

**Министерство сельского хозяйства Российской Федерации**

**Трубчевский филиал ФГБОУ ВО Брянский ГАУ**

**Сидоренко Л.М.**

# **УЧЕБНО – МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС**

**по дисциплине**

**ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

**Учебно – методическое пособие**

**Трубчевск 2017 г.**

УДК 33(07)  
ББК 65  
С 34

Сидоренко, Л.М. УМК по дисциплине Основы экономики, менеджмента и маркетинга: учебно – методическое пособие / Л.М. Сидоренко – Брянск: Издательство Брянского ГАУ, 2017. – 115 с.

Рецензент: Пиреева С.И. преподаватель Трубчевского филиала ФГБОУ ВО Брянский ГАУ, высшая категория.

Учебно-методический комплекс (УМК) по дисциплине Основы экономики, менеджмента и маркетинга подготовлен на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 35.02.15 Кинология.

УМК включает в себя нормативную документацию, рабочую программу учебной дисциплины, курс лекций, практикум по дисциплине, методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся, задания для творческой деятельности обучающихся, банк тестовых заданий, ответы и решения к практическим, контрольным и самостоятельным работам, а также материалы, устанавливающие содержание и порядок проведения промежуточной аттестации.

УМК предназначен для преподавателей, ведущих учебные занятия по дисциплине Основы экономики, менеджмента и маркетинга в ССУЗах и обучающихся по специальности 35.02.15 Кинология.

УМК по дисциплине Основы экономики, менеджмента и маркетинга рекомендованы к изданию по решению методического Совета филиала, протокол № 3 от 17.04.2017 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

	Аннотация	4
1.	Нормативная и учебно – методическая документация	4
1.1.	Выписка из ФГОС СПО	4
2.	Объем дисциплины. Календарно – тематический план дисциплины	5
3.	Рабочая программа дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга	16
4.	Поурочные планы	27
5.	Контрольно – измерительные материалы дисциплины	48
6.	Методические рекомендации преподавателям по общим вопросам преподавания дисциплины	79
7.	Методические рекомендации для обучающихся по изучению дисциплины	83
8.	Методические рекомендации по самостоятельной работе обучающихся	88
9.	Методические рекомендации по выполнению практических работ	92
10.	Методические рекомендации по выполнению контрольной работы по дисциплине при заочной форме обучения	107
11.	Конспект лекций по дисциплине Основы экономики, менеджмента и маркетинга	109
12.	Материально – техническое обеспечение дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга	109
13.	Информационное обеспечение дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга	109
14.	Приложения	110
	Приложение 1. Глоссарий	110
	Приложение 2. Конспект лекций	115

## АННОТАЦИЯ

Учебно-методический комплекс (УМК) по дисциплине Основы экономики, менеджмента и маркетинга подготовлен на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 35.02.15 Кинология.

УМК включает в себя нормативную документацию, рабочую программу учебной дисциплины, поурочные планы, практикум по дисциплине, методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся, задания для творческой деятельности обучающихся, банк тестовых заданий, ответы и решения к практическим, контрольным и самостоятельным работам, а также материалы, устанавливающие содержание и порядок проведения промежуточной аттестации.

УМК предназначен для преподавателей, ведущих учебные занятия по дисциплине Основы экономики, менеджмента и маркетинга в ССУЗах и обучающихся по специальности 35.02.15 Кинология.

## 1. НОРМАТИВНАЯ И УЧЕБНО – МЕТОДИЧЕСКАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

### 1.1. Выписка из Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 35.02.15 Кинология

Индекс	Наименование циклов, разделов, модулей, требования к знаниям, умениям, практическому опыту	Всего максимальной учебной нагрузки обучающегося	В т.ч. часов обязательных учебных занятий	Индекс и наименование дисциплин, междисциплинарных курсов (МДК)	Коды формируемых компетенций
	<p><b>уметь:</b>                      рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;                      применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;                      анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;</p> <p><b>знать:</b>                      основные положения экономической теории;                      принципы рыночной экономики;                      современное состояние и перспективы развития сельского хозяйства и ветеринарии;                      роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;                      механизмы ценообразования на продукцию (услуги);                      формы оплаты труда;                      стили управления, виды коммуникации;                      принципы делового общения в коллективе;                      управленческий цикл;                      особенности менеджмента в области ветеринарии;                      сущность, цели, основные принципы и</p>	69	46	ОП.07. Основы экономики, менеджмента и маркетинга	<b>ОК 1-09</b> <b>ПК 1.1-1.5</b> <b>ПК 2.1-2.5</b> <b>ПК 3.1-3.6</b> <b>ПК 4.1-4.3</b> <b>ПК 5.1-5.7</b>

функции маркетинга, его связь с менеджментом; формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации				
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--

## 2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ. КАЛЕНДАРНО – ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
Трубчевский аграрный колледж –  
филиал ФГБОУ ВО «Брянский государственный аграрный университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Заместитель директора  
по учебной работе  
«\_\_»\_\_\_\_\_20\_\_г.

### КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Дисциплина «**Основы экономики, менеджмента и маркетинга**»  
(наименование дисциплины)

Специальность (профессия) **35.02.15 Кинология**

Составлен в соответствии с рабочей программой дисциплины, утверждённой *ЦМК общих гуманитарных, социально – экономических и естественнонаучных дисциплин*

Рассмотрен на заседании цикловой методической комиссии (*ЦМК*) *общих гуманитарных, социально – экономических и естественнонаучных дисциплин*

Протокол №\_\_ от «\_\_»\_\_\_\_\_20\_\_г.

Председатель цикловой методической комиссии \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

#### Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

Курс, семестр	Учебная нагрузка обучающихся (час.)						
	Максимальная учебная нагрузка	Самостоятельная работа обучающегося	Обязательная аудиторная нагрузка				
			Всего часов	в т.ч.			
				теоретические занятия	лабораторные работы	практические занятия	курсовая работа (проект) (для СПО)
1	2	3	4	5	6	7	8
4,7	69	23	48	38	0	10	0
ВСЕГО	69	23	48	38	0	10	0

Содержание обучения по учебной дисциплине Основы экономики, менеджмента и маркетинга

№ занятия	Наименование разделов, тем, занятий	Обязательная учебная нагрузка		Материальное и информационное обеспечение занятий (№ позиций из таблица 2а, 2б, 2в)	Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся			Прим.	
		Кол-во часов	Вид занятия		вид задания	информационное обеспечение (№ позиций из таб. 2б, 2в)	кол-во часов		Формы и методы контроля
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	<b>Раздел 1. Экономика и ее роль в жизни общества.</b>	<b>11</b>		№1, №3 -2а					
1.	<b>Тема 1.1. Экономика как хозяйственная деятельность и как наука</b> Экономика как хозяйственная деятельность и как наука. Главное назначение хозяйственной деятельности	2	Вводный урок	№1, №2, №3 – 2а ОИ – 4 стр. 7 - 11; 28-32. И-Р 5				<i>Устный опрос</i> <i>Письменный опрос</i> <i>Оценка выполнения самостоятельной работ</i>	
2.	<b>Тема 1.2. Собственность и ее виды.</b> Собственность как основа социально – экономических отношений между людьми. Отношения собственности. Права собственников и их закрепление в законодательстве страны. Охрана государством прав собственников.	2	Лекция	№2 №3, - 2а ОИ 4. стр. 61 - 69, И-Р 4, И-Р 5				<i>Письменный опрос</i> <i>Оценка выполнения самостоятельной работы</i>	
	История экономических учений Коренное преобразование государственной собственности в 1990-х годах в России.				Подготовить рефераты	ОИ 3. стр . ОИ 8. стр. 196-218; И-Р 4, И-Р 1	2		

3.	<p><b>Тема 1.3.</b>  <b>Организация хозяйственной деятельности.</b>          Типы организации хозяйства: натуральное и товарное производство. Их роль в решении хозяйственных задач: какие блага, как и для кого производить.          Сравнительный анализ натурального и товарного производства. Социально – экономическая сущность организаций как субъектов хозяйствования.          Классификация хозяйствующих субъектов.</p>	2	Комбинированный урок	2а - №1, №2, №3; ОИ 4, стр. 28-32, ОИ 8, стр. 16-17; И-Р 4, И-Р 1	ОИ 3, стр. 8-23,	Устный опрос Оценка выполнения самостоятельной и практической работ
4.	<p>Сравнительный анализ форм собственности организаций, имеющих различные организационно – правовой статус.</p> <p>Разделение труда и его связь с научно – техническим прогрессом.          Эффективность разделения труда.          Формы современного общественного разделения труда.          Инвестиции и инвестиционные процессы в экономике</p>	2	Практическая работа	Подготовить доклады	ОИ 4 стр. 32 – 39; И-Р 4, И-Р 1	1

5.	<p><b>Раздел 2. Микроэкономика</b></p> <p><b>Тема 2.1. Сущность и принципы рыночной экономики.</b>  Теория поведения потребителя.  Воздействие «Эффекта замещения» и «Эффекта дохода» на кривую спроса.  Современный рынок как единая совокупность особых отраслей торговой деятельности.  Свободное развитие рынка и его регулирование. Зарождение рыночного обмена товаров и возникновение денег.  История развития денег (товарные деньги, золотой стандарт, современные денежные средства, электронные деньги).</p>	10	2	Комбинированный урок	2а - №1, №3; ОИ 2. стр. 70-76, ОИ 4., стр. 77 – 88 ОИ 6; И-Р 1, И-Р 5,	Подготовить сообщение	ДИ 7, ДИ 8 И-Р 2, И-Р 5,	1	Фронтальный опрос, Оценка выполнения самостоятельной работы
6.	<p><b>Тема 2.2. Механизм рыночного ценообразования.</b>  Экономическая сущность и функции цен. Ценообразование как факторы производства. Рыночная цена и ее воздействие на индивидуальный спрос покупателя и индивидуальное предложение продавца. Виды цен.  Землевание и землепользование.  Равновесие на рынке земли. Цена земли</p>	10	2	Комбинированный урок	2а - № 1, № 2, №3 ОИ 4. стр. 80 - 84; 162 - 163 ДИ 7; И-Р 4, И-Р 1	Подготовить доклад	ДИ 2 И-Р 4, И-Р 1	2	Устный опрос Оценка выполнения самостоятельной и практической работ

<p>7.</p> <p><b>Тема 2.3. Рыночная структура несовершенной конкуренции</b></p> <p>Классификация рыночных структур. Конкуренция: ее сущность и формы. Чистая конкуренция. Монополистическая конкуренция. Причины образования и виды монополий. Абсолютная монополия и коренное изменение механизма образования рыночных цен. Олигополия. Антимонопольное регулирование.</p> <p>Новое во взаимосвязи конкуренции и монополии во второй половине XX века. Монополистическая конкуренция и олигополия. Неценовая конкуренция.</p> <p>Россия: путь к современному развитию рынка.</p>	<p>2</p> <p>Урок изучения и усвоения новых знаний</p>	<p>2а - № 1, № 2, № 6, № 5; ОИ 4. стр. 109 - 124; ОИ 6; ДИ 2</p>	<p>Подготовить реферат</p>	<p>ОИ 8. И-Р 4, И-Р 1</p>	<p>1</p>	<p><i>Фронтальный опрос</i> <i>Устный опрос</i> <i>Оценка выполнения самостоятельной работы</i></p>
<p><b>Раздел 3. Макроэкономика</b></p>	<p>5</p>					
<p>8.</p> <p><b>Тема 3.1. Цикличность развития рыночной экономики</b></p> <p>Циклическое развитие национального хозяйства. Особенности экономических кризисов Безработица и занятость населения. Причины и виды безработицы. Государственная политика занятости населения. Инфляция и устойчивость денежного</p>	<p>2</p> <p>Комбинированный урок</p>	<p>2а - № 1, № 2, № 3, № 6; ОИ 4. стр. 228 - 237; ИО 2; ДИ 10; И-Р 4</p>				<p><i>Письменный опрос</i> <i>Устный опрос, фронтальный опрос, опорный конспект</i> <i>Оценка выполнения самостоятельной и практической работ</i></p>

9.	<p>обращения. Уровень инфляции. Пути снижения уровня инфляции.</p> <p>Определения уровня безработицы и уровня инфляции.</p> <p>Особенности форм организации труда и управления в государственном секторе страны.</p> <p>Основные направления экономической политики государства.</p> <p>Угрозы экономической безопасности страны и меры по их преодолению.</p> <p>Новые показатели макроэкономики</p>	2	Практическая работа		Подготовить опорный конспект	ОИ 6. ИО 2 ДИ 11. И-Р 4	1			
	<b>Раздел 4. Управление организацией. Менеджмент.</b>	<b>22</b>								
10.	<p><b>Тема 4.1. Функции и принципы менеджмента</b></p> <p>Сущность менеджмента. Понятие цикла менеджмента. Сущность и взаимосвязь функций управления: планирование, организация, мотивация, контроль.</p> <p>Сущность стратегического, тактического и оперативного планирования. Организация реализации стратегии. Мотивация трудовой деятельности.</p> <p>Контроль как функция управления. Конкретные функции управления их зависимость от объекта деятельности. Принципы менеджмента.</p>	2	Лекция	2а- № 1, № 2, № 3, № 4;  ОИ 5. стр. 212, ОИ 1. стр.18 - 24; ДИ 5; И-Р 2, И-Р 4,		ОИ -2 стр. 147 -157 ИР - 1	1		Тестирование, письменный опрос Оценка выходящей самостоятельной работы	

11.	<p><b>Тема 4.2. Значение управленческих решений</b></p> <p>Понятие управленческого решения. Необходимость решений в управленческой деятельности. Виды и классификация управленческих решений. Этапы разработки и принятия управленческих решений. Организация исполнения принятого решения. Факторы оказывающие влияние на процесс принятия решения.</p>	2	Комбинированный урок	2а- № 1, № 2, № 3, № 4; ИО 1 стр. 190 - 228; ДИ 6 стр. 254 - 276 ОИ – 5 стр.212 -247	Подготовить реферат,	И - Р 1; И – Р 5	2	Фронтальный опрос Оценка выполнения самостоятельной и практической работ
12.	<p>Разработка альтернатив решения по заданной проблеме в условиях определенности, риска и неопределенности. Установление критериев и выбор наилучшего варианта.</p> <p>Организация реализации принятого решения, оперативная работа по выполнению решений, подведение итогов реализации решений</p>	2	Практическая работа					
13.	<p><b>Тема 4.3. Руководство, власть и партнерство.</b></p> <p>Сущность и классификация методов управления. Характеристика экономических методов. Сущность административных методов управления. Реализация власти в управлении. Руководство, власть и партнерство. Виды авторитета</p>	2	Комбинированный урок	2а- № 4, № 1, № 2, № 3; № 6  ОИ 5, стр. 160-172, ОИ 1. стр. ДИ 2; И-Р 5, И-Р 4,				Тестирование, Фронтальный опрос. Письменный опрос Оценка выполнения самостоятельной и практической работ

14.	<p>Анализ конкретного примера. Определение системы методов управления в организации.</p> <p>Обзор периодической печати по направлению: «Особенности проявления экономических, административных и социально-психологических методов управления в кинологических организациях»</p>	2	Практическая работа		Подготовить реферат, составить таблицу	ОИ 1. стр. 389 – 399; И-Р 1, И-Р 5	2	
15.	<p><b>Тема 4.4. Стили управления.</b></p> <p>Стили управления и факторы их формирования. Характеристика авторитарного, демократического, либерального стили управления. Преимущества и недостатки различных стилей управления. Взаимосвязь стилей и методов управления.</p> <p>Методы управления: административно-организационные, экономические и социально-психологические. Авторитет, виды, составляющие авторитета. Власть, типы власти</p>	2	Комбинированный урок	2а - № 3, № 1, № 2; ОИ 3, стр. 182-190;; ДИ 2; И-Р 13, И-Р 14	Подготовить реферат	ДИ 7. стр. 117-128, 283-290	2	<p>Тестирование</p> <p>Письменный опрос</p> <p>Устный опрос</p> <p>Оценка выполнения самостоятельной работы</p>
16.	<p><b>Тема 4.5. Коммуникативность и общение.</b></p> <p>Понятие коммуникационный процесс, понятие коммуникации. Классификация коммуникационных сообщений. Уровни и система коммуникации. Информация и ее виды, функциональная, координационная, оценочная. Управ-</p>	2	Комбинированный урок	2а - № 1, № 2, № 4; ОИ 1. стр. , ОИ 5. стр. ; И-Р 1, И-Р 2, И-Р 5				<p>Тестирование</p> <p>Устный опрос</p> <p>Составление опорного конспекта</p> <p>Оценка выполнения самостоя-</p>

