АПК (животноводство).
22. Принципы и содержание кадровой политики в животноводстве.
23. Организация работы с кадрами
24. Система подготовки и переподготовки кадров в животноводстве.
25. Функции менеджмента.
26. Методы управления.
27. Сущность и содержание проектного управления.
28. Цели и стратегия проекта.
29. Жизненный цикл проекта и его основные фазы
30. Сущность, цели, концепции и виды маркетинга.
31. Принципы, функции и комплекс маркетинга.
32. Теоретические и практические основы маркетинга в сельском хозяйстве (животноводстве).
33. Маркетинговые исследования. Сущность, принципы и методы исследований в маркетинге.
34. Маркетинговая информация и ее свойства. Объект, цели и проблемы исследования.
35. Организация и этапы маркетинговых исследований.
36. Практические аспекты маркетинговых исследований в животноводстве.
37. Маркетинговые среды и их особенности в АПК
38. Характеристика аграрного рынка
39. Управление маркетингом в АПК. Составляющие процесса управления маркетингом.
40. Управление маркетингом в отраслях животноводства, перспективы его развития.
41. Основы товарной политики и планирование продукции.
42. Особенности товара в животноводстве. Разнообразие свойств и показателей, характеризующих товары отрасли животноводства
43. Стратегии маркетинга.
44. Конкуренция и конкуренты.

Критерии оценки компетенций.

Промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в животноводстве» проводится в соответствии с Уставом Университета, Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам ВО. Промежуточная аттестация по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в животноводстве» проводится в соответствии с рабочим учебным планом в форме экзамена. Обучающиеся допускаются к экзамену по дисциплине в случае выполнения им учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных рабочей программой дисциплины.

Оценка знаний обучаемых на экзамене носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом на экзамене;
- результатами тестирования знаний основных понятий;
- активной работой на практических занятиях.

Знания, умения, навыки обучающегося на экзамене оцениваются оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Пример оценивания обучающегося на экзамене по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в животноводстве».

Знания, умения, навыки обучающегося на экзамене оцениваются оценками: «отлично» - 13-15, «хорошо» - 10-12, «удовлетворительно» - 7-9, «неудовлетворительно» - 0.

**Оценивание обучающегося на экзамене
по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в животноводстве».**

Оценка	Баллы	Требования к знаниям
<i>«отлично»</i>	15	- обучающийся свободно справляется с решением практических задач, причем не затрудняется с решением при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает на экзамене, умеет тесно увязывать теорию с практикой.
	14	- обучающийся свободно справляется с решением практических задач, причем не затрудняется с решением при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопросы.
	13	- обучающийся справляется с решением практических задач, причем не затрудняется с решением при видоизменении заданий, при этом при обосновании принятого решения могут встречаться незначительные неточности, твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопросы.
<i>«хорошо»</i>	12	- обучающийся справляется с решением практических задач, однако видоизменение заданий могут вызвать некоторое затруднение, правильно обосновывает принятое решение, твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопросы.
	11	- обучающийся справляется с решением практических задач, однако видоизменение заданий могут вызвать некоторое затруднение, при этом при обосновании принятого решения могут встречаться незначительные неточности, твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопросы.
	10	- обучающийся справляется с решением практических задач, однако видоизменение заданий могут вызвать некоторое затруднение, при этом при обосновании принятого решения могут встречаться незначительные неточности, в основном знает материал, при этом могут встречаться незначительные неточности в ответе на вопросы.
<i>«удовлетворительно»</i>	9	- обучающийся с трудом справляется с решением практических задач, теоретический материал при этом может грамотно изложить, не допуская существенных неточностей в ответе на вопросы.
	8	- обучающийся с большим трудом справляется с решением практических задач, теоретический материал при этом может грамотно изложить, не допуская существенных неточностей в ответе на вопросы.
	7	- обучающийся с большим трудом справляется с решением практических задач, теоретический материал при этом излагается с существенными неточностями.
<i>«неудовлетворительно»</i>	0	- обучающийся не знает, как решать практические задачи, несмотря на некоторое знание теоретического материала.

Основная оценка, идущая в ведомость, обучающемуся выставляется в соответствии с балльно-рейтинговой системой. Основой для определения оценки служит уровень усвоения обучающимися материала, предусмотренного данной рабочей программой.