	ленческое общение его Вербальные и невербальные методы делового общения. Деловая корреспонденция. Функции и назначения. Принципы делового общения.							Подготовить сообщение	ДИ 3. ДИ 4. И-Р 1, И-Р 5	2	стойательной работы
	<b>Раздел 5. Основы маркетинга.</b>	<b>23</b>									
17.	Основные понятия маркетинговых исследований. Правила и процедуры маркетинговых исследований. Методы маркетинговых исследований. Направления исследований в маркетинге. Этапы маркетинговых исследований.	2	Лекция	2а - № 1, № 2, № 3; № 5							Устный опрос Оценка выполнения самостоятельной работы
18.	Основные понятия маркетинговых исследований. Правила и процедуры маркетинговых исследований. Методы маркетинговых исследований. Направления исследований в маркетинге. Этапы маркетинговых исследований. Опыт организации маркетинговых исследований	2	Комбинированный урок				Подготовить сообщение	И-Р 2, И-Р 5; ОИ 7 стр.114 - 138	2		
19.	<b>Тема. 5.2. Организация маркетинговых исследований в сфере товаров и услуг</b> Основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом. Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации. Виды проектов маркетинговых исследований	2	Урок усвоения новых знаний	2а- № 1, № 2, № 3; № 5 ОИ 7 стр. 9 -20							Тестирование Фронтальный опрос Оценка выполнения самостоятельной работы

20.	Реклама, виды рекламы. Функции рекламы. Специфика маркетинговых исследований в кинологических службах Методы маркетинговых исследований	2	Комбинированный урок	2а- № 1, № 2, № 3; № 5 ИО 7 стр. 40 - 46; ИО 7 стр. 114 - 117	Подготовить презентацию	И-Р 2, И-Р 3 ОИ 7 стр. 11- 16	3	Устный опрос Решение задач Оценка выполнения практической работы	
21.	<b>Тема. 5.3. Маркетинговая информация и ее источники.</b> Виды маркетинговой информации, первичная и вторичная информация. Подходы к получению данных. Методы сбора, анализа и обработки данных. Исследование товаров, потребителей, конкурентов	2	Комбинированный урок	2а- № 1, № 2, № 3; № 6 ИО 7 стр. 46 – 53; 54 – 64; 90 - 97					
22.	Составление анкет по изучению покупательского спроса кинологических услуг	2	Практическая работа						
23.	<b>Тема. 5.4. Принятие маркетинговых решений.</b> Принятие решений о выборе сегмента рынка. Выбор стратегии охвата рынка. Оценка уровня конкурентоспособности продукции организации. Позиционирования товара на рынке. Подготовка отчета о маркетинговых исследованиях. Особенности развития маркетинга Содержание маркетинговой деятельности Эволюция маркетинговых структур и структур управления предприятием	2	Комбинированный урок	2а - № 1, № 2, № 3; № 5 ОИ 7 стр. 145 - 154	Подготовить сообщения	И-Р 2; ОИ 7 стр. 160 - 172	2	Устный опрос Тестирование Фронтальный опрос Оценка выполнения самостоятельной работы	

### 3. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

СОГЛАСОВАНО: РАССМОТРЕНО: УТВЕРЖДАЮ:  
Зав. библиотекой на заседании Зам. Директора  
\_\_\_\_\_ ЦМК общих гуманитарных, по учебной рабо-  
« » \_\_\_\_\_ г. социально – те \_\_\_\_\_  
экономических, естественнонаучных \_\_\_\_\_ г.  
дисциплин  
Протокол № \_\_ от «\_\_»\_\_ г.  
Председатель \_\_\_\_\_

Рабочая программа дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 35.02.15 Кинология. В рабочей программе дается описание основных знаний, умений и компетенций дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга, приводится почасовое планирование теоретических, практических и самостоятельных занятий, дан перечень материально – технического оснащения, литературных источников, необходимых для успешного изучения дисциплины в системе среднего профессионального образования.

#### СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт рабочей программы дисциплины
2. Структура и содержание дисциплины
3. Условия реализации рабочей программы дисциплины
4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины

#### **1. Паспорт программы дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга**

##### **1.1. Область применения программы:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО входящей в состав укрупненной группы специальностей 35.00.00 «Сельское, лесное и рыбное хозяйство», по направлению подготовки 35.02.15 «Кинология».

**1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** Профессиональный цикл

##### **1.3. Цели и задачи дисциплины, требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:  
рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;  
применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;  
анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;  
В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**:  
основные положения экономической теории;  
принципы рыночной экономики;  
современное состояние и перспективы развития сельского хозяйства и ветеринарии;  
роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;  
механизмы ценообразования на продукцию (услуги);  
формы оплаты труда;

стили управления, виды коммуникации;  
принципы делового общения в коллективе;  
управленческий цикл;  
особенности менеджмента в области ветеринарии;  
сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;  
формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации;  
ориентироваться в вопросах экономической теории в современных условиях.

В результате освоения дисциплины формируются **компетенции**:

ОК1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

В процессе изучения дисциплины формируются профессиональные компетенции:

ПК 1.1. Обеспечивать уход за собаками с использованием необходимых средств и инвентаря.

ПК 1.2. Проводить кормление собак с учетом возраста, породы и видов служб.

ПК 1.3. Проводить выгул собак.

ПК 1.4. Под руководством ветеринарных специалистов участвовать в проведении противозoonотических мероприятий.

ПК 1.5. Выполнять лечебные назначения по указанию и под руководством ветеринарных специалистов.

ПК 2.1. Планировать опытно-селекционную работу.

ПК 2.2. Отбирать собак по результатам бонитировки для улучшения рабочих и породных качеств.

ПК 2.3. Закреплять желаемые рабочие и породные качества в последующих поколениях, в том числе с применением инбридинга и гетерозиса.

ПК 2.4. Применять технику и различные методы разведения собак.

ПК 2.5.. Ухаживать за молодняком.

ПК 3.1. Готовить собак по общему курсу дрессировки.

ПК 3.2. Готовить собак по породам и видам служб.

ПК 3.3. Проводить подготовку собак по специальным курсам дрессировки.

ПК 3.4. Проводить прикладную подготовку собак.

ПК 3.5. Проводить тестирование собак по итогам подготовки.

ПК 3.6. Использовать собак в различных видах служб.

ПК 4.1. Организовывать и проводить испытания собак.

ПК 4.2. Организовывать и проводить соревнования собак.

ПК 4.3. Проводить экспертизу и бонитировку собак.

ПК 5.1. Участвовать в планировании основных показателей деятельности по оказанию

услуг в области кинологии.

ПК 5.2 .Планировать выполнение работ исполнителями.

ПК 5.3 Организовывать работу трудового коллектива.

ПК 5.4.Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями.

ПК 5.5. Изучать рынок и конъюнктуру услуг в области кинологии.

ПК 5.6. Участвовать в выработке мер по оптимизации процессов оказания услуг в области профессиональной деятельности.

ПК 5.7. Вести утвержденную учетно-отчетную документацию.

#### **1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося 69 часов,

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 46 часов;

самостоятельной работы обучающегося 23 часа.

## **2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>69</b>
<b>Обязательная, аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>46</b>
в том числе:	
практические занятия	<b>10</b>
контрольные работы	
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>23</b>
в том числе: сообщения, рефераты, презентации, опорные конспекты, решение практических задач.	
<i>Промежуточная аттестация в форме</i>	<b><i>Дифференцированный зачет</i></b>

2.2. Тематический план и содержание дисциплины  
**Основы экономики, менеджмента и маркетинга**

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1.	Экономика и ее роль в жизни общества.	10	
Тема 1.1 Экономика как хозяйственная деятельность и как наука	1 Экономика как хозяйственная деятельность и как наука. Главное назначение хозяйственной деятельности.	2	1
Тема 1.2. Собственность и ее виды.	Содержание учебного материала 1 Собственность как основа социально – экономических отношений между людьми. Отношения собственности. Права собственников и их закрепление в законодательстве страны. Охрана государством прав собственников.	2	2
	Самостоятельная работа Экономическая теория и прикладная экономика. История экономических учений Коренное преобразование государственной собственности в 1990-х годах в России.	1	
Тема 1.3. Организация хозяйственной деятельности.	Содержание учебного материала 1 Типы организации хозяйства: натуральное и товарное производство. Их роль в решении хозяйственных задач: какие блага, как и для кого производить. Сравнительный анализ натурального и товарного производства. Социально – экономическая сущность организаций как субъектов хозяйствования. Классификация хозяйствующих субъектов.	2	1

	<b>Практическая работа</b>		2	
	<b>1</b>	Сравнительный анализ форм собственности организаций, имеющих различные организационно – правовой статус.		
	<b>Самостоятельная работа</b> Разделение труда и его связь с научно – техническим прогрессом. Эффективность разделения труда. Формы современного общественного разделения труда. Инвестиции и инвестиционные процессы в экономике		1	
	<b>Раздел 2.</b>	<b>Микроэкономика</b>	9	
<b>Тема 2.1.</b> <b>Сущность и принципы рыночной экономики.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		2	2
	Современный рынок как единая совокупность особых отраслей торговой деятельности. Свободное развитие рынка и его регулирование. Зарождение рыночного обмена товаров и возникновение денег. История развития денег (товарные деньги, золотой стандарт, современные денежные средства, электронные деньги).			
	<b>Самостоятельная работа</b> Теория поведения потребителя. Воздействие «Эффекта замещения» и «Эффекта дохода» на кривую спроса.		1	
	<b>Тема 2.2.</b> <b>Механизм рыночного ценообразования.</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Экономическая сущность и функции цен. Ценообразование как факторы производства. Рыночная цена и ее воздействие на индивидуальный спрос покупателя и индивидуальное предложение продавца. Виды цен.	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b> Землепользование и землепользование. Равновесие на рынке земли. Цена земли		1	

<b>Тема 2.3. Рыночная структура несовершенной конкуренции</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		2	
	<b>1</b>	Классификация рыночных структур. Конкуренция: ее сущность и формы. Чистая конкуренция. Монополистическая конкуренция. Причины образования и виды монополий. Абсолютная монополия и коренное изменение механизма образования рыночных цен. Олигополия. Антимонополистическое регулирование.		1
<b>Раздел 3..</b>	<b>Самостоятельная работа</b> Новое во взаимосвязи конкуренции и монополии во второй половине XX века. Монополистическая конкуренция и олигополия. Неценовая конкуренция. Россия: путь к современному развитию рынка.		1	
	<b>Макроэкономика.</b>		5	
<b>Тема 3.1. Цикличность развития рыночной экономики</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		2	
	<b>1</b>	Циклическое развитие национального хозяйства. Особенности экономических кризисов Безработица и занятость населения. Причины и виды безработицы. Государственная политика занятости населения. Инфляция и устойчивость денежного обращения. Уровень инфляции. Пути снижения уровня инфляции.		2
	<b>Практические занятия</b>		2	
	Определения уровня безработицы и уровня инфляции.			
	<b>Самостоятельная работа</b> Особенности форм организации труда и управления в государственном секторе страны. Основные направления экономической политики государства. Угрозы экономической безопасности страны и меры по их преодолению. Новые показатели макроэкономики		1	

<p><b>Раздел 4.</b> <b>Управление организацией.</b> <b>Менеджмент.</b></p>		<p><b>24</b></p>	<p><b>2</b></p>
<p><b>Тема 4.1.</b> <b>Функции и принципы менеджмента</b></p>	<p><b>Содержание учебного материала</b></p> <p>Сущность менеджмента. Понятие цикла менеджмента. Сущность и взаимосвязь функций управления: планирование, организация, мотивация, контроль. Сущность стратегического, тактического и оперативного планирования. Организация реализации стратегии. Мотивация трудовой деятельности. Контроль как функция управления. Конкретные функции управления их зависимость от объекта деятельности. Принципы менеджмента.</p>	<p>4</p>	<p>1</p>
<p><b>Тема 4.2.</b> <b>Значение управленческих решений</b></p>	<p><b>Содержание учебного материала</b></p> <p>Понятие управленческого решения. Необходимость решений в управленческой деятельности. Виды и классификация управленческих решений. Этапы разработки и принятия управленческих решений. Организация исполнения принятого решения. Факторы оказывающие влияние на процесс принятия решения.</p> <p><b>Практическая работа</b></p> <p>Разработка альтернатив решения по заданной проблеме в условиях определенности, риска и неопределенности. Установление критериев и выбор наилучшего варианта.</p> <p><b>Самостоятельная работа</b></p> <p>Организация реализации принятого решения, оперативная работа по выполнению решений, подведение итогов реализации решений</p>	<p>2</p>	<p>2</p>
<p><b>Тема 4.3.</b> <b>Руководство, власть и партнерство.</b></p>	<p><b>Содержание учебного материала</b></p> <p>Сущность и классификация методов управления. Характеристика экономических методов. Сущность административных методов управления. Реализация власти в управлении. Руководство, власть и партнерство. Виды авторитета</p>	<p>2</p>	<p>2</p>

	<p style="text-align: center;"><b>Практическая работа</b></p> <p>Анализ конкретного примера. Определение системы методов управления в организации.</p>	2	
	<p style="text-align: center;"><b>Самостоятельная работа</b></p> <p>Обзор периодической печати по направлению: «Особенности проявления экономических, административных и социально-психологических методов управления в муниципальных образованиях».</p>	2	2
<p><b>Тема 4.4. Стили управления.</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Содержание учебного материала</b></p> <p>Стили управления и факторы их формирования. Характеристика авторитарного, демократического, либерального стили управления. Преимущества и недостатки различных стилей управления. Взаимосвязь стилей и методов управления.</p>	2	
<p><b>Тема 4.5. Коммуникативность и общение.</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Самостоятельная работа</b></p> <p>Методы управления: административно-организационные, экономические и социально-психологические. Авторитет, виды, составляющие авторитета. Власть, типы власти.</p> <p style="text-align: center;"><b>Содержание учебного материала</b></p> <p>Понятие коммуникационный процесс, понятие коммуникации. Классификация коммуникационных сообщений. Уровни и система коммуникации. Информация и ее виды, функциональная, координационная, оценочная. Управленческое общение его функции и назначения. Принципы делового общения.</p>	2	2
	<p style="text-align: center;"><b>Самостоятельная работа</b></p> <p>Вербальные и невербальные методы делового общения. Деловая корреспонденция.</p>	2	

<b>Раздел 5.</b>	<b>Основы маркетинга</b>	<b>23</b>	
<b>Тема. 5.1.</b> <b>Основные направления и этапы маркетинговых исследований.</b>	Основные понятия маркетинговых исследований. Правила и процедуры маркетинговых исследований. Методы маркетинговых исследований. Направления исследований в маркетинге. Этапы маркетинговых исследований. <b>Самостоятельная работа</b> Опыт организации маркетинговых исследований	4	1
<b>Тема. 5.2.</b> <b>Организация маркетинговых исследований в сфере товаров и услуг</b>	<b>Содержание учебного материала</b> 1 Основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом. Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации. Виды проектов маркетинговых исследований 2 Реклама, виды рекламы. Функции рекламы. Специфика маркетинговых исследований в кинологических службах Методы маркетинговых исследований	4	2
<b>Тема. 5.3.</b> <b>Маркетинговая информация и ее источники.</b>	<b>Содержание учебного материала</b> 1 Виды маркетинговой информации, первичная и вторичная информация. Подходы к получению данных. Методы сбора, анализа и обработки данных. Исследование товаров, потребителей, конкурентов. <b>Практическая работа</b> Составление анкет по изучению покупательского спроса кинологических услуг	2	2
<b>Тема. 5.4.</b> <b>Принятие маркетинговых решений.</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Принятие решений о выборе сегмента рынка. Выбор стратегии охвата рынка. Оценка уровня конкурентоспособности продукции организации. Позиционирования товара на рынке. Подготовка отчета о маркетинговых исследованиях. <b>Самостоятельная работа</b> Особенности развития маркетинга Содержание маркетинговой деятельности Эволюция маркетинговых структур и структур управления предприятием.	2	2
<b>Всего</b>		<b>69</b>	

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета **социально-экономических дисциплин**.

Оборудование учебного кабинета: аудиторная мебель, тематические стенды, справочная литература.

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением и мультимедиа проектор.

#### 3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

### СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

1. Дробышевская Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: Учебное пособие / Л.А. Дробышева – 5-е изд. – М.: издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2017. – 152 с.
2. Кнышева Е.Н. Маркетинг. - М.: Форум, 2012.- Уч. пособие
3. Менеджмент: учеб. и практикум для СПО/ под ред. А.Л. Гапоненко.- М.: Юрайт, 2015
4. Куликов Л.М. Основы экономической теории: учеб. пособие для СПО.- М.: Юрайт, 2015
5. Казначевская Г.Б. Экономическая теория.- Ростов н/Д., 2010.- Учебник

Дополнительная литература

1. Кнышова Е.Н. Менеджмент. - М.: Форум, 2010.- Уч. пособие
2. Лебедева О.А. Маркетинговые исследования рынка. - М.: Форум, 2011.- Учебник
3. Напёров В.А. Увлекательный менеджмент.- М.: Педагогическое общество России, 2007. – 192 с
4. Басовский Е.Л. Маркетинг. - М.: Инфра, 2003.- Учебник
5. Мурахтанова Н. М. Маркетинг. - М.: Академия, 2002. - Учебное пособие
6. Кнышов Е.Н. Маркетинг, - М.: ФОРУМ, 2004. - Учебное пособие
7. Барышев А.Ф. Маркетинг. - М.: Академия. – 2000. Учебник
8. Кудина М.В. Основы экономики.- М. ИД ФОРУМ-ИНФРА, 2008.- Учебник
9. Слагода В.Г. Основы экономики.- М.: ИНФРА- ФОРУМ, 2003.- Учебник.