Оценивание обучающихся по балльно-рейтинговой системе дисциплины «Менеджмент и маркетинг в животноводстве»:

Активная работа на практических занятиях оценивается действительным числом в интервале от 0 до 6 по формуле:

$$Оц.активности = \frac{Пр.активн . ,}{Пр.общее} * 6 \quad (1)$$

Где *Оц. активности* - оценка за активную работу;

Пр.активн - количество практических занятий по предмету, на которых обучающийся активно работал;

Пр.общее — общее количество практических занятий по изучаемому предмету.

Максимальная оценка, которую может получить обучающийся за активную работу на практических занятиях равна 6.

Результаты тестирования оцениваются действительном числом в интервале от 0 до 4 по формуле:

$$Оц.тестир = \frac{Число правильных ответов}{Всего вопросов в тесте} * 4 \quad (2)$$

Где *Оц.тестир* - оценка за тестирование.

Максимальная оценка, которую обучающийся может получить за тестирование равна 4.

Оценка за экзамен ставится по 15 бальной шкале (см. таблицу выше).

Общая оценка знаний по курсу строится путем суммирования указанных выше оценок:

$$Оценка = Оценка активности + Оц.тестир + Оц.экзамен$$

Ввиду этого общая оценка представляет собой действительное число от 0 до 25. Отлично - 25- 21 баллов, хорошо - 20-16 баллов, удовлетворительно - 15-11 баллов, не удовлетворительно - меньше 11 баллов. (Для перевода оценки в 100 бальную шкалу достаточно ее умножить на 4).

3.2. Оценочные средства для проведения текущего контроля знаний по дисциплине

Карта оценочных средств текущего контроля знаний по дисциплине

№ п/п	Раздел дисциплины	Контролируемые дидактические единицы (темы, вопросы)	Контролируемые компетенции	Оценочное средство
1	Менеджмент в животноводстве	Основы менеджмента. Сущность и особенности менеджмента в сфере животноводства. Особенности управления организациями АПК различных организационно-правовых форм. Организационные структуры управления в животноводстве. Организация менеджмента в аграрном производстве. Производственный менеджмент в сфере животноводства. Управление технологическими процессами в животноводстве. Управление персоналом на предприятиях АПК. Функции менеджмента. Методы управления. Сущность и содержание проектного управления. Цели и стратегия проекта. Жизненный цикл проекта и его основные фазы.	УК-2.1, УК-2.2, ПКС-2.1	Опросы. Тестирование. Отчеты по практическим работам Отчет по результатам выполнения самостоятельной работы

2	Маркетинг в животноводстве	<p>Общие положения маркетинга. Теоретические и практические основы маркетинга в животноводстве. Маркетинговые исследования. Система маркетинговых исследований в животноводстве. Управление маркетингом в АПК. Управление маркетингом в отраслях животноводства, перспективы его развития. Составляющие процесса управления маркетингом. Основы товарной политики и планирование продукции. Стратегии маркетинга. Конкуренция и конкуренты.</p>	ПКС-1.3	<p>Опросы. Тестирование. Отчеты по практическим работам Отчет по результатам выполнения самостоятельной работы</p>
---	----------------------------	---	---------	--

Примерные тестовые задания для промежуточной аттестации и текущего контроля знаний

Тестовые задания для текущего контроля знаний студентов

1. Главное содержание методологии менеджмента в:

- 1) Цели и миссии управления;
- 2) Организации деятельности по факторам внешней среды.
- 3) Средствах и методах управления;
- 4) Обеспечении эффективности управления;
- 5) Целях, механизмах и методах управления.+

2. Типология менеджмента определяется главным образом?

- 1) Разнообразием конкретных условий осуществления менеджмента.+
- 2) Индивидуальными особенностями менеджера.
- 3) Возможностями достижения максимальной эффективности менеджмента.
- 4) Компетентностью персонала системы менеджмента.
- 5) Стратегией изменения приоритетов для повышения эффективности менеджмента.

3. Главным фактором формирования механизма управления является:

- 1) Информационное обеспечение управления.
- 2) Подбор и расстановка персонала.
- 3) Рациональный тип организации управления.+
- 4) Повышение квалификации персонала.
- 5) Исследование и учет социально-психологических характеристик персонала.