Электронный ресурс

ЭБС «Лань» договор №040 от 30.03.2015

ЭБС «Лань», соглашение № 519/10 от 25.10.2015г

ЭБС «РУКОНТ» № 039 от 31.03.2015

ЭБС «Информо» -СУЗ договор № Б 154 от 08.06.2015.

Интернет-ресурсы

1. Aup.ru- Административно - управленческий портал [Электронный ресурс]: сайт // Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/i000.htm> - Дата обращения: 10.06.2015
2. Galyautdinov.ru – Сайт преподавателя экономики <http://galyautdinov.ru/post/economics-vvedenie>. Дата обращения: 12.06.2015
3. Marketing.spb.ru – Энциклопедия маркетинга - [Электронный ресурс]: сайт // Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>- Дата обращения: 12.06.2015
4. Cfin.ru – Корпоративный менеджмент - [Электронный ресурс]: сайт // Режим доступа: <http://www.cfin.ru>- Дата обращения: 12.06.2015
5. Galyautdinov.ru – Сайт преподавателя экономики <http://galyautdinov.ru/post/economics-vvedenie>. Дата обращения: 12.06.2015
6. Grandars.ru- Экономическая теория [http://www.grandars.ru /student/ekonomicheskaya-teoriya/napravleniya-ekonomicheskoy-teorii.html](http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/napravleniya-ekonomicheskoy-teorii.html). Дата обращения: 12.06.2015
7. Bgsha.com - Научный журнал «Вестник Брянской ГСХА» [Электронный ресурс]: сайт // Режим доступа: <http://www.bgsha.com/ru/bulletin-BGSHA/> Дата обращения: 23.06.2015

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения индивидуальных заданий, решения практических задач.

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
<b>Умения:</b>	
рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;	<i>Экспертная оценка на практическом занятии</i>
применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;	<i>Тестирование</i>
анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;	<i>Устный опрос</i>
<b>Знания:</b>	
основные положения экономической теории	<i>Тестирование</i>
принципы рыночной экономики;	<i>Тестирование</i>
современное состояние и перспективы развития отрасли;	<i>Письменный опрос</i>
роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;	<i>Устный опрос</i>
механизмы ценообразования на продукцию (услуги);	<i>Тестирование</i>
формы оплаты труда;	<i>Экспертная оценка на практическом занятии</i>
стили управления, виды коммуникации;	<i>Тестирование</i>
принципы делового общения в коллективе;	<i>Устный опрос</i>
управленческий цикл;	<i>Устный опрос</i>
особенности менеджмента в области агрономии;	<i>Устный опрос</i>
сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;	<i>Тестирование</i>
формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации	<i>Тестирование</i>

## 4. ПОУРОЧНЫЕ ПЛАНЫ

### Тема 1.1. Экономика как хозяйственная деятельность и как наука

Курс \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

#### 2. ЦЕЛИ УРОКА:

- обучающие: раскрыть сущность экономики, ее место в современном мире;
- развивающие: расширять экономические знания и компетенции;
- воспитательные: формировать профессиональный интерес.

#### 3. ТИП УРОКА: Вводный урок

#### 4. МЕТОД УРОКА: Лекция, демонстрация учебной литературы

#### 5. НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ:

Учебная литература, раздаточный материал для примеров

### 6. СТРУКТУРА И ХОД ЗАНЯТИЯ

№ п/п	Этап занятия	Деятельность преподавателя и тезисный план урока	Деятельность студентов	Время
1	Организационный момент	Приветствие студентов, создание рабочей атмосферы, проверка готовности студентов к занятию	Приветствуют преподавателя, проверяют готовность рабочего места.	1 мин.
2	Объявление темы и целей занятия	Объявляет тему и цели занятия, план занятия	Записывают тему и план занятия в конспект	2 мин.
3	Актуализация опорных знаний.	Устный фронтальный опрос по следующим вопросам: 1. Что такое экономика, какое она имеет значение в вашей профессиональной деятельности? 2. Что такое материальные блага? 3. Назовите нематериальные блага. 4. Что такое потребности, какие виды потребностей существуют? Преподаватель даёт оценку, анализирует ответы студентов, определяет уровень исходных знаний студентов	Отвечают на вопросы устно с места	20 мин.
4	Объяснение нового учебного материала	Преподаватель излагает новый учебный материал по следующему плану: 1. Основные понятия экономики 2. Понятие микро- и макроэкономика 3. Экономика как хозяйственная деятельность и как наука. 4. Главное назначение хозяйственной деятельности	Конспектируют новый учебный материал	40 мин.
5	Закрепление учебного материала	Проведение фронтального устного опроса, проверка усвоения материала по плану занятия	Отвечают на вопросы преподавателя, выделяют основные этапы нового материала	20 мин.
6	Подведение итогов занятия	Повторно выделяет самое главное в новом материале, делает выводы, оценивает работу студентов на занятии, называет более активных.		5 мин.
7	Домашнее задание	Дробышевская Л.А. 7-10с.	Записывают задание в тетрадь.	2 мин.

## Тема 1.2. Собственность и ее виды

Курс \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

### 2. ЦЕЛИ УРОКА:

- обучающие: раскрыть сущность собственности как экономической категории, ее значение в экономических отношениях;

- развивающие: расширять экономические знания и мировоззрение;

- воспитательные: формировать профессиональный интерес.

### 3. ТИП УРОКА: Урок изучения новых знаний

### 4. МЕТОД УРОКА: Лекция, демонстрация учебной литературы

### 5. НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ:

Учебная литература, раздаточный материал для примеров

## 6. СТРУКТУРА И ХОД ЗАНЯТИЯ

№ п/п	Этап занятия	Деятельность преподавателя и тезисный план урока	Деятельность студентов	Время
1	Организационный момент	Приветствие студентов, создание рабочей атмосферы, проверка готовности студентов к занятию	Приветствуют преподавателя, проверяют готовность рабочего места.	1 мин.
2	Объявление темы и целей занятия	Объявляет тему и цели занятия, план занятия	Записывают тему и план занятия в конспект	2 мин.
3	Актуализация опорных знаний.	Устный опрос по следующим вопросам: 1. Перечислите основные понятия и категории экономики 2. Дайте определение микро- и макроэкономика 3. В чем сущность экономики как хозяйственной деятельности и как науки? 4. В чем заключается главное назначение хозяйственной деятельности? Преподаватель даёт оценку, анализирует ответы студентов, определяет уровень исходных знаний студентов	Отвечают на вопросы устно с места и у доски	20 мин.
4	Объяснение нового учебного материала	Преподаватель излагает новый учебный материал по следующему плану: 1. Собственность как основа социально – экономических отношений между людьми 2. Отношения собственности 3. Права собственников и их закрепление в законодательстве страны 4. Охрана государством прав собственников	Конспектируют новый учебный материал	40 мин.
5	Закрепление учебного материала	Проведение фронтального устного опроса, проверка усвоения материала по плану занятия	Отвечают на вопросы преподавателя, выделяют основные этапы нового материала	20 мин.
6	Подведение итогов занятия	Повторно выделяет самое главное в новом материале, делает выводы, оценивает работу студентов на занятии, называет более активных.		5 мин.
7	Домашнее задание	Подготовить доклад «История экономических учений» Вопрос для самоподготовки «Коренное преобразование государственной собственности в 1990-х годах в России»	Записывают задание в тетрадь.	2 мин.

### Тема 1.3. Организация хозяйственной деятельности

Курс \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

#### 2. ЦЕЛИ УРОКА:

- обучающие: *познакомить студентов с основными формами ведения хозяйственной деятельности;*

- развивающие: *расширять экономические знания и мировоззрение;*

- воспитательные: *формировать профессиональный интерес.*

#### 3. ТИП УРОКА: комбинированный

4. МЕТОД УРОКА: рассказ с элементами беседы, работа с учебной литературой

#### 5. НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ:

Учебная литература, раздаточный материал для примеров

#### 6. СТРУКТУРА И ХОД ЗАНЯТИЯ

№ п/п	Этап занятия	Деятельность преподавателя и тезисный план урока	Деятельность студентов	Время
1	Организационный момент	Приветствие студентов, создание рабочей атмосферы, проверка готовности студентов к занятию	Приветствуют преподавателя, проверяют готовность рабочего места.	1 мин.
2	Объявление темы и целей занятия	Объявляет тему и цели занятия, план занятия	Записывают тему и план занятия в конспект	2 мин.
3	Актуализация опорных знаний.	Устный опрос по следующим вопросам: 1. Что такое собственность как основа социально – экономических отношений между людьми? 2. В чем заключаются отношения собственности? 3. Перечислите основные Права собственников и их закрепление в законодательстве страны 4. Охрана государством прав собственников Преподаватель даёт оценку, анализирует ответы студентов, определяет уровень исходных знаний студентов	Отвечают на вопросы устно с места и у доски	20 мин.
4	Объяснение нового учебного материала	Преподаватель излагает новый учебный материал по следующему плану: 1. Типы организации хозяйства: натуральное и товарное производство. 2. Их роль в решении хозяйственных задач: какие блага, как и для кого производить. 3. Сравнительный анализ натурального и товарного производства. 4. Социально – экономическая сущность организаций как субъектов хозяйствования. 5. Классификация хозяйствующих субъектов.	Конспектируют новый учебный материал	40 мин.
5	Закрепление учебного материала	Проведение фронтального устного опроса, проверка усвоения материала по плану занятия	Отвечают на вопросы преподавателя, выделяют основные этапы нового материала	20 мин.
6	Подведение итогов занятия	Повторно выделяет самое главное в новом материале, делает выводы, оценивает работу студентов на занятии, называет более активных.		5 мин.
7	Домашнее задание	Подготовить доклад «История экономических учений» Вопрос для самоподготовки «Коренное преобразование государственной собственности в 1990-х годах в России»	Записывают задание в тетрадь.	2 мин.

## Тема. Классификация хозяйствующих субъектов

Курс \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

### 2. ЦЕЛИ УРОКА:

- обучающие: *познакомить студентов с основными формами ведения хозяйственной деятельности;*

- развивающие: *расширять экономические знания и мировоззрение;*

- воспитательные: *формировать профессиональный интерес.*

### 3. ТИП УРОКА: практическая работа

4. МЕТОД УРОКА: самостоятельная работа студентов под руководством преподавателя

5. НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ: инструкционные карты

### 6. СТРУКТУРА И ХОД ЗАНЯТИЯ

№ п/п	Этап занятия	Деятельность преподавателя и тезисный план урока	Деятельность студентов	время
1	Организационный момент	Приветствие студентов, создание рабочей атмосферы, проверка готовности студентов к занятию	Приветствуют преподавателя, проверяют готовность рабочего места.	1 мин.
2	Объявление темы и целей занятия	Объявляет тему и цели занятия, план занятия	Записывают тему и план занятия в конспект	2 мин.
3	Актуализация опорных знаний.	Фронтальный опрос по следующим вопросам: 1. Что такое собственность как основа социально – экономических отношений между людьми? 2. В чем заключаются отношения собственности? 3. Перечислите основные Права собственников и их закрепление в законодательстве страны 4. Охрана государством прав собственников Преподаватель даёт оценку, анализирует ответы студентов, определяет уровень исходных знаний студентов	Отвечают на вопросы устно с места и у доски	10 мин.
4	Объяснение структуры и методики выполнения практической работы	Преподаватель излагает методику выполнения задания	Выполнение практического задания	40 мин.
5	Подведение результатов практической работы	Проведение фронтального устного опроса, проверка выполнение. Составление письменного отчета	Отвечают на вопросы преподавателя, выделяют основные этапы практического вопроса	25 мин.
7	Домашнее задание	Подготовить отчет	Записывают задание в тетрадь.	2 мин.

## Раздел 2. Микроэкономика

## Тема 2.1. Сущность и принципы рыночной экономики

Курс \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

### 2. ЦЕЛИ УРОКА:

- обучающие: *познакомить студентов с понятием рынка, сущностью рыночных отношений, рыночным механизмом;*

- развивающие: *расширять экономические знания и мировоззрение;*

- воспитательные: *формировать профессиональный интерес.*

### 3. ТИП УРОКА: Комбинированный

4. МЕТОД УРОКА: рассказ с элементами беседы, конспектирование, работа с учебной литературой

### 5. НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ:

Учебная литература, раздаточный материал, схема опорного конспекта

## 6. СТРУКТУРА И ХОД ЗАНЯТИЯ

№ п/п	Этап занятия	Деятельность преподавателя и тезисный план урока	Деятельность студентов	Время
1	Организационный момент	Приветствие студентов, создание рабочей атмосферы, проверка готовности студентов к занятию	Приветствуют преподавателя, проверяют готовность рабочего места.	1 мин.
2	Объявление темы и целей занятия	Объявляет тему и цели занятия, план занятия	Записывают тему и план занятия в конспект	2 мин.
3	Актуализация опорных знаний.	Устный фронтальный опрос по следующим вопросам: 1. Какие типы организации хозяйства присущи экономики? 2. Дайте сравнительный анализ натурального и товарного производства. 3. В чем заключается социально – экономическая сущность организаций как субъектов хозяйствования? 5. Дайте классификацию хозяйствующих субъектов Преподаватель даёт оценку, анализирует ответы студентов, определяет уровень исходных знаний студентов	Отвечают на вопросы устно с места	20 мин.
4	Объяснение нового учебного материала	Преподаватель излагает новый учебный материал по следующему плану: 1. Теория поведения потребителя. воздействие «Эффекта замещения» и «Эффекта дохода» на кривую спроса. 2. Современный рынок как единая совокупность особых отраслей торговой деятельности. 3. Свободное развитие рынка и его регулирование. 4. Зарождение рыночного обмена товаров и возникновение денег. функции денег.	Конспектируют новый учебный материал	40 мин.
5	Закрепление учебного материала	Проведение фронтального устного опроса, проверка усвоения материала по плану занятия	Отвечают на вопросы преподавателя, выделяют основные этапы нового материала	20 мин.
6	Подведение итогов занятия	Повторно выделяет самое главное в новом материале, делает выводы, оценивает работу студентов на занятии, называет более активных.		5 мин.
7	Домашнее задание	Подготовить доклад История развития денег (товарные деньги, золотой стандарт, современные денежные средства, электронные деньги).	Записывают задание в тетрадь.	2 мин.

## Тема 2.2. Механизм рыночного ценообразования

Курс \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

### 2. ЦЕЛИ УРОКА:

- обучающие: *познакомить студентов с понятием рыночного ценообразования, сущностью ценовых отношений;*

- развивающие: *расширять экономические знания и мировоззрение;*

- воспитательные: *формировать профессиональный интерес.*

### 3. ТИП УРОКА: Комбинированный урок

4. МЕТОД УРОКА: работа с учебной литературой, конспектирование, приведение примеров

### 5. НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ:

Учебная литература, раздаточный материал для примеров

## 6. СТРУКТУРА И ХОД ЗАНЯТИЯ

№ п/п	Этап занятия	Деятельность преподавателя и тезисный план урока	Деятельность студентов	Время
1	Организационный момент	Приветствие студентов, создание рабочей атмосферы, проверка готовности студентов к занятию	Приветствуют преподавателя, проверяют готовность рабочего места.	1 мин.
2	Объявление темы и целей занятия	Объявляет тему и цели занятия, план занятия	Записывают тему и план занятия в конспект	2 мин.
3	Актуализация опорных знаний.	Устный фронтальный опрос по следующим вопросам: 1. Теория поведения потребителя. воздействие «Эффекта замещения» и «Эффекта дохода» на кривую спроса. 2. Современный рынок как единая совокупность особых отраслей торговой деятельности. 3. Свободное развитие рынка и его регулирование. 4. Зарождение рыночного обмена товаров и возникновение денег. функции денег. Преподаватель даёт оценку, анализирует ответы студентов, определяет уровень исходных знаний студентов	Отвечают на вопросы устно с места	20 мин.
4	Объяснение нового учебного материала	Преподаватель излагает новый учебный материал по следующему плану: 1. Экономическая сущность и функции цен 2. Ценообразование как факторы производства 3. Рыночная цена и ее воздействие на индивидуальный спрос покупателя и индивидуальное предложение продавца 4. Виды цен	Конспектируют новый учебный материал	40 мин.
5	Закрепление учебного материала	Проведение фронтального устного опроса, проверка усвоения материала по плану занятия	Отвечают на вопросы преподавателя, выделяют основные этапы нового материала	20 мин.
6	Подведение итогов занятия	Повторно выделяет самое главное в новом материале, делает выводы, оценивает работу студентов на занятии, называет более активных.		5 мин.
7	Домашнее задание	Подготовить доклады: Землевладение и землепользование. Равновесие на рынке земли. Цена земли.	Записывают задание в тетрадь.	2 мин.