4. Наиболее корректным определением цели управления является:

- +1) Результат, на достижение которого направлено управление.
- 2) Видение будущего, которое желательно достичь.
- 3) Объективная тенденция развития организации.
- 4) Желательное, необходимое и возможное состояние управляемой системы.
- 5) Финансово-экономическое положение организации, определяющее ее стабильность и устойчивость.

5. Управление – это:

- 1) искусство управления людьми для достижения престижа фирмы
- +2) процесс планирования, организации, координации, мотивации и контроля, необходимый для достижения целей организации
- 3) деятельность направленная на удовлетворение своих потребностей
- 4) специфический вид деятельности в корыстных целях

6. Под процессом управления понимается:

- 1) последовательности выполнения операций при разработке управленческого решения
- 2) обработка информации для осуществления воздействия субъекта на объект управления
- + 3) последовательность действий субъекта управления, необходимых для осуществления воздействий на объект управления
- 4) интеграция всех видов управленческой деятельности в единую логически взаимосвязанную цепочку

7. Кто из ниже перечисленных исследователей является основателем концепции научного управления?

- 1) Н.А.Витке
- + 2) Ф.Тейлор
- 3) А.Файоль
- 4) Э. Мэйо

8. Функции как сущность управления проявляются в виде:

- 1) обособленных видов управленческой деятельности.
- +2) конкретного вида управленческой деятельности, основанный на разделении и кооперации управленческого труда и характеризующийся различными приемами и способами воздействия на объект и субъект управления
- 3) определенных свойств объекта управления.
- 4) специализированного вида деятельности для улучшения материального положения аппарата управления

9. Планирование как основная функция управления представляет собой:

- +1) процесс определения целей и путей их достижения, включает разработку и реализацию средств воздействия: концепцию, прогноз, программу, план;
- 2) вид управленческой деятельности по разработке механизмов регулирования в непредвиденных ситуациях в будущем
- 3) определение необходимых ресурсов и их распределение по целям и задачам.
- 4) сложную социально-экономическую модель будущего состояния организации

10. Организация управления как одна из основных функций представляет собой вид деятельности:

- +1) направленный на разработку и утверждение схем и структур управления, должностных инструкций, положений, других нормативных документов
- 2) по определению действий, направленных на удовлетворение потребностей
- 3) связанный с разработкой индивидуальных планов

11. Функция контроля заключается в:

- 1) в коррекции всех значительных отклонений от плана;
- +2) деятельности по формированию стандартов управления, проверке и оценке их исполнении, осуществлению корректирующих шагов;
- 3) выявлении нарушений и ошибок;
- 4) деятельности, задачей которой является количественная и качественная оценка и учёт результатов работы организации.

12. Основной задачей координации является:

- 1) функция процесса управления, обеспечивающая его бесперебойность и непрерывность;
- 2) установление взаимодействия между подсистемами организации;
- +3) достижение согласованности в работе всех звеньев системы путём установления рациональных связей между ними;
- 4) доведение планов до всех, кто их должен выполнять и кто несёт ответственность за их реализацию.

13. Из каких категорий работников состоит аппарат управления с-х. предприятия?

- 1) инженерно-технического состава и служащих;
- +2) линейных и функциональных руководителей;
- 3) руководителей, специалистов и обслуживающего (технического) персонала;
- 4) директора, главных специалистов, управляющих (начальников цехов);

14. Субъектами управления являются:

- 1) рабочий инструментального цеха;
- + 2) руководители разного уровня, наделенные полномочиями в области принятия решения в определенных сферах деятельности организации;
- 3) бухгалтер;
- 4) начальник МТС;

15. Объектами управления являются:

- 1) заведующий лабораторией;
- 2) руководитель производственного подразделения;

- +3) весь состав взаимосвязанных структурных подразделений любого назначения;
- 4) заместители директора.