## Тема 2.3. Рыночная структура несовершенной конкуренции

Курс \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

### 2. ЦЕЛИ УРОКА:

- обучающие: *рассмотреть структуру и характерные черты конкуренции как неотъемлемой части рыночной экономики;*

- развивающие: *развивать экономическое мировоззрение;*

- воспитательные: *формировать профессиональное мировоззрение.*

### 3. ТИП УРОКА: урок изучения новых знаний

4. МЕТОД УРОКА: рассказ с элементами беседы, составление опорного конспекта

### 5. НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ:

Учебная литература, раздаточный материал для примеров

## 6. СТРУКТУРА И ХОД ЗАНЯТИЯ

№ п/п	Этап занятия	Деятельность преподавателя и тезисный план урока	Деятельность студентов	Время
1	Организационный момент	Приветствие студентов, создание рабочей атмосферы, проверка готовности студентов к занятию	Приветствуют преподавателя, проверяют готовность рабочего места.	1 мин.
2	Объявление темы и целей занятия	Объявляет тему и цели занятия, план занятия	Записывают тему и план занятия в конспект	2 мин.
3	Актуализация опорных знаний.	Устный опрос по следующим вопросам: 1. Дайте характеристику типам организации хозяйства: натуральному и товарному производству. 2. Какой тип хозяйствования присущ современной рыночной экономике России? 3. Дайте сравнительный анализ натуральному и товарному производству. 4. В чем заключается социально – экономическая сущность организаций как субъектов хозяйствования? Преподаватель даёт оценку, анализирует ответы студентов, определяет уровень исходных знаний студентов	Отвечают на вопросы устно с места и у доски	20 мин.
4	Объяснение нового учебного материала	Преподаватель излагает новый учебный материал по следующему плану: 1. Классификация рыночных структур 2. Конкуренция: ее сущность и формы 3. Чистая конкуренция 4. Монополистическая конкуренция 5. Олигополия 6. Антимонополистическое регулирование	Конспектируют новый учебный материал	40 мин.
5	Закрепление учебного материала	Проведение фронтального устного опроса, проверка усвоения материала по плану занятия	Отвечают на вопросы преподавателя, выделяют основные этапы нового материала	20 мин.

6	Подведение итогов занятия	Повторно выделяет самое главное в новом материале, делает выводы, оценивает работу студентов на занятии, называет более активных.		5 мин.
7	Домашнее задание	Подготовить доклады: Новое во взаимосвязи конкуренции и монополии во второй половине XX века. Монополистическая конкуренция и олигополия. Неценовая конкуренция. Россия: путь к современному развитию рынка.	Записывают задание в тетрадь.	2 мин.

### Раздел 3. Макроэкономика

#### Тема 3.1. Цикличность развития рыночной экономики

Курс \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

#### 2. ЦЕЛИ УРОКА:

- обучающие: *рассмотреть структуру и характерные черты конкуренции как неотъемлемой части рыночной экономики;*

- развивающие: *развивать экономическое мировоззрение;*

- воспитательные: *формировать профессиональное мировоззрение.*

#### 3. ТИП УРОКА: комбинированный урок

4. МЕТОД УРОКА: рассказ, работа с учебной литературой, конспектирование.

#### 5. НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ:

Учебная литература, раздаточный материал для примеров

#### 6. СТРУКТУРА И ХОД ЗАНЯТИЯ

№ п/п	Этап занятия	Деятельность преподавателя и тезисный план урока	Деятельность студентов	Время
1	Организационный момент	Приветствие студентов, создание рабочей атмосферы, проверка готовности студентов к занятию	Приветствуют преподавателя, проверяют готовность рабочего места.	1 мин.
2	Объявление темы и целей занятия	Объявляет тему и цели занятия, план занятия	Записывают тему и план занятия в конспект	2 мин.
3	Актуализация опорных знаний.	Устный опрос по следующим вопросам: 1. Как классифицируются рыночные структуры? 2. Раскройте сущность конкуренция и перечислите ее формы 3. Дайте характеристику чистой конкуренции 4. Перечислите особенности монополии и монополистической конкуренции 5. В чем заключаются характерные черты олигополии 6. Антимонополистическое регулирование в России, основные позиции. Преподаватель даёт оценку, анализирует ответы студентов, определяет уровень исходных знаний студентов	Отвечают на вопросы устно с места и у доски	20 мин.

4	Объяснение нового учебного материала	Преподаватель излагает новый учебный материал по следующему плану: 1. Циклическое развитие национального хозяйства. 2. Особенности экономических Кризисов. 3. Безработица и занятость населения. Причины и виды безработицы. 4. Государственная политика занятости населения. 5. Инфляция и устойчивость денежного обращения. Уровень инфляции	Конспектируют новый учебный материал	40 мин.
5	Закрепление учебного материала	Проведение фронтального устного опроса, проверка усвоения материала по плану занятия	Отвечают на вопросы преподавателя, выделяют основные этапы нового материала	20 мин.
6	Подведение итогов занятия	Повторно выделяет самое главное в новом материале, делает выводы, оценивает работу студентов на занятии, называет более активных.		5 мин.
7	Домашнее задание	Подготовить доклады: Пути снижения уровня инфляции. Инфляционные процессы в России их причины и особенности.	Записывают задание в тетрадь.	2 мин.

## Тема: Определение уровня безработицы и уровня инфляции

Курс \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

### 2. ЦЕЛИ УРОКА:

- обучающие: *рассмотреть структуру и характерные черты конкуренции как неотъемлемой части рыночной экономики;*

- развивающие: *развивать экономическое мировоззрение;*

- воспитательные: *формировать профессиональное мировоззрение.*

3. ТИП УРОКА: Практическая работа

4. МЕТОД УРОКА: Семинар. Закрепление теоретических знаний

5. НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ: Инструкционные карты, видео – сопровождение с помощью интерактивной доски.

## 6. СТРУКТУРА И ХОД ЗАНЯТИЯ

№ п/п	Этап занятия	Деятельность преподавателя и тезисный план урока	Деятельность студентов	Время
1	Организационный момент	Приветствие студентов, создание рабочей атмосферы, проверка готовности студентов к занятию	Приветствуют преподавателя, проверяют готовность рабочего места.	1 мин.
2	Объявление темы и целей занятия	Объявляет тему и цели занятия, план занятия	Записывают тему и план занятия в конспект	2 мин.

3	Актуализация опорных знаний.	Устный фронтальный опрос по следующим вопросам: 1. Циклическое развитие национального хозяйства. 2. Особенности экономических Кризисов. 3. Безработица и занятость населения. Причины и виды безработицы. 4. Государственная политика занятости населения. 5. Инфляция и устойчивость денежного обращения. Уровень инфляции Преподаватель даёт оценку, анализирует ответы студентов, определяет уровень исходных знаний студентов	Отвечают на вопросы устно с места и у доски	10 мин.
4	Объяснение методики выполнения практической работы	Преподаватель излагает цели и задачи практической работы, комментирует выполнение работы с учетом инструкционных карт	Студенты выполняют практические задания	40 мин.
5	Закрепление материала	Проведение фронтального устного опроса, проверка выполнение задание. Составление отчета	Отвечают на вопросы преподавателя, выделяют основные этапы практической работы	20 мин.
6	Подведение итогов занятия	Преподаватель повторно выделяет самое главное в практическом материале, делает выводы, оценивает работу студентов на занятии, называет более активных.		5 мин.
7	Домашнее задание	Подготовить доклады: Особенности форм организации труда и управления в государственном секторе страны. Основные направления экономической политики государства. Угрозы экономической безопасности страны и меры по их преодолению. Новые показатели макроэкономики	Записывают задание в тетрадь.	2 мин.

## Раздел 4. Управление организацией. Менеджмент

### Тема 4.1. Функции и принципы менеджмента

Курс \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

#### 2. ЦЕЛИ УРОКА:

- обучающие: раскрыть сущность менеджмента, его место в современном бизнесе
- развивающие: развивать профессиональные знания, умения и компетенции
- воспитательные: формировать профессиональный интерес

3. ТИП УРОКА Лекция, демонстрация учебной литературы

4. МЕТОД УРОКА: изучение нового материала, работа с учебной литературой

5. НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ:

Учебная литература, раздаточный материал для примеров

## 6. СТРУКТУРА И ХОД ЗАНЯТИЯ

№ п/п	Этап занятия	Деятельность преподавателя и тезисный план урока	Деятельность студентов	Время
1	Организационный момент	Приветствие студентов, создание рабочей атмосферы, проверка готовности студентов к занятию	Приветствуют преподавателя, проверяют готовность рабочего места.	1 мин.
2	Объявление темы и целей занятия	Объявляет тему и цели занятия, план занятия	Записывают тему и план занятия в конспект	2 мин.
3	Актуализация опорных знаний.	Устный фронтальный опрос по следующим вопросам: 1. Необходимость власти в управлении 2. Роль руководителя 3. Значение принятия решений в управлении 4. Требования к управлению 5. Система управления в системе информационных систем. 6. Характерные черты современного менеджмента Преподаватель даёт оценку, анализирует ответы студентов, определяет уровень исходных знаний студентов	Отвечают на вопросы устно с места	20 мин.
4	Объяснение нового учебного материала	Преподаватель излагает новый учебный материал по следующему плану: 1. Понятие и сущность менеджмента. 2. Характерные особенности современного менеджмента. 3. Основные качества менеджера. 4. Задачи российского менеджмента. 5. Понятие цикла менеджмента. 6. Принципы менеджмента	Конспектируют новый учебный материал	40 мин.
5	Закрепление учебного материала	Проведение фронтального устного опроса, проверка усвоения материала по плану занятия	Отвечают на вопросы преподавателя	20 мин.
6	Подведение итогов занятия	Повторно выделяет самое главное в новом материале, делает выводы, оценивает работу студентов на занятии, называет более активных.		5 мин.
7	Домашнее задание	1. Виханский О.С., Наумов А.М. Менеджмент М: Магистр: ИНФРА – М 2013.с 6 -14 2. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф.	Записывают задание в тетрадь.	2 мин.

### Тема 4.2. Значение управленческих решений

Курс \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

2. ЦЕЛИ УРОКА:

- обучающие: *формировать знания в области процесса принятия управленческих решений, определить значение решений в деятельности руководителя среднего звена,*

учиться технологии управленческих решений

- развивающие: способность принимать независимые решения, ответственность за результаты их реализации;

- воспитательные: воспитывать уверенность, готовность к профессиональной деятельности.

3.ТИП УРОКА: Комбинированный

4. МЕТОД УРОКА: рассказ с элементами беседы, работа с учебной литературой

5. НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ:

Учебная литература, стенды кабинета

## 6. СТРУКТУРА И ХОД ЗАНЯТИЯ

№ п/п	Этап занятия	Деятельность преподавателя и тезисный план урока	Деятельность студентов	Время
1	Организационный момент	Приветствие студентов, создание рабочей атмосферы, проверка готовности студентов к занятию	Приветствуют преподавателя, проверяют готовность рабочего места.	1 мин.
2	Объявление темы и целей занятия	Объявляет тему и цели занятия, план занятия	Записывают тему и план занятия в конспект	2 мин.
3	Актуализация опорных знаний.	Устный опрос, по следующим вопросам: 1. Понятие и сущность менеджмента. 2. Характерные особенности современного менеджмента. 3. Основные качества менеджера. 4. Задачи российского менеджмента. 5. Понятие цикла менеджмента. 6. Принципы менеджмента	Отвечают на вопросы устно тестирование	20 мин.
4	Объяснение нового учебного материала	Преподаватель излагает новый учебный материал по следующему плану: 1.Процесс принятия решений 2.Место решения в процессе управления 3. Структура и процесс принятия решения 4. Значение и эффективность управленческих решений	Конспектируют новый учебный материал	40 мин.
5	Закрепление учебного материала	Проведение фронтального устного опроса, проверка усвоения материала по плану занятия	Отвечают на вопросы преподавателя, выделяют основные этапы нового материала	20 мин.
6	Подведение итогов занятия	Преподаватель повторно выделяет самое главное в новом материале, делает выводы, оценивает работу студентов на занятии, называет более активных.		5 мин.
7	Домашнее задание	Проработать конспект лекции 1 Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 2010. – с. 194 - 228	Записывают задание в тетрадь.	2 мин.

**Тема: Разработка альтернатив решения по заданной проблеме в условиях определенности, риска и неопределенности. Установление критериев и выбор наилучшего варианта решений**

Курс \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**2. ЦЕЛИ УРОКА:**

- обучающие: *Формировать умения применять на практике эффективные методы решения проблемных ситуаций;*

- развивающие: *Развивать коммуникативность, умение правильно и аргументированно излагать мысли;*

- воспитательные: *формировать профессиональное мировоззрение.*

**3. ТИП УРОКА:** Практическая работа

**4. МЕТОД УРОКА:** самостоятельная работа студентов под руководством преподавателя, закрепление теоретических знаний

**5. НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ:** Инструкционные карты, видео – сопровождение с помощью интерактивной доски.

**6. СТРУКТУРА И ХОД ЗАНЯТИЯ**

№ п/п	Этап занятия	Деятельность преподавателя и тезисный план урока	Деятельность студентов	Время
1	Организационный момент	Приветствие студентов, создание рабочей атмосферы, проверка готовности студентов к занятию	Приветствуют преподавателя, проверяют готовность рабочего места.	1 мин.
2	Объявление темы и целей занятия	Объявляет тему и цели занятия, план занятия	Записывают тему и план занятия в конспект	2 мин.
3	Актуализация опорных знаний.	Устный фронтальный опрос по следующим вопросам: 1. Виды маркетинговой информации, первичная и вторичная информация. 2. Подходы к получению данных. Методы сбора, анализа и обработки данных. 3. Исследование товаров, потребителей, конкурентов Преподаватель даёт оценку, анализирует ответы студентов, определяет уровень исходных знаний студентов	Отвечают на вопросы устно с места и у доски	10 мин.
4	Объяснение методики выполнения практической работы	Преподаватель излагает цели и задачи практической работы, комментирует выполнение работы с учетом инструкционных карт	Студенты выполняют практические задания	40 мин.
5	Закрепление материала	Проведение фронтального устного опроса, проверка выполнение задание. Составление отчета	Отвечают на вопросы преподавателя, выделяют основные этапы практической работы	20 мин.
6	Подведение итогов занятия	Преподаватель повторно выделяет самое главное в практическом материале, делает выводы, оценивает работу студентов на занятии, называет более активных.		5 мин.
7	Домашнее задание	Подготовить письменный отчет	Записывают задание в тетрадь.	2 мин.

### Тема 4.3. Руководство, власть и партнерство

Курс \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

#### 2. ЦЕЛИ УРОКА:

- обучающие: *изучить принципы формирования власти, определить необходимость власти в управлении, определить роль личного влияния на деятельность коллектива;*
- развивающие: *развивать способности реализации власти в управление на основе различных типов власти;*
- воспитательные: *формировать ответственность за коллектив, развивать лидерские способности.*

3. ТИП УРОКА: Комбинированный урок

4. МЕТОД УРОКА: Рассказ, работа с учебной литературой

5. НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ:

Учебная литература, стенды кабинета

#### 6. СТРУКТУРА И ХОД ЗАНЯТИЯ

№ п/п	Этап занятия	Деятельность преподавателя и тезисный план урока	Деятельность студентов	Время
1	Организационный момент	Приветствие студентов, создание рабочей атмосферы, проверка готовности студентов к занятию	Приветствуют преподавателя, проверяют готовность рабочего места.	1 мин.
2	Объявление темы и целей занятия	Объявляет тему и цели занятия, план занятия	Записывают тему и план занятия в конспект	2 мин.
3	Актуализация опорных знаний.	Устный опрос, тестирование по следующим вопросам: 1. Процесс принятия решений 2. Место решения в процессе управления 3. Структура и процесс принятия решения 4. Значение и эффективность управленческих решений	Отвечают на вопросы теста Защита самостоятельной работы	20 мин.
4	Объяснение нового учебного материала	Преподаватель излагает новый учебный материал по следующему плану: 1. Руководство. Команда - основа успеха 2. Сущность распорядительства. 3. Менеджер как специалист 4. Типы власти. Делегирование полномочий 5. Сущность и классификация методов управления 6. Виды авторитета	Конспектируют новый учебный материал	40 мин.