16. Конкретные функции управления – это:

- 1) обособленные виды деятельности независимые от объекта управления;
- +2) связанные с видами управленческой деятельности, зависимые от особенностей объектов управления;
- 3) формирование программно-ориентированных систем типа творческих групп;
- 4) ориентированные на долговременное функционирование и расширение функции организации

17. Организационная структура – это:

- 1) новый вид отношений, сложившийся между участниками производственного процесса;
- 2) соподчиненность управленческих связей между управляющей и управляемой подсистемами системы управления;
- +3) упорядоченная совокупность взаимосвязанных частей организации, обособившихся в результате разделения труда;
- 4) информационные связи самостоятельных подразделений или отдельных исполнителей;

18. Сущность линейной структуры управления состоит в том, что:

- 1) одинаковые по специализации подразделения независимо от территориального расположения объединяются в цехи;
- 2) организуются временные творческие коллективы для выполнения определённых программ или решения конкретных проблем;
- +3) каждый работник управления выполняет все функции руководства данным участком производства, а у подчинённого есть только один руководитель;
- 4) для выполнения отдельных специализированных функций выделяют специальные звенья или отдельных исполнителей.

19. Указать пример линейной соподчинённости работников аппарата управления.

- 1) управляющий – главному экономисту;
- 2) бригадир овощеводческой бригады – главному инженеру;
- +3) бригадир – управляющему;
- 4) нет верного ответа.

20. Указать пример функциональной соподчинённости работников аппарата управления.

- +1) управляющий – главному агроному;
- 2) бухгалтер центральной конторы – главному бухгалтеру;
- 3) бригадир – управляющему;
- 4) управляющий – директору.

21. К специальным структурам управления относятся:

- 1) штабная;
- 2) линейно-функциональная;
- +3) матричная;
- 4) функциональная.

22. Указать оптимальную норму управления для управляющих отделений.

- 1) 1-3 нижестоящих руководителей;
- +2) 3-5 нижестоящих руководителей;
- 3) 5-8 нижестоящих руководителей;
- 4) свыше 15 подчинённых

23. Укажите основные разделы должностных инструкций руководителей (специалистов) хозяйств.

1) обязанности, права, замещение должности, ответственность;

2) общие положения, обязанности, распорядок работы;

3) обязанности, права, должностные оклады, ответственность;

+4) общие положения, обязанности, права, ответственность;

24. *Какие методы основаны на использовании руководителем власти ответственности подчинённых?*

1) экономические;

+2) организационно-административные;

3) социально-психологические.

4) все ответы верны.

25. *Какие методы используются для удовлетворения требований коллектива в целом и личности в частности?*

+1) экономические.

2) социально-психологические

3) организационно-административные

4) дисциплинирующие.

26. *Какие методы целесообразно использовать для повышения эффективности производства в предприятии?*

1) экономические;

2) организационно-административные;

+3) социально-психологические;

4) систему этих методов;

27. *Какие из этих методов необходимо использовать в первую очередь для наведения дисциплины в коллективе?*

1) экономические;

+2) организационно-административные;

3) социально-психологические;

4) материальной мотивации.

28. *Под процессом управления понимается:*

1) изменения, происходящие в результате действий менеджера

2) последовательность выполнения операций при разработке управленческого решения

+3) это непрерывная последовательность взаимосвязанных действий по реализации функций планирования, организации, мотивации, контроля

4) обработка информации для осуществления воздействия субъекта управления на объект управления

29. *Определите, к какому виду организационного воздействия относятся Нормы управляемости:*

+1) нормирование;

2) регламентирование;

3) инструктирование;

4) планирование.

30. *Определите к какому виду организационного воздействия относятся Инструкции по технике безопасности:*

1) регламентирование;

2) нормирование;

+3) инструктирование;

4) целевое планирование.

21. *Определите к какому виду организационного воздействия относятся Должностная инструкция специалиста:*

- 1) нормирование;
- +2) регламентирование;
- 3) инструктирование;
- 4) постановление.

32. *Делегирование полномочий – это:*

- 1) переложение своей ответственности на сотрудников;
- +2) передача задач и полномочий лицу, который принимает на себя ответственность за их выполнение;

- 3) передача обязанностей на нижестоящих руководителей;
- 4) распространение среди сотрудников своих полномочий;

33. *Управленческий труд четко делится на:*

- 1) труд линейного руководителя и труд специалиста;
- 2) труд специалиста и технического исполнителя;
- 3) труд линейного руководителя и технического исполнителя;
- +4) труд линейного руководителя, труд специалиста и технического исполнителя;

34. *Укажите наиболее точное определение понятия «научная организация управленческого труда»*

- 1) это организация рабочих мест и обеспечение нормальных условий труда
- 2) это процесс, имеющий инженерно-технические, экономические, социальные и психофизические аспекты
- +3) это процесс систематического совершенствования существующей его организации на основе широкого использования науки и передового опыта;
- 4) техника личной работы менеджеров

35. *Отбор кадров – это:*

- 1) описание функций и список требуемых качеств работника;
- +2) процесс изучения психологических и профессиональных качеств претендентов с целью установления их пригодности к выполнению служебных обязанностей;
- 3) определение требований к данной работе;
- 4) нет правильного варианта ответа.

36. *Управленческое решение – это:*

- 1) четкая ориентация на достижение отдельной цели или системы целей концентрированное выражение процесса управления на его заключительной стадии.
- +2) обдуманый вывод о необходимости осуществить действия, связанные с достижением целей организации;
- 3) четкие и обоснованные формулировки задач.

37. *Информация – это:*

- 1) степень неопределённости ситуации.
- 2) взаимосвязь управляющей и управляемой систем.
- 3) функционирование прямой и обратной связи.
- +4) совокупность сведений о состоянии управляемой системы.
- 5) форма отражения проблем, по которым разрабатывается управленческое решение.

38. *Неформальный коллектив – это:*

- 1) коллектив, между членами которого существуют непосредственные личные связи;
- +2) коллектив, состоящий из лиц, между которыми помимо служебных, складываются личные связи
- 3) группа лиц, психологически признающих друг друга, придерживающихся общих культурных традиций и норм поведения, объединенных совместной целью и взаимодействующих ради ее достижения.

4) социальный объект – достижения для достижения целей собственника руководителя.

39. *Формальный коллектив – это;*

1) коллектив, между членами которого существуют непосредственные личные связи;

2) коллектив, состоящий из лиц, между которыми помимо служебных, складываются личные связи

+3) группа лиц, психологически признающих друг друга, придерживающихся общих культурных традиций и норм поведения, объединенных совместной целью и взаимодействующих ради ее достижения.

4) социальный объект – достижения для достижения целей собственника руководителя.

40. *Почему концентрация производства требует научно-технических нововведений?*

1) крупному промышленному производству время от времени необходимы научно-технические нововведения;

2) без нововведений постепенно снижается эффективность менеджмента;

+3) нововведения повышают активность работников и их желание более эффективно выполнять порученные задания;

4) этого требуют экономические законы развития производства и общества;

5) таким образом, руководство способствует ограничению эффективности и активизирует научный поиск более совершенных методов производства и управления.

41. *Условия применения предприятием стратегии «погони за лидером» предусматривают*

1) экономию на рекламе+

2) проведение широкой рекламной кампании

3) разработку стратегии продвижения товара

4) имитацию лидера в отношении цены+

5) увеличение количества и качества предлагаемых услуг

6) установление цены ниже, чем у лидера+

42. *Основной конкурент снизил цену на товар, предприятие должно*

1) снизить цену на свой товар

2) выяснить причины снижения цены конкурентом +

3) поднять цену на свой товар

4) оставить цену на прежнем уровне

5) увеличить расходы на рекламу

43. *Основной конкурент повысил цену на товар, предприятия должно*

1) повысить цену на свой товар

2) выяснить причины повышения цены конкурентом+

3) снизить цену на свой товар

4) оставить цену на прежнем уровне

5) увеличить расходы на рекламу

44. *Основная задача исследования конкурентов - это*

1) изучение фирменной структуры рынка

2) обеспечение конкурентного преимущества на рынке+

3) моделирование поведения потребителей на рынке

4) прогноз ожидаемого спроса

5) возможность сотрудничества и кооперации с возможными конкурентами

45. *Предприятие при выборе стратегии дифференцированного маркетинга стремится*

- 1) не учитывать различия между сегментами
- 2) разработать товар отличающийся от продукции конкурентов+
- 3) сконцентрировать внимание и ресурсы на одном сегменте рынка
- 4) охватить достаточно большое количество сегментов с помощью товара одного