5	Закрепление учебного материала	Проведение фронтального устного опроса, проверка усвоения материала по плану занятия	Отвечают на вопросы преподавателя, выделяют основные этапы нового материала	20 мин.
6	Подведение итогов занятия	Преподаватель повторно выделяет самое главное в новом материале, делает выводы, оценивает работу студентов на занятии, называет более активных.		5 мин.
7	Домашнее задание	1. Виханский О.С., Наумов А.М. Менеджмент М: Магистр: ИНФРА – М 2013.с 420 -427 2. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 2010. – с. 463 - 487 3. Доклады «Лидерство: стиль ситуация и эффективность» 4. Составить краткий конспект материала.	Записывают задание в тетрадь.	2 мин

#### Тема 4.4. Стили управления

Курс \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_ 20 \_\_ г.

#### 2. ЦЕЛИ УРОКА:

- обучающие: *Формировать знания в области самоорганизации труда, определить основные требования к руководителю, сформировать эффективные методы организации труда руководителя*

- развивающие: *способности рациональной организации труда;*

- воспитательные: *развивать рациональную организацию труда, дисциплинированность, ответственность;*

3. ТИП УРОКА: Комбинированный урок

4. МЕТОД УРОКА: Рассказ, приведение примеров, работа с учебной литературой

5. НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ:

Учебная литература, стенды кабинета

#### 6. СТРУКТУРА И ХОД ЗАНЯТИЯ

№ п/п	Этап занятия	Деятельность преподавателя и тезисный план урока	Деятельность студентов	время
1	Организационный момент	Приветствие студентов, создание рабочей атмосферы, проверка готовности студентов к занятию	Приветствуют преподавателя, проверяют готовность рабочего места.	1 мин.
2	Объявление темы и целей занятия	Объявляет тему и цели занятия, план занятия	Записывают тему и план занятия в конспект	2 мин.

3	Актуализация опорных знаний.	Устный опрос, тестирование по следующим вопросам: 1. Руководство. Команда - основа успеха 2. Сущность распорядительства. 3. Менеджер как специалист 4. Типы власти. Делегирование полномочий Преподаватель даёт оценку, анализирует ответы студентов, определяет уровень исходных знаний студентов	Отвечают на вопросы устно с места тестирование	20 мин.
4	Объяснение нового учебного материала	Преподаватель излагает новый учебный материал по следующему плану: 1. Содержание работы руководителя 2. Характеристика стилей управления 3. Эффективность стиля управления	Конспектируют новый учебный материал	40 мин.
5	Закрепление учебного материала	Проведение фронтального устного опроса, проверка усвоения материала по плану занятия	Отвечают на вопросы преподавателя, выделяют основные этапы нового материала	20 мин.
6	Подведение итогов занятия	Преподаватель повторно выделяет самое главное в новом материале, делает выводы, оценивает работу студентов на занятии, называет более активных.		5 мин.
7	Домашнее задание	1. Кнышева Е.Н. М: Магистр: ИФРА – М, 2013 с.40 - 51, 160 - 161 2. Доклады «Принципы рациональной организации труда» 3. Составить краткий конспект материала.	Записывают задание в тетрадь.	2 мин.

#### Тема 4.5. Коммуникативность и общение

Курс \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

#### 2. ЦЕЛИ УРОКА:

- обучающие: познакомиться с коммуникацией, как связывающим элементом организации; определить значение информации в управлении;

- развивающие: развивать коммуникативные способности;

- воспитательные: воспитывать точность, ответственность при подготовке и передаче информации

#### 3. ТИП УРОКА: Комбинированный урок

4. МЕТОД УРОКА: Конспектирование, работа с учебной литературой, рассмотрение примеров

#### 5. НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ:

Учебная литература, стенды кабинета

#### 6. СТРУКТУРА И ХОД ЗАНЯТИЯ

№ п/п	Этап занятия	Деятельность преподавателя и тезисный план урока	Деятельность студентов	Время
1	Организационный момент	Приветствие студентов, создание рабочей атмосферы, проверка готовности студентов к занятию	Приветствуют преподавателя, проверяют готовность рабочего места.	1 мин.

2	Объявление темы и целей занятия	Объявляет тему и цели занятия, план занятия	Записывают тему и план занятия в конспект	2 мин.
3	Актуализация опорных знаний.	Письменный опрос в форме эссе, по следующим вопросам: 1. Содержание работы руководителя 2. Стиль управления 3. Эффективность стиля управления Преподаватель даёт оценку, анализирует ответы студентов, определяет уровень исходных знаний студентов	Отвечают на вопросы письменно	20 мин.
4	Объяснение нового учебного материала	Преподаватель излагает новый учебный материал по следующему плану: 1. Деловое совещание 2. Типовая процедура подготовки документа 3. Коммуникативный процесс 4. Информационные технологии в интересах принятия управленческих решений	Конспектируют новый учебный материал	40 мин.
5	Закрепление учебного материала	Проведение фронтального устного опроса, проверка усвоения материала по плану занятия	Отвечают на вопросы преподавателя, выделяют основные этапы нового материала	20 мин.
6	Подведение итогов занятия	Преподаватель повторно выделяет самое главное в новом материале, делает выводы, оценивает работу студентов на занятии, называет более активных.		5 мин.
7	Домашнее задание	1. Виханский О.С., Наумов А.М. Менеджмент М: Магистр: ИНФРА – М 2013.с 389 - 399 2. Доклады «Помехи и шумы при коммуникации» 4. Составить краткий конспект материала.	Записывают задание в тетрадь.	2 мин.

## Раздел 5. Основы маркетинга.

### Тема 5.1. Основные понятия маркетинговых исследований

Курс \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

#### 2. ЦЕЛИ УРОКА:

- обучающие: познакомиться с маркетинговыми исследованиями, как связывающим элементом организации; определить значение маркетинга;
- развивающие: развивать маркетинговые способности;
- воспитательные: воспитывать точность, ответственность при подготовке и передачи маркетинговой информации

3. ТИП УРОКА: Лекция, урок изучение новых знаний

4. МЕТОД УРОКА: Рассказ с элементами беседы, работа с учебной литературой

5. НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ:

Учебная литература, стенды кабинета

## 6. СТРУКТУРА И ХОД ЗАНЯТИЯ

№ п/п	Этап занятия	Деятельность преподавателя и тезисный план урока	Деятельность студентов	Время
1	Организационный момент	Приветствие студентов, создание рабочей атмосферы, проверка готовности студентов к занятию	Приветствуют преподавателя, проверяют готовность рабочего места.	1 мин.
2	Объявление темы и целей занятия	Объявляет тему и цели занятия, план занятия	Записывают тему и план занятия в конспект	2 мин.
3	Актуализация опорных знаний.	1. Письменный опрос в форме эссе, по следующим вопросам: Деловое совещание 2. Типовая процедура подготовки документа 3. Коммуникативный процесс 4. Информационные технологии в интересах принятия управленческих решений Преподаватель даёт оценку, анализирует ответы студентов, определяет уровень исходных знаний студентов	Отвечают на вопросы письменно	20 мин.
4	Объяснение нового учебного материала	Преподаватель излагает новый учебный материал по следующему плану: 1. Правила и процедуры маркетинговых исследований. 2. Методы маркетинговых исследований. 3. Направления исследований в маркетинге. 4. Этапы маркетинговых исследований.	Конспектируют новый учебный материал	40 мин.
5	Закрепление учебного материала	Проведение фронтального устного опроса, проверка усвоения материала по плану занятия	Отвечают на вопросы преподавателя, выделяют основные этапы нового материала	20 мин.
6	Подведение итогов занятия	Преподаватель повторно выделяет самое главное в новом материале, делает выводы, оценивает работу студентов на занятии, называет более активных.		5 мин.
7	Домашнее задание	Дробышевская Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: Учебное пособие / Л.А. Дробышевская – 5-е изд. – М.: издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2017.	Записывают задание в тетрадь.	2 мин.

### Тема. 5.2. Организация маркетинговых исследований в сфере товаров и услуг

Курс \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

#### 2. ЦЕЛИ УРОКА:

- обучающие: познакомиться с маркетинговыми исследованиями, как связывающим элементом организации; определить значение маркетинга;
- развивающие: развивать маркетинговые способности;
- воспитательные: воспитывать точность, ответственность при подготовке и передаче маркетинговой информации

#### 3. ТИП УРОКА: Урок усвоения новых знаний

4. МЕТОД УРОКА: Рассказ, конспектирование, работа с учебной литературой, рассмотрение примеров.

5. НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ:

Учебная литература, стенды кабинета, видео примеры

#### 6. СТРУКТУРА И ХОД ЗАНЯТИЯ

№ п/п	Этап занятия	Деятельность преподавателя и тезисный план урока	Деятельность студентов	время
1	Организационный момент	Приветствие студентов, создание рабочей атмосферы, проверка готовности студентов к занятию	Приветствуют преподавателя, проверяют готовность рабочего места.	1 мин.
2	Объявление темы и целей занятия	Объявляет тему и цели занятия, план занятия	Записывают тему и план занятия в конспект	2 мин.
3	Актуализация опорных знаний.	Письменный опрос в форме эссе, по следующим вопросам: Правила и процедуры маркетинговых исследований. 1. Методы маркетинговых исследований. 2. Направления исследований в маркетинге. 3. Этапы маркетинговых исследований.	Отвечают на вопросы письменно	20 мин.
4	Объяснение нового учебного материала	Преподаватель излагает новый учебный материал по следующему плану: 1. Правила и процедуры маркетинговых исследований. 2. Методы маркетинговых исследований. 3. Реклама, виды рекламы. Функции рекламы.	Конспектируют новый учебный материал	40 мин.
5	Закрепление учебного материала	Проведение фронтального устного опроса, проверка усвоения материала по плану занятия	Отвечают на вопросы преподавателя, выделяют основные этапы нового материала	20 мин.
6	Подведение итогов занятия	Преподаватель повторно выделяет самое главное в новом материале, делает выводы, оценивает работу студентов на занятии, называет более активных.		5 мин.
7	Домашнее задание	Дробышевская Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: Учебное пособие / Л.А. Дробышева – 5-е изд. – М.: издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2017.	Записывают задание в тетрадь.	2 мин.

#### Тема. 5.3. Маркетинговая информация и ее источники

Курс \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

2. ЦЕЛИ УРОКА:

- обучающие: познакомиться с информацией, как связывающим элементом организации; определить значение информации в управлении;

- развивающие: развивать способности в области маркетинговой деятельности;
- воспитательные: воспитывать точность, ответственность при подготовке и передаче информации

3. ТИП УРОКА: Комбинированный урок

4. МЕТОД УРОКА: Рассказ, работа с учебной литературой

5. НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ:

Учебная литература, стенды кабинета

## 6. СТРУКТУРА И ХОД ЗАНЯТИЯ

№ п/п	Этап занятия	Деятельность преподавателя и тезисный план урока	Деятельность студентов	Время
1	Организационный момент	Приветствие студентов, создание рабочей атмосферы, проверка готовности студентов к занятию	Приветствуют преподавателя, проверяют готовность рабочего места.	1 мин.
2	Объявление темы и целей занятия	Объявляет тему и цели занятия, план занятия	Записывают тему и план занятия в конспект	2 мин.
3	Актуализация опорных знаний.	Письменный опрос в форме эссе, по следующим вопросам: 1. Правила и процедуры маркетинговых исследований. 2. Методы маркетинговых исследований. 3. Направления исследований в маркетинге. 4. Этапы маркетинговых исследований. 5. Реклама, виды рекламы. Функции рекламы. Преподаватель даёт оценку, анализирует ответы студентов, определяет уровень исходных знаний студентов	Отвечают на вопросы письменно	20 мин.
4	Объяснение нового учебного материала	Преподаватель излагает новый учебный материал по следующему плану: 1. Виды маркетинговой информации, первичная и вторичная информация. 2. Подходы к получению данных. Методы сбора, анализа и обработки данных. 3. Исследование товаров, потребителей, конкурентов	Конспектируют новый учебный материал	40 мин.
5	Закрепление учебного материала	Проведение фронтального устного опроса, проверка усвоения материала по плану занятия	Отвечают на вопросы преподавателя, выделяют основные этапы нового материала	20 мин.
6	Подведение итогов занятия	Преподаватель повторно выделяет самое главное в новом материале, делает выводы, оценивает работу студентов на занятии, называет более активных.		5 мин.
7	Домашнее задание	Дробышевская Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: Учебное пособие / Л.А. Дробышевская – 5-е изд. – М.: издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2017.	Записывают задание в тетрадь.	2 мин.

**Тема: Составление анкет по изучению покупательского спроса кинологических**

## услуг

Курс \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

### 2. ЦЕЛИ УРОКА:

- обучающие: познакомиться со *структурой и содержанием анкет при изучению покупательского спроса кинологических услуг;*

- развивающие: *развивать экономическое и маркетинговое мировоззрение;*

- воспитательные: *формировать профессиональное мировоззрение.*

### 3. ТИП УРОКА: Практическая работа

4. МЕТОД УРОКА: самостоятельная работа студентов под руководством преподавателя, закрепление теоретических знаний

5. НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ: Инструкционные карты, видео – сопровождение с помощью интерактивной доски.

## 6. СТРУКТУРА И ХОД ЗАНЯТИЯ

№ п/п	Этап занятия	Деятельность преподавателя и тезисный план урока	Деятельность студентов	Время
1	Организационный момент	Приветствие студентов, создание рабочей атмосферы, проверка готовности студентов к занятию	Приветствуют преподавателя, проверяют готовность рабочего места.	1 мин.
2	Объявление темы и целей занятия	Объявляет тему и цели занятия, план занятия	Записывают тему и план занятия в конспект	2 мин.
3	Актуализация опорных знаний.	Устный фронтальный опрос по следующим вопросам: 1. Виды маркетинговой информации, первичная и вторичная информация. 2. Подходы к получению данных. Методы сбора, анализа и обработки данных. 3. Исследование товаров, потребителей, конкурентов Преподаватель даёт оценку, анализирует ответы студентов, определяет уровень исходных знаний студентов	Отвечают на вопросы устно с места и у доски	10 мин.
4	Объяснение методики выполнения практической работы	Преподаватель излагает цели и задачи практической работы, комментирует выполнение работы с учетом инструкционных карт	Студенты выполняют практические задания	40 мин.
5	Закрепление материала	Проведение фронтального устного опроса, проверка выполнения задания. Составление отчета	Отвечают на вопросы преподавателя, выделяют основные этапы практической работы	20 мин.
6	Подведение итогов занятия	Преподаватель повторно выделяет самое главное в практическом материале, делает выводы, оценивает работу студентов на занятии, называет более активных.		5 мин.
7	Домашнее задание	Подготовить письменный отчет	Записывают задание в тетрадь.	2 мин.

### Тема. 5.4. Принятие маркетинговых решений

Курс \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## 2. ЦЕЛИ УРОКА:

- обучающие: познакомит, как связывающим элементом организации; определить значение информации в управлении;

- развивающие: развивать способности в области маркетинговой деятельности;

- воспитательные: воспитывать точность, ответственность при подготовке и передачи информации

3. ТИП УРОКА: Комбинированный урок

4. МЕТОД УРОКА: Рассказ, работа с учебной литературой, конспектирование

5. НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ:

Учебная литература, стенды кабинета

## 6. СТРУКТУРА И ХОД ЗАНЯТИЯ

№ п/п	Этап занятия	Деятельность преподавателя и тезисный план урока	Деятельность студентов	Время
1	Организационный момент	Приветствие студентов, создание рабочей атмосферы, проверка готовности студентов к занятию	Приветствуют преподавателя, проверяют готовность рабочего места.	1 мин.
2	Объявление темы и целей занятия	Объявляет тему и цели занятия, план занятия	Записывают тему и план занятия в конспект	2 мин.
3	Актуализация опорных знаний.	Письменный опрос в форме эссе, по следующим вопросам: 1. Виды маркетинговой информации, первичная и вторичная информация. 2. Подходы к получению данных. Методы сбора, анализа и обработки данных. 3. Исследование товаров, потребителей, конкурентов Преподаватель даёт оценку, анализирует ответ студентов, определяет уровень исходных знаний студентов	Отвечают на вопросы письменно	20 мин.
4	Объяснение нового учебного материала	Преподаватель излагает новый учебный материал по следующему плану: 1. Принятие решений о выборе сегмента рынка. 2. Выбор стратегии охвата рынка. 3. Оценка уровня конкурентоспособности продукции организации	Конспектируют новый учебный материал	40 мин.
5	Закрепление учебного материала	Проведение фронтального устного опроса, проверка усвоения материала в соответствии с планом занятия Позиционирования товара на рынке. Подготовка отчета о маркетинговых исследованиях.	Отвечают на вопросы преподавателя, выделяют основные этапы нового материала	20 мин.
6	Подведение итогов занятия	Преподаватель повторно выделяет самое главное в новом материале, делает выводы, оценивает работу студентов на занятии, называет более активных.		5 мин.
7	Домашнее	Дробышевская Л.А. Экономика, маркетинг,	Записывают	2 мин.

	задание	менеджмент: Учебное пособие / Л.А. Дробышева 5-е изд. – М.: издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2017. Подготовить доклады: Принятие решений о выборе сегмента рынка. Выбор стратегии охвата рынка. Оценка уровня конкурентоспособности продукции организации. Позиционирования товара на рынке. Подготовка отчета о маркетинговых исследованиях.	задание в тетрадь.	
--	---------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------	--

## 5. КОНТРОЛЬНО – ИЗМЕРИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

### 1. Паспорт комплекта контрольно – измерительных материалов

В результате освоения учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» обучающийся должен обладать предусмотренными основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО 32.02.15 Кинология следующими умениями, знаниями, которые формируют общие компетенции:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

У1- Рассчитывать основные технико – экономические показатели деятельности организации;

У2- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;

У3- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**:

31.- основные положения экономической теории;

32.- принципы рыночной экономики;

33.- современное состояние и перспективы развития сельского хозяйства и ветеринарии;

34.- роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;

35.- механизмы ценообразования на продукцию и услуги;

36.- формы оплаты труда;

37.- стили управления, виды коммуникации;

38.- принципы делового общения в коллективе;

39.- управленческий цикл;

310.- особенности менеджмента в ветеринарии;

311.- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;

312- формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации ориентироваться в вопросах экономической теории в современных условиях;

ОК1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), резуль-

тат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

## 2. Результаты освоения дисциплины, подлежащие проверке

2.1. В результате аттестации по учебной дисциплине осуществляется комплексная проверка следующих умений и знаний, а также динамика формирования общих компетенций

Таблица 1.

Результаты обучения: умения, знания и общие компетенции	Показатели оценки результата	Форма контроля и оценивания
<b>Уметь:</b>		
<p>У1 Рассчитывать основные технико – экономические показатели деятельности организации;</p> <p>ОК1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес</p> <p>ОК2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p> <p>ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>ОК6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- правильность определения предмета экономики как общественной науки о производственных отношениях между людьми в условиях ограниченных ресурсов;</li> <li>- определение структуры общей экономической теории: микро- и макро-экономики;</li> <li>- разграничивать понятия. воспроизводства простое и расширенное;</li> <li>- формулировать понятие экономической эффективности;</li> <li>- определять исторические этапы развития экономической науки, менеджмента и маркетинга.</li> </ul>	<p>Оценка результатов выполнения практического задания, обсуждение, тестирование</p> <p>Фронтальный опрос</p>
<p>У2 применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;</p> <p>ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность</p> <p>ОК4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессио-</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-правильность определения методов влияющих на эффективность общения;</li> <li>- определение методов управленческого общения, правильно выбирать технологию делового общения;</li> <li>- решение стандартных и нестандартных профессиональных задач при</li> </ul>	<p>Оценка результатов выполнения практического задания, тестирование, решение, практических задач, деловых</p>

<p>нального и личностного развития  ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий</p>	<p>выполнении практических работ и творческих заданий,  - использование программ автоматизации профессиональной деятельности (владеть навыками работы в специальных программах, а также текстовых и табличных редакторах, программах по созданию презентаций).  - организация самостоятельных занятий при изучении дисциплины;  - участие в научно-практических конференциях;  - применять современные, научно-технические приемы и методы составления и обработки информации, необходимой для принятия эффективного управленческого решения</p>	<p>ситуаций</p>
<p>У3 - анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг  ОК1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.  ОК3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.  ОК8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации  ОК9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>-правильность определения точки максимальной полезности.  - организация самостоятельных занятий при изучении дисциплины;  - участие в научно-практических конференциях;  - применять современные, научно-технические приемы и методы составления и обработки информации, необходимой для принятия эффективного управленческого решения</p>	<p>Тестирование  Устный опрос  Отчет по самостоятельной работе  Выполнение практического задания</p>
<p>Знать:</p>		

<p>31- основные положения экономической теории;  ОК1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.  ОК2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.  ОК9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Полнота характеристики экономики на макроуровне.</li> <li>-определять направления экономической динамики как процесса развития рыночной экономики.</li> <li>- знать определения совокупного спроса и совокупного предложения, факторов, влияющих на них.</li> <li>- характеризовать инструменты государственного регулирования экономики в ходе реформ в России.</li> </ul>	
<p>32- принципы рыночной экономики;  ОК4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.  ОК5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- полнота характеристики основных положений экономических показателей;</li> <li>- знание отношений собственности; методов управления и регулирования экономикой; методов распределения ресурсов и благ; системы ценообразования.</li> <li>- правильность характеристики основных понятий рыночного механизма;</li> <li>- характеристика основных вопросов рыночной экономики</li> <li>- знание показателей эффективности экономики</li> </ul>	<p>Тестирование, письменный и устный опрос, обсуждение основных положений, отчет выполнения самостоятельной работы</p>
<p>33- современное состояние и перспективы развития сельского хозяйства и ветеринарии;   ОК3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.  ОК6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- показатели эффективности сельскохозяйственного производства;</li> <li>- перспективы развития специальностей кинологии и ветеринарии</li> </ul>	<p>Тестирование, устный опрос, решение задач и ситуаций.</p>

<p>34- роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике  ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.  ОК9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Полнота определения производительных сил общества как материально-вещественной стороны производства.</li> <li>- общественного разделения труда.</li> <li>- виды формы организации товаропроизводителей;</li> <li>- полнота характеристики товара как экономическая категория.</li> <li>- знание сущности функционирования рынка и субъектов системы отношений товарно-денежного обмена.</li> </ul>	<p>Тестирование, письменный и устный опрос, отчет выполнения самостоятельной работы</p>
<p>35 - механизмы ценообразования на продукцию и услуги;  ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.  ОК4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.  ОК1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- полнота характеристики простого и расширенного воспроизводства;</li> <li>- понятие и механизмы рыночного ценообразования на товары и услуги</li> </ul>	<p>Устный опрос, письменный отчет, тестирование  Отчет по самостоятельной работе</p>
<p>36 - формы оплаты труда;  ОК2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.  ОК5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.  ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>Полнота определения рынка как развитой системы отношений товарно-денежного обмена;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять виды и способы предпринимательской деятельности;</li> <li>- формирования оплаты труда в кинологии</li> <li>- полнота определения механизма рыночного ценообразования;</li> <li>- знание факторов оказывающих влияние на формирование рыночных цен;</li> <li>- характеристика видов цен;</li> </ul>	<p>Тестирование, устный, письменный опрос, решение задач  Оценка результатов выполнения практического задания.</p>

<p>37- стили управления, виды коммуникации;  ОК3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.  ОК7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<p>Определять характерные черты и особенности менеджмента на данном экономическом этапе развития государства;  - демонстрация интереса к будущей профессии;  применение творческого подхода при решении поставленных учебных задач.  - выбор и применение методов и способов принятия управленческих решений;  оценка эффективности и качества принятых решений и их выполнения;  - соблюдение техники безопасности</p>	<p>Письменный опрос, оценка выполнения практического задания, тестирование  Опорный конспект</p>
<p>38- принципы делового общения в коллективе;  ОК2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.  ОК5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<p>- определение способов и технологии деловой коммуникации, демонстрация знаний элементов коммуникационного процесса  - использование программ автоматизации профессиональной деятельности (владеть навыками работы в специальных программах, а также текстовых и табличных редакторах, программах по созданию презентаций).</p>	<p>Тестирование, оценка выполнения практического задания, устный опрос, решение задач, отчет выполнения самостоятельной работы.</p>
<p>39- управленческий цикл;  ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.  ОК1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p>	<p>- демонстрация знаний общих и специальных функций управление;  - демонстрация знаний в области планирования; организации, мотивации и контроля производства.  - выбор и применение методов и способов принятия управленческих решений;  - использование программ автоматизации профессиональной деятельности (владеть навыками работы в специальных программах, а также текстовых и табличных редакторах, программах по созданию презентаций).</p>	<p>Тестирование, оценка выполнения практической работы, фронтальный опрос, оценка заданий по самостоятельной работе</p>

<p>310 - особенности менеджмента в кинологии;  ОК2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.  ОК9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.  ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выбор и применение методов и способов проведения анализа среды организации;</li> <li>- выбор и применение методов и способов принятия управленческих решений;</li> <li>- решение стандартных и нестандартных профессиональных задач при выполнении практических работ и творческих заданий</li> </ul>	<p>Устный опрос, оценка выполнения практической работ, фронтальный опрос, оценка заданий по самостоятельной работе</p>
<p>311- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;  ОК5.Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.  ОК2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p>	<p>Определять характерные черты и особенности маркетинга на данном экономическом этапе развития государства;  - демонстрация интереса к будущей профессии;  применение творческого подхода при решении поставленных учебных задач.  - выбор и применение методов и способов принятия управленческих решений;  оценка эффективности и качества принятых решений и их выполнения;</p>	<p>Оценка выполнения практической работ, оценка заданий по самостоятельной работе, письменный опрос</p>
<p>312- формы адаптации.  ОК1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.  ОК3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.  ОК6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- применять современные, научно-технические приемы и методы составления и обработки информации, необходимой для принятия эффективного управленческого решения</li> <li>- правильно составлять систему мотивации организации в соответствии с целями и задачами;</li> <li>организация самостоятельных занятий при изучении дисциплины;</li> <li>- участие в научно-практических конференциях;</li> </ul>	<p>Тестирование, оценка выполнения практических работ, устный опрос, оценка заданий по самостоятельной работе</p>

Формы и методы контроля						
Элемент учебной дисциплины	Текущий контроль		Рубежный контроль		Промежуточная аттестация	
	Форма контроля	Проверяемые ОК, У, З	Форма контроля	Проверяемые ОК, У, З	Форма контроля	Проверяемые ОК, У, З
Раздел 1			<i>Тестирование</i>	<i>ОК1, ОК6, ОК7, ОК10, У1, 32, 33, 34, 35, 36</i>	<i>зачет</i>	<i>ОК1, ОК6, ОК7, ОК10, У1, 32, 33, 34, 35,</i>
Тема 1.1	<i>Устный опрос Письменный опрос Самостоятельная работа</i>	<i>ОК1, ОК6 У1, 32</i>				
Тема 1.2	<i>Письменный опрос Самостоятельная работа</i>	<i>ОК1, ОК7, У1, 32, 33</i>				
Тема 1.3	<i>Устный опрос Самостоятельная работа Практическая работа №1</i>	<i>ОК1, ОК6, ОК7, У1, 32, 33, 34,</i>				
Раздел 2			<i>Тестирование</i>	<i>ОК1, ОК6, ОК7, ОК10, У1, 32, 33, 34, 35, 36</i>		
Тема 2.1	<i>Фронтальный опрос, Самостоятельная работа</i>	<i>ОК1, ОК6, ОК7, У1, 32, 33, 34,</i>				
Тема 2.2	<i>Устный опрос Практическая работа №1 Самостоятельная работа</i>	<i>ОК6, ОК7, У1, 32, 33, 34, 35,</i>				
Тема 2.3	<i>Фронтальный опрос Устный опрос Самостоятельная работа</i>	<i>ОК1, ОК7, У1, 32, 34, 35,</i>				

Раздел 3				Тестирование	ОК1, ОК2, ОК3, ОК5, ОК6, О К7, ОК8, ОК9 У2, У3, У3, 31, 36, 37,, 37, 38, 39, 310, 3 11, 312	зачет	ОК1, ОК2, ОК3, ОК5, ОК6, О К7, ОК8, ОК9 У2, У3, 31, 36, 37,, 37, 38, 39, 310, 311, 312
Тема 3.1	Письменный опрос Устный опрос, фронтальный опрос, опорный конспект Практическое занятие № 2 Самостоятельная работа	ОК1, ОК3- 7, ОК9 У2. У3, 31, 36,					
Раздел 4				Тестирование	ОК1, ОК2, ОК3, ОК5, ОК6, О К7, ОК8, ОК9 У2, У3, У3, 31, 36, 37,, 37, 38, 39, 310, 3 11, 312	зачет	ОК2, ОК3, ОК5, О К7, ОК8, У2. У1, 31, 36, 39, 310 ОК4, ОК9, У3, 311, 312
Тема 4.1.	Тестирование, письменный опрос Самостоятельная работа	ОК1, ОК2, ОК3, , ОК9 У2. У3, 31, 36, 37, 38					
Тема 4.2.	Фронтальный опрос Самостоятельная работа Практическая работа №3	ОК1, ОК3- 7, ОК8, ОК9 У3, У4, 36, 38					
Тема 4.3.	Тестирование, Фронтальный опрос. Письменный опрос Самостоятельная работа Практическая работа №4	ОК2, ОК3, ОК 5, ОК7, ОК8, У2. У4, 31, 36, 39, 310					
Тема 4.4.	Тестирование Письменный опрос Устный опрос Самостоятельная работа	ОК7, ОК9, У5, У6, , 38, 311					

Тема 4.5.	Тестирование Устный опрос Составление опорного кон- спекта Самостоятельная работа	OK4, OK9, У7,311, 312	Тестирование	OK4, OK5, OK6, OK7, OK9, У5, У6, У7,38,311,312	зачет	OK4, OK5, OK6, OK7, OK9, У1, У2,38,312, OK6, OK7, OK9, У2, У3,38,311,312
Раздел 5						
Тема 5.1.	Устный опрос Самостоятельная работа	OK4, OK5, OK6, OK7, OK9, У5, У6, У7,38, 311,312				
Тема 5.2.	Тестирование Фронтальный опрос Самостоятельная работа	OK4, OK5, OK6, OK7, OK9, У1, У2,38,312,				
Тема 5.3.	Устный опрос Решение задач Практическая работа №5	OK4, OK5, OK6, OK7, OK9, У2, У3, 311				
Тема 5.4.	Устный опрос Тестирование Фронтальный опрос Самостоятельная работа	OK4, OK5, OK6, OK7, OK9, У3, У1,314				

## **2.2. Задания для оценки освоения дисциплины в ходе контроля**

### **2.2.1. Критерии оценки знаний для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно – методическое обеспечение работы студентов.**

Нормы оценки знаний предполагают учет индивидуальных особенностей студентов, дифференцированный подход к обучению, проверке знаний, умений.

В устных ответах студентов на занятиях, в сообщениях и докладах, а также в письменных видах работ оцениваются знания и умения по пятибалльной системе. При этом учитываются: глубина знаний, полнота знаний и владение необходимыми умениями (в объеме программы); осознанность и самостоятельность применения знаний и способов учебной деятельности, логичность изложения материала, включая обобщения, выводы (в соответствии с заданным вопросом), соблюдение норм литературной речи.

Оценка «отлично» - материал усвоен в полном объеме; изложен логично; основные умения сформулированы и устойчивы; выводы и обобщения точны и связаны с явлениями окружающей жизни.

Оценка «хорошо» - в усвоении материала незначительные пробелы; изложение недостаточно систематизированное; отдельные умения недостаточно устойчивы; в выводах и обобщениях допускаются некоторые неточности.

Оценка «удовлетворительно» - в усвоении материала имеются пробелы; материал излагается не систематизировано; отдельные умения недостаточно сформулированы; выводы и обобщения аргументированы слабо; в них допускаются ошибки.

Оценка «неудовлетворительно» - содержание материала не усвоено, выводов и обобщений нет, студент к занятию не подготовился.

Формы текущего контроля включают в себя:

- устный опрос;
- проверку конспектов;
- тестирование;
- контрольную работу (письменный опрос);
- решение кроссвордов;
- конспектирование и рецензирование публикаций в научной периодике.
- составление таблиц и структурно-логических схем.

### **Итоговый контроль проводится в форме - зачета.**

Общие вопросы для подготовки к зачету выдаются студентам за месяц до зачетной недели.

Экзаменационные билеты для студентов включают два теоретических вопроса и тестовое задание, в каждый билет обязательно входят задания из трех блоков дисциплины, т.е. вопросы по основам экономики менеджменту, маркетингу.

### **Критерии оценки знаний на зачете.**

Нормы оценки знаний предполагают учет индивидуальных особенностей студентов, дифференцированный подход к обучению, проверке знаний, умений.

В устных ответах студентов на занятиях, в сообщениях и докладах, а также в письменных видах работ оцениваются знания и умения по пятибалльной системе.

При этом учитываются: глубина знаний, полнота знаний и владение необходимыми умениями (в объеме программы); осознанность и самостоятельность применения знаний и способов учебной деятельности, логичность изложения материала, включая обобщения, выводы (в соответствии с заданным вопросом), соблюдение норм литературной речи.

Оценка «отлично» ставится за полное изложение полученных знаний в устной или письменной форме в соответствии с требованиями программы. Допускаются единичные несущественные ошибки, самостоятельно исправленные студентом. При изложении ответа

должен самостоятельно выделять существенные признаки изученного, выявлять причинно-следственные связи, формулировать выводы и обобщения, свободно оперировать фактами, использовать сведения из дополнительных источников.

**Оценка «хорошо»** ставится за полное изложение полученных знаний в устной или письменной форме в соответствии с требованиями программы. Допускаются отдельные несущественные ошибки, исправляемые студентом. После указания на них преподавателем. При изложении студент должен выделять существенные признаки изученного, выявлять причинно-следственные связи, сформулировать выводы и обобщения, в которых могут быть отдельные несущественные ошибки.

**Оценка «удовлетворительно»** ставится за неполное изложение знаний.

Допускаются отдельные существенные ошибки, исправляемые с помощью преподавателя. Студент проявляет затруднения при выделении существенных признаков изученного материала, при выявлении существенных связей и формулировке выводов.

**Оценка «неудовлетворительно»** ставится при неполном бессистемном изложении учебного материала. При этом студент допускает существенные ошибки, не исправляемые даже с помощью преподавателя, а также за полное незнание и непонимание материала.

**Тестирование проводится по группам тем курса (Время ответа 10 минут).**

**Примерные тестовые задания по темам**

## **Раздел 1, 2, 3**

### **Тест 1**

**Тема 1.1. Экономика как хозяйственная деятельность и как наука**

**1. Если исследуется экономика, как целостная система, то это анализ:**

- а) микроэкономический
- б) позитивный
- в) макроэкономический
- г) нормативный

**2. Какая форма хозяйственного порядка – рынок или иерархия – характерна для перечисленных ниже пунктов?**

- а) производство автомобилей в рамках корпорации «Дженерал Моторс»
- б) выполнение домашних обязанностей внутри семьи
- в) производство автомобилей в масштабах национальной экономики Японии
- г) производство стали на заводах бывшего СССР

**3. При прочих равных условиях рост предложения приводит к:**

- а) росту равновесной цены и количества;
- б) снижению цены равновесия и равновесного объёма;
- в) росту цены и снижению количества;
- г) снижению равновесной цены и росту равновесного объёма.

**4. В расчёт ВВП по доходу не включают:**

- а) прибыль корпораций;
- б) государственные трансфертные платежи;
- в) проценты, выплачиваемые предпринимателями за капитал, полученный в кредит;
- г) рентные платежи.

**5. Достижение эффективности в распределении по Парето означает, что уже невозможно перераспределить блага так, чтобы...**

- а) улучшить чье-то положение, не ухудшая положения других

- б) улучшить чье-то положение, не улучшая положения других
- в) улучшить положение всех членов общества
- г) достичь максимальной справедливости в распределении

**6. Какие из указанных факторов приведут к уменьшению изъятий из экономики, а какие - к увеличению инъекций?**

- а) московское правительство финансировало строительство новой ветки метрополитена;
- б) правительство увеличило налоговые льготы;
- в) авиационная промышленность получила крупный заказ из-за рубежа;
- г) правительство приняло социальную программу, в результате которой доходы перераспределились в пользу бедных слоев населения;
- д) потребители стали покупать больше отечественных товаров, чем импортных (при неизменном уровне общего потребления).

**7. Разграничьте внешние и внутренние факторы экономических циклов:**

- а) изменения численности населения;
- б) потребление;
- в) войны;
- г) научно-технические революции;
- д) инвестирование;
- е) изобретения;
- ж) политические и социальные явления;
- з) деятельность правительства.

**8. Спрос на деньги — это:**

- а) желание населения иметь деньги;
- б) спрос населения на финансовые активы;
- в) желание иметь финансовые активы в денежной форме;
- г) совокупность денежных вкладов населения;
- д) желание фирм получить кредиты.

**9. В банке А, являющемся одним из многих банков, имеется депозит величиной 10000 руб. Норма обязательных резервов установлена в 25%. Этот депозит способен увеличить сумму предоставляемых ссуд по меньшей мере на:**

- а) неопределенную величину;
- б) 7500 руб.;
- в) 10000 руб.;
- г) 30000 руб.

**10. В модели Р. Солоу устойчивый рост объема выпуска в расчете на одного занятого объясняется:**

- а) техническим прогрессом;
- б) ростом нормы сбережений;
- в) ростом населения;
- г) техническим прогрессом и ростом населения

## Тест 2

### Тема 1.3. Организация хозяйственной деятельности

**1. Предпринимательская способность – это:**

- а) инициативная самостоятельная деятельность людей, направленная на получение большей выручки от реализованной продукции;
- б) инициативная самостоятельная деятельность людей, направленная на получение прибыли;

в) инициативная самостоятельная деятельность людей, направленная на производство товаров и услуг с целью удовлетворения потребностей людей.

**2. Экономическая свобода необходима предпринимателям для:**

- а) возможности самостоятельного принятия решения по выбору вида деятельности;
- б) возможности вкладывать деньги в бизнес, приносящий большую прибыль;
- в) возможности свободно торговать как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

**3. Преимущества формы хозяйствования в виде ООО заключаются в том, что:**

- а) получаемый доход выше, чем у других форм хозяйствования;
- б) риск от потери при банкротстве ограничен суммой вклада;
- в) позволяет заниматься рискованным бизнесом, который дает сверхприбыли.

**4. Акционерное общество – это:**

- а) государственное предприятие, переданное в распоряжение трудового коллектива;
- б) предприятие, созданное путем объединения вкладов его учредителей;
- в) предприятие, созданное с помощью выпуска акций и взносов его учредителей.

**5. Для каких форм предприятий характерна неограниченная и солидарная ответственность:**

- а) единоличное владение;
- б) полное и коммандитное товарищество;
- в) корпорации.

**6. Что такое неограниченная ответственность:**

- а) ответственность как вложенным капиталом, так и личным имуществом;
- б) ответственность личным имуществом за себя и за другого участника?

**7. Что такое ограниченная ответственность:**

- а) ответственность только полученным доходом;
- б) ответственность вложенным капиталом?

**8. Что включается в понятие основного капитала:**

- а) станки, машины, оборудование, здания, сооружения;
- б) готовая продукция;
- в) сырье, материалы;
- г) заработная плата;
- д) ценные бумаги?
- в) все ответы верны.

**9. Какой признак из нижеперечисленных является характерным для корпорации:**

- а) привлечение к управлению наемных менеджеров;
- б) деление прибыли между собственниками фирмы;
- в) выплата дивидендов;
- г) использование наемного труда?

### Тест 3

#### Тема 1..2. Собственность и ее виды

**1. Собственность - это:**

- А) отношение человека к вещи;
- Б) сама вещь;
- В) отношение людей друг к другу по поводу присвоения вещей.

**2. Выделите субъекты собственности:**

- А) земля;
- Б) государство;
- В) производственные здания и сооружения;
- Г) акционерное общество;
- Д) прокатный стан;
- Е) Иван Иванович Иванов;

Ж) прогулочный катер;

З) автомобиль.

**3. К какому типу собственности относится кооперативное имущество:**

а) коллективному;

б) частному.

**4. Какие черты характерны для рыночной экономики:**

А) конкуренция производителей;

Б) дефицит потребительских товаров;

В) централизованное планирование.

**5. Какой из перечисленных ниже элементов является наиболее важным для рыночной экономики:**

А) эффективные профсоюзы;

Б) продуманное государственное регулирование;

В) ответственные действия предпринимателей;

Г) активная конкуренция на рынке.

**6. Что является постоянным дефицитом в командной экономике:**

А) деньги;

Б) ресурсы;

В) товары и услуги;

Г) интеллектуальные продукты.

**7. Проблемы: что, как и для кого производить? - могут иметь отношение:**

А) только к административно-командной системе;

Б) только к рыночной экономике;

В) к любой экономической системе.

**8. Какая из названных характеристик не относится к административно-командной системе:**

А) централизованное планирование;

Б) свобода частного предпринимательства;

В) установление государством цен на подавляющее большинство товаров и услуг.

## Тест 4

### Тема 2.1. Сущность и принципы рыночной экономики

**1. *Натуральное хозяйство – это такая форма организации экономики, при которой:***

А) продукты труда производятся для обмена на рынке;

Б) существует замкнутость производителей;

В) продукты производятся для внутривозвращенного потребления;

Г) связь между производством и потреблением прямая;

Е) все ответы верны;

Д) верны ответы: б, в, г.

**2. *Товар – это:***

А) вещь, обладающая потребительской стоимостью и полезностью;

Б) вещь, являющаяся продуктом человеческого труда;

В) вещь, обмениваемая на другую вещь или деньги;

Г) благо, не являющееся продуктом труда, но полезное человеку.

**3. *Какие особенности характеризуют товарное хозяйство? Выделите основные пункты:***

А) специализированный труд;

Б) универсальный труд;

В) продукт труда приобретает форму товара;

Г) открытость экономической системы;

- Д) прямые экономические связи;
- Е) связь производителя и потребителя посредством обмена.

**4. Что является наиболее дефицитным в натуральном хозяйстве?**

- А) товары и услуги;
- Б) деньги;
- В) время;
- Г) природный материал.

**4. Деньги – это:**

- А) стоимость товара, выраженная в другом товаре;
- Б) стоимость товара, выраженная в затратах труда;
- В) всеобщий эквивалент товара.

**5. Функция денег как мера стоимости – это:**

- А) цена товара, выраженная в деньгах;
- Б) цена труда при производстве товара;
- В) «масштаб цен», с помощью которого определяют стоимость товаров и услуг.

**6. Какая функция денег возникла как следствие кредитных отношений?**

- А) средство обращения;
- Б) средство платежа;
- В) средство накопления.

**7. Покупатель расплатился за покупку пластиковой карточкой, какую функцию деньги выполняют в этом случае:**

- А) средство обращения;
- Б) средство платежа;
- В) средство накопления.

## Тест 5

**Тема 2.1. Сущность и принципы рыночной экономики**

**1. Субъекты рынка - это:**

- А) трудовой коллектив;
- Б) фирма;
- В) государство;
- Г) Иванов А.В.;
- Д) все ответы верны.

**2. Тождественны ли понятия "обмен", "обращение", "рынок" :**

- А) да;
- Б) нет.

**3. Рынок:**

- а) это место, где осуществляется обмен товарами;
- б) способ взаимодействия производителей и потребителей, основанный на централизованном механизме хозяйствования;
- в) это обмен, организованный по законам товарного производства и обращения.

**4. Условиями возникновения рынка являются:**

- а) специализация товаропроизводителей;
- б) достаточная емкость рынка;
- в) общественное разделение труда;
- г) верно а) и б);
- д) все вышеназванные пункты верны.

**5. Рынок – это:**

- а) набор соглашений, с помощью которых покупатель и продавец товара вступают в контакт для обмена;
- б) установление связи между объемом спроса на товар и ценами этого товара;
- в) система, объединяющая потребителей, фирмы и собственников факторов

производства, действия которых проявляются в конкуренции, спросе и предложении;  
г) определенное количество товара, которое предлагается для продажи по конкретной цене.

## Тест 6

### Тема 2.3. Рыночная структура несовершенной конкуренции

#### **1. Совершенная конкуренция - это:**

- А) множество мелких предприятий с однородной продукцией;
- Б) множество мелких предприятий с разнородной продукцией;
- В) множество продавцов и небольшое количество покупателей.

#### **2. Олигополия - это:**

- А) крупная компания, имеющая 80% доли рынка;
- Б) господство на рынке нескольких крупных компаний,
- В) диктат производителя над потребителем.

**3. Как называется та экономическая ситуация, когда покупателем какой-то продукции является только одна фирма (организация):**

- А) монополия;
- Б) моносония;
- В) олигополия.

#### **4. Что из ниже перечисленного является признаком только монопольного рынка:**

- а) один продавец;
- б) дифференциация продуктов;
- в) большие постоянные издержки;
- г) цена равна предельным издержкам?

#### **5. Свобода входа и выхода с рынка характерна только для:**

- а) монополии;
- б) совершенной конкуренции;
- в) монополистической конкуренции;
- г) верны ответы б) и в).

#### **6. Что из следующего не является фактором формирования монополии:**

- а) авторские права;
- б) лицензии;
- в) контроль над единственным источником товара;
- г) производство и сбыт товара, имеющего много близких свойств?

## Тест 7

### Тема 3.1. Цикличность развития рыночной экономики

#### **1. Циклический характер развития экономики проявляется:**

- а) в колебаниях экономической конъюнктуры, имеющих периодический характер;
- б) в периодических спадах деловой активности;
- в) в периодических подъемах деловой активности;
- г) все ответы неверны.

#### **2. Фазами экономического цикла принято считать:**

- а) бум, подъем, оживление, рост экономики;
- б) депрессию, спад, падение деловой активности;
- в) оживление, подъем, депрессию, кризис;
- г) все ответы неверны.

#### **3. Циклический характер экономического развития характерен для:**

- а) рыночной экономики;

- б) традиционной экономики;
- в) командно - административной экономики.

**4. Антициклическое регулирование экономики направлено:**

- а) на сокращение кризисного падения производства;
- б) на ускорение экономического роста;
- в) на стабилизацию экономического развития;
- г) все ответы неверны.

**5. Какое понятие из перечисленных ниже не относится к фазам делового цикла:**

- а) инфляция;
- б) рецессия;
- в) спад;
- г) подъём;
- д) оживление.

**6. Экономический рост измеряется как:**

- а) увеличение реального объёма национального производства за определённый период времени;
- б) увеличение реального объёма производства на душу населения;
- в) верны а) и б);
- г) все ответы неверны.

**7. К факторам экономического роста относится:**

- а) количество и качество природных ресурсов;
- б) количество и качество трудовых ресурсов;
- в) применяемые в производстве технологии;
- г) все ответы верны.

**8. К экстенсивным факторам экономического роста относится:**

- а) увеличение производительности труда;
- б) улучшение организации производства;
- в) увеличение численности занятых в производстве работников;
- г) все ответы неверны.

**9. К интенсивным факторам экономического роста относится:**

- а) качественное совершенствование производственных мощностей, уменьшение времени на производство единицы продукции;
- б) увеличение отработанного времени;
- в) все ответы неверны.

**10. В условиях экономического роста уровень безработицы:**

- а) уменьшается;
- б) увеличивается;
- в) не уменьшается;
- г) все ответы неверны.

## Раздел 4.

### Тема 4.1. Функции и принципы менеджмента

#### Тест 8

(Дополните определение)

1. Организация - это группа людей, деятельность которых...
2. Цели - это конечное состояние или...
3. Структура – логическое взаимоотношение уровней управления и функциональных групп...
4. Фазы детства и юности. Главная цель - кратковременная...

5. Технология – это способ обработки сырья ...
6. Фаза возрождения организации. Главная цель состоит в обеспечении ...
7. Одним из признаков организации является - наличие ... членов группы, которые...
8. Задача – это работа, которая должна быть ...
9. В организациях выделяют три уровня управления...
10. На фазе старения организации главная цель состоит в ...

### Тест 9 (Дополните определение)

1. К общим функциям управления относятся -
2. Пять уровней мотивации потребностей выделил -
3. Процессуальные теории мотивации основаны –
4. Содержательные теории мотивации основаны на –
5. Процесс побуждения себя и других к деятельности –
6. Процесс соизмерения достигнутых результатов с запланированными , называется функцией –
7. Расстановка людей и техники по местам, определение рабочих норм и заданий называется функцией -
8. Предназначение организации - это
9. Выбор альтернативы или варианта деятельности -
10. Функции управления - это

### Тест 10 Логический диктант

#### Тема 4.2. Значение управленческих решений

##### 1. Экономическая эффективность УР определяется как:

- а) соотношение финансовых преимуществ, полученных в результате реализации управленческого решения, и затрат на его разработку и реализацию.
- б) достижение запланированных результатов в более короткие сроки и с меньшими финансовыми тратами.
- в) степень достижения политических целей, которые связаны с потребностями человека в вере, патриотизме, управлении.

##### 2. Супeroптимальное решение – это ...

- а) решение, которое превосходит то, которое считалось наилучшим для проблем данного типа.
- б) набор мероприятий, одновременно и наилучшим способом обеспечивающих достижение двух отдельных групп целей: либеральных и консервативных.
- в) решение наилучшим образом удовлетворяют заданным критериям для достижения намеченных целей, при условии, что все заинтересованные стороны достигают запланированных результатов.

##### 3. Укажите соответствие: Социально – психологические методы управления качеством

- Социальные
- а) ликвидация конфликтов;
  - б) воспитание корпоративной культуры;
  - в) воспитание ответственности;
- Психологические
- г) стимулирование инициативы;
  - д) формирование мнения о престижности труда;
  - е) отношение к труду как к искусству.

#### 4. Укажите соответствие: Методы оценки качества

Прямого счета      Параметрически

- а) экспертные;
- б) по экономической эффективности для субъекта, создающего качество;
- в) по экономической эффективности для субъекта, потребляющего качество;
- г) расчетные.

#### 5. Организационная эффективность управленческих решений — это...

- а) ресурсная результативность, полученная по итогам разработки или реализации управленческого решения в организации;
- б) факт достижения организационных целей меньшим числом работников или за меньшее время;
- в) соотношение стоимости прибавочного продукта, полученного в результате реализации конкретного управленческого решения, и затрат на его разработку и реализацию.

### Тест 11

#### Тема 4.3. Руководство, власть и партнерство (Верно ли утверждение?)

1. **Авторитет расстояния** - работник считает, что его авторитет выше если он «дальше» от подчиненных и держится с ним официально.
2. **Власть, основанная на разумной вере** - это власть при которой подчиненный ведет, что руководитель имеет право отдавать приказы и их нужно неоспоримо выполнять.
3. **Авторитет свойства** - работник высокомерен, гордится и старается всюду подчеркнуть свои бывшие и нынешние заслуги.
4. **Власть** - Это способность влиять на поведение других людей.
5. **Авторитет подавления** - руководитель прибегает к мелочной опеке и жестко определяет все стадии выполнения задания подчиненными, тем самым сковывая их творчество и инициативу.
6. **Харизма**- тип власти, основанный на специальных знаниях руководителя, его профессионализме, деловых качествах.
7. **Авторитет доброты** - «всегда быть добрым» - таков девиз данного руководителя. Такая доброта снижает требовательность к работе.
8. **Власть, основанная на принуждении (страхе)**, может быть эффективной при справедливом контроле.
9. **Реальный авторитет** - определяется занимаемой должностью (должностной статус) .
10. **Баланс власти** - это распределение власти между подчиненными и руководителем.
11. **Укрепление авторитета** зависит от самого руководителя, и никого более. Девиз: «Береги платье снова, а честь смолоду».
12. **Влияние** - это поведение индивида, которое вносит изменение в поведение другого индивида.
13. **Авторитет** – это заслуженное доверие, которым пользуется руководитель у подчиненных, руководства и коллег.
14. **Лидерство** - возможность влиять на поведение других людей.

15. **Авторитет** относится к духовным ценностям человека.

17. **Убеждение** - эффективная передача своей точки зрения.

19. **Незначительные стрессы**- неизбежны и безвредны, даже стимулируют деятельность человека.

16. **Власть вознаграждения** имеет ограничения в применении т.к. сложно установить мотивы поведения отдельных людей.

18. **Делегирование** - это способ разделения власти.

20. **Дисфункциональный конфликт** снижает производительность труда, личную удовлетворенность и ликвидирует сотрудничество между членами организации.

#### Тема 4.5. Коммуникативность и общение

#### Тест 12 Логический диктант

##### Вариант 1

##### Вариант 2

1. <u>Под управленческой информацией</u> понимают сведения являющиеся, объектом хранения, передачи образования	1. <u>Политическая информация</u> отражает политику государства в области агробизнеса, его социально-экономического результата.
2. <u>Правовая информация</u> определяет правовой статус каждого работника, его должностное положение.	2. <u>Экономическая информация</u> используется для обоснования управленческих решений и управления экономическим развитием хозяйства и подразделений.
3. <u>Административная информация</u> состоит из приказа, распоряжений, указаний, положений. Эти документы предназначены для оформления деловых взаимоотношений между хозяйствами, предприятиями, гражданами для устранения сбоев, неполадок	3. <u>Бизнесная информация</u> представляет сведения о ценах на рынке и тенденциях, уровне конкуренции, сроках и объемах поступления продукции на рынок, маркетинговом риске.
4. <u>Нормативно-справочная информация</u> включает нормы выработки и обслуживания, тарифную систему оплаты, размеры должностных окладов справочные данные.	4. <u>Учетно бухгалтерская информация</u> позволяет проконтролировать ход производства и его результаты расходования средств и получение прибыли.
5. <u>Достоверность поступающей информации</u> определяется правдивостью, правильностью, своевременностью, однократностью регистрации, точностью передачи.	5. <u>Информация должна быть достаточной</u> т.е ее количество должно в полной мере отражать состояния дела.
6. <u>Доступность информации</u> состоит в том что она постоянно поступает и накапливается, в таком виде, чтобы ее можно было быстро воспринимать и накапливать и использовать для управления.	6. <u>Массив информации</u> - это совокупность сведений одинаковых по структуре и способу использования (материалы статистических, управленческих, архивов, библиотек
7. <u>Поток информации</u> -это сведения, хранимые и циркулируемые в каналах связи (поток исходной, входящей информации.)	7. <u>Информационная система</u> -это состав звеньев управления, массивов, потоков, носителей информации и технических средств ее функционирования, передачи, поиска, обработки информации.
8. <u>Механизмы системы</u> - работник перерабатывает информацию с помощью механических и электронных устройств.	8. <u>Ручные автоматизированные системы</u> -это работник перерабатывает информацию, вручную или с незначительным использованием простых средств механизации.

9. <u>Автоматизированные системы - информация передают с помощью комплекса автоматических устройств, но без участия человека системы действовать не могут.</u>	9. <u>Автоматические системы- собирают и преобразуют информацию без участия человека; используется для управления технологическими процессами.</u>
10. <u>Документ-это средство закрепления различными способами на специальном материале информации, о фактах, событиях явлениях объективной деятельности или результаты интеллектуальной деятельности человека.</u>	10. <u>Делопроизводство- деятельность охватывающая вопросы документирования и организации работы с документами в процессе осуществления управленческой деятельности</u>

## Раздел 5.

### Тест 13

#### Тема. 5.1. Основные направления и этапы маркетинговых исследований

##### 1. Спрос на товар (услугу) как категорию маркетинга - это?

1. нужда в конкретном виде продукции
2. потребность в товаре (услуге)
3. потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

##### 2. Основной комплекса маркетинга является?

1. макросреда
2. микросреда
3. модель 4P
4. субъекты маркетинга
5. правильного ответа нет
6. все ответы верны

##### 3. Понятие макросреды отражает?

1. силы, влияющие на деятельность предприятия непосредственно
2. силы, не влияющие на деятельность предприятия
3. силы, влияющие на микросреду, в которой работает производитель
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

##### 4. Контактные аудитории - это?

1. субъекты, которые могут оказать влияние на способность предприятия достигать поста
2. субъекты, которые непосредственно входят в контакт с предприятием и поставляют ему товары
3. субъекты, которые непосредственно контактируют с предприятием, покупая его товары
4. правильного ответа нет

##### 5. Концепция интенсификации коммерческих усилий определяет цель маркетинговой деятельности - увеличение продаж за счет?

1. использования интенсивных технологий производства
2. стимулирования сбыта
3. удовлетворения потребностей потребителей
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

##### 6. Какая концепция утверждает, что цели организации могут быть достигнуты при помощи удовлетворения потребностей более эффективным, чем у конкурентов, способом?

1. совершенствования производства

2. совершенствование товара
3. интенсификации коммерческих усилий
4. маркетинга
5. маркетинга-взаимодействия

**7. Закрытые вопросы включают в себя?**

1. источники информации
2. возможные варианты ответов
3. вторичную информацию
4. первичную информацию
5. все ответы верны
6. правильного ответа нет

**8. Предприятию необходимо оценить в процентах ту часть посетителей магазина, которые сделали покупки. Какой метод исследования целесообразно использовать?**

1. наблюдение
2. опрос
3. эксперимент
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

**9. Сложность вопросов может быть препятствием для использования такого вида связи с аудиторией, как?**

1. почта
2. телефон
3. интервью
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

**10. Товары повседневного спроса характеризуются?**

1. распространением через сеть специальных магазинов
2. приобретением на большую сумму денег
3. отсутствием необходимости в дополнительных консультациях продавцов
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

**11. Качество товара- это?**

1. набор необходимых функциональных характеристик товара предназначенных потребителями обязательными
2. способность товара выполнять свое функциональное назначение
3. отсутствие у товара видимых дефектов
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

**12. При каком состоянии спроса производитель может не использовать рекламу?**

1. при снижающемся спросе
2. при негативном спросе
3. при отрицательном спросе
4. при чрезмерном спросе
5. правильного ответа нет

**13. Канал распределения – это?**

1. способ распространения рекламы
2. совокупность организации и или лиц, принадлежащими производителю
3. с помощью почты
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

**14. Знания, умения, навыки эффективного пользования маркетинговой**

**информацией в условиях компьютеризации — это**

исследовательские навыки

2.информационная эрудиция

3.информационная культура

4.общечеловеческая культура

**15. Процесс развития продаж товара и получения прибыли, состоящий из четырех этапов, называется \_\_\_\_\_ циклом товара**

1. Жизненным

2.маркетинговым

3. рыночным

4.юинновационным

## Тест 14

### Тема. 5.2. Организация маркетинговых исследований в сфере товаров и услуг

**1. В маркетинге товар понимается как?**

1. продукт товара, произведенный для обмена

2. физический объект

3. набор свойств, позволяющих решить проблемы потребителя

4. все ответы верны

5. правильного ответа нет

**2. Комплекс маркетинга-микс включает в себя?**

1. управление предприятием

2. совокупность инструментов (товар, цена, сбыт, продвижение)

3. выбор условий реализации товара

4. все ответы верны

5. правильного ответа нет

**3. Микросреда фирмы- это?**

1. набор свойств товара

2. функциональные структуры предприятия

3. формальные и неформальные группы

4. силы и субъекты, на которые фирма может влиять

5. силы и субъекты, на которые фирма не может влиять

6. правильного ответа нет

**4. Благожелательное отношение потребителей к широко распространенным и доступным по цене товарам (услугам)- это основание для реализации маркетинговой концепции?**

1. совершенствования товара

2. интенсификации коммерческих усилий (реклама)

3. совершенствования производства

4. все ответы верны

5. правильного ответа нет

**5. Какая концепция утверждает, что потребители будут благосклонны к товарам и услугам, широко распространенным и доступным по цене?**

1. совершенствования производства

2. совершенствование товара

3. интенсификации коммерческих усилий

4. маркетинга

5. маркетинга-взаимодействия

**6. По характеру исследования цели могут быть?**

1. кабинетные или полевые
2. перспективные или текущие
3. поисковые, описательные или экспериментальные
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

**7. К какому виду исследования рынка относится изучение различных справочников и статистической литературы?**

1. кабинетные исследования
2. полевые исследования
3. не относится к исследованиям
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

**8. Исследование поведения людей в магазине предполагает следующую форму наблюдения?**

1. лабораторную
2. кабинетную
3. полевую
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

**9. Что такое сегментирование рынка?**

1. деление конкурентов на однородные группы
2. деление потребителей на однородные группы
3. деление товара на однородные группы
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

**10. Первая стадия в процессе создания нового продукта- это?**

1. управленческий анализ
2. конструирование товара
3. создание идеи
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

**11. Спрос можно считать эластичным, если?**

1. при несущественном снижении цены значительно увеличивается спрос
2. при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно
3. при изменении цены спрос не изменяется
4. спрос изменяется независимо от цены
5. все ответы верны
6. правильного ответа нет

**12. Реклама - это?**

1. неличная коммуникация
2. немассовая коммуникация
3. двухсторонняя коммуникация
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

**13. При использовании прямого канала распределения продажа товара осуществляется?**

1. коммивояжерами фирмы
2. магазинами розничной торговли, принадлежащими производителю
3. с помощью почты
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

**14. Правило “80/20” гласит, что**

1. из 80% потребителей 20% являются клиентами компании
2. 20% потребителей приносят 80% прибыли компании
3. из 20% потребителей 80% являются клиентами компании

**15. Система, основанная и опирающаяся на источники и методические приемы, с помощью которых можно получить информацию о событиях и ситуациях, складывающихся во внешней маркетинговой среде, называется**

1. Системой маркетинговой информации
2. внешней информации
3. внешней среды
4. методической информации

**16. Организацию системы товародвижения, продажного и послепродажного сервиса, системы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС), а также проведение целенаправленной ценовой политики и стратегии предполагает функция маркетинга**

1. Производственная
2. Сбытовая
3. Аналитическая
4. контролирующая

**17. Осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку – это этапы процесса возникновения**

1. реальной нужды
2. покупательских действий
3. процесса принятия решения о покупке

**Тест15**

**Тема. 5.3. Маркетинговая информация и ее источники**

*Основные термины* Информация и ее виды, функциональная, координационная, оценочная. Классификация информации, требования, предъявляемые к информации

1. Функция решений объясняемая тем что, решения находятся между осмысленной реализующей фазами управленческого решения называются – фильтрующей

2. Функция, состоящая в том, что в процессе принятия и реализации решения взаимодействуют все функции менеджмента называется – связывающей.

3. Совокупность сведений о процессах, протекающих внутри организации и ее окружением называется – информация.

4. Совокупность условий возникающих под влиянием внутренних и внешних воздействий называется – ситуацией.

5. Реальное несоответствие желаемого и действительного уровней удовлетворений потребности субъекта – проблема

6. Экономические, организационные, социально – психологические, политические, технические проблемы, классифицируются по содержанию.

7. Долгосрочные, краткосрочные проблемы классифицируются по времени.

8. Период, когда известны масштабы и последствия проблемы, решения принимаются в режиме реального времени, называется стабилизации развития проблемы.

9. Период, когда величина проблемы оказывает существенное негативное влияние на управленческую деятельность и вызывает массу негативных последствий, принимаемое решение будет действовать с опозданием, называется периодом устойчивого развития проблемы.

10. Показатели, на основе которого следует проводить оценку альтернатив с точки зрения возможности достижения поставленной цели – называется критериями.

## **Вопросы и задания рубежного контроля знаний**

### **Тема. 5.4. Принятие маркетинговых решений**

#### **Темы семинарских и творческих заданий**

##### **Семинарское занятие 1.**

**Тема: Производство и экономика.**

*Производство, его элементы и роль в обществе.*

*Виды производства.*

*Факторы производства и их особенности.*

*Ресурсы, их виды. Проблема ограниченности ресурсов.*

##### **Семинарское занятие 2**

**Тема: Сущность рынка. Основные элементы рынка. Законы спроса и предложения. Рыночное равновесие.**

*Сущность рынка его элементы.*

*Кругооборот капитала, основной и оборотный капитал.*

*Физический и моральный износ капитала. Амортизация.*

*Издержки обращения и издержки производства.*

*Себестоимость, её виды, структура.*

*Закон спроса; факторы, влияющие на спрос.*

*Закон предложения; факторы, влияющие на предложение;*

*Равновесная цена. Механизм рыночного равновесия.*

##### **Семинарское занятие 3**

**Тема: Доходы, проблемы социальной политики государства в рыночной экономике.**

*Основные направления социальной политики.*

*Сущность заработной платы, её формы и системы.*

*Прибыль, её формы.*

*Функции прибыли. Норма прибыли.*

*Банковская прибыль.*

*Земельная рента, её виды.*

## **Вопросы рубежного контроля знаний**

### **Вопросы к зачету**

по дисциплине **«Основы экономики, менеджмента и маркетинга»**

**Специальность 32.05.15 «Кинология»**

#### **Вопросы по разделам 1.2.3.**

1. Предмет экономической теории, структура общей экономической теории: микроэкономика и макроэкономика, функции экономической теории.
2. Исторические этапы развития экономической теории: основные положения

меркантилистов, физиократов, английской классической школы. Отличительные особенности экономического учения К. Маркса.

3. Производство — процесс создания полезного продукта; воспроизводство, его фазы. Воспроизводство простое и расширенное. Экономическое производство, понятие экономической эффективности. Материальное и нематериальное производство.

4. Потребность как экономическая категория. Виды потребностей. Закон возрастания потребностей

5. Основные типы экономических систем: традиционная, командно-административная и рыночная. Их отличительные черты.

6. Три основных вопроса экономической теории: производить ЧТО? КАК? ДЛЯ КОГО? Проблема оптимального выбора

7. Приватизация и ее формы, особенности приватизации в России

8. Собственность как основа производственных отношений. Исторические типы и формы присвоения. Многообразие форм собственности.

9. Рынок как развитая система отношений товарно-денежного обмена. Признаки, принципы и функции рынка. Понятие инфраструктуры рынка.

10. Основные элементы рынка: товар, цена, спрос, предложение. Товар как экономическая категория. Потребительная стоимость и стоимость товара. Двойственный характер труда, заключенного в товаре.

11. Теория спроса и предложения. Спрос и предложение – важнейшие экономические рычаги рыночного механизма. Спрос, закон спроса. Предложение, закон предложения.

12. Конкуренция, олигополия и монополия: модели современного рынка. «Плюсы» и «минусы» монополии.

13. Понятие экономического цикла, фазы цикла. Основные причины кризисов перепроизводства. Социально-экономические последствия кризисов.

14. Денежная система. Денежное обращение и его проблемы. Закон денежного обращения. Денежная масса, ее показатели (агрегаты). Предложение денег.

15. Инфляция: причины и формы проявления. Особенности антиинфляционной политики в России.

16. Цена и ценообразование. Виды цен.

17. Занятость населения. Безработица ее виды и последствия.

18. Субъекты и объекты рынка. Сущность рыночного механизма

19. Структура общей экономической теории: микроэкономика и макроэкономика. Функции экономической теории.

#### **Вопросы раздела 4**

1. Сущность менеджмента. Современные школы менеджмента.

2. Принципы и задачи менеджмента. Основные требования к руководителю.

3. Требования, предъявляемые к целям. Классификация целей.

4. Понятие организации. Состав и содержание внутренних элементов организации.

5. Внешняя среда организации. Факторы среды