вида

- 5) охватить большой рынок с помощью снижения цен

46. *Недостатки стратегии дифференцированного маркетинга - это*

- 1) наличие конкурентов практически в каждом сегменте+
- 2) возможность для стратегических маневров
- 3) снижение угрозы воздействия отдельных рыночных изменений
- 4) создание для конкурентов высоких барьеров при внедрении на рынок
- 5) распыление сил+

47. *Недостатки стратегии концентрированного маркетинга - это*

- 1) необходимость поддержания постоянного контакта с потребителем
- 2) ограниченная емкость сегмента+
- 3) четкое знание запросов потребителей
- 4) стабильность доходов
- 5) небольшие расходы на рекламу

48. *Недостатки стратегии недифференцированного маркетинга - это*

- 1) низкий уровень производственных затрат
- 2) копирование конкурентами методов снижения затрат+
- 3) широкие границы потенциального рынка
- 4) возможность поддержания низких цен на товар
- 5) сложность в разработке новых товаров

49. *Выведение на рынок новых товаров предусматривает стратегии*

- 1) равновесных рыночных цен
- 2) «снятия сливок»+
- 3) демпинговых цен
- 4) «погони за лидером»

50. *Предприятие при ограниченности ресурсов выбирает стратегию*

- 1) массового маркетинга
- 2) дифференцированного маркетинга
- 3) сбытового маркетинга
- 4) концентрированного маркетинга+

51. *Основные условия применения стратегии «снятия сливок»*

- 1) короткий жизненный цикл товара+
- 2) неэластичный спрос
- 3) чувствительность покупателей к цене
- 4) большое количество товаров
- 5) наличие конкурентных товаров
- 6) сегментированный рынок

52. *Что является основным в определении сути маркетинга?*

- 1) сбыт товаров
- 2) снижение издержек производства
- 3) установление цен на товары
- 4) удовлетворения потребностей потребителей+

53. *Какая из перечисленных ориентаций коммерческой деятельности соответствует современной концепции маркетинга?*

- 1) товарная ориентация
- 2) производственная ориентация

- 3) сбытовая ориентация
 - 4) ориентация на потребителя, общество в целом+
54. *Объектами маркетинга являются:*
- 1) товары
 - 2) услуги
 - 3) фирмы
- г) все вышеперечисленные ответы+
55. *Какие из перечисленных видов деятельности лежат вне сферы маркетинга:*
- 1) маркетинговые исследования;
 - 2) инвентарный контроль+
 - 3) товарная политика
 - 4) создание рекламного обращения
56. *Основными составными частями комплекса маркетинга являются:*
- 1) товар, цена, продвижение товара, распространение+
 - 2) товар, стимулирование сбыта, реклама
 - 3) сбыт товара, ценообразование, продвижение
 - 4) планирование продукции, определение цены, использование товарных знаков
57. *С точки зрения маркетинга товар – это:*
- 1) результат исследований, разработок и производства
 - 2) продукт труда предназначен для продажи
 - 3) все, что предлагается на рынке с целью удовлетворения потребностей потребителей+
 - 4) все товары на предприятиях
58. *Позиционирование товара – это:*
- 1) сегментирование рынка
 - 2) определение уровня восприятия потребителями идеи нового товара
 - 3) поиски достойного места товара на рынке, исходя из его принятия потребителями+
 - 4) выбор целевого рынка
59. *Комплекс маркетинговых коммуникаций включает:*
- 1) рекламу, пропаганду, персональная продажа и систему скидок
 - 2) рекламу, персональную продажу, пропаганду и стимулирование сбыта+
 - 3) рекламу, public relations, стимулирование сбыта и пропаганду
 - 4) рекламу, выставки, презентации, конкурсы
60. *Макросреда маркетинга обусловлена:*
- 1) Мировой ситуацией на рынке сырья и трудовых ресурсов
 - 2) Экономико-политической ситуацией, состоянием культуры, экологии, демографии, права, развитием науки и техники+
 - 3) Предпочтениями потребителей в конкретный период времени

Критерии оценки тестовых заданий

Пример оценки тестовых заданий может определяться по формуле:

$$оц.тестир = \frac{\text{Число правильных ответов}}{\text{Всего вопросов в тесте}} * 4 \quad (3)$$

Где *Оц.тестир*, - оценка за тестирование.

Оценка за тест используется как составная общей оценки за курс, как указано в примере п.3.1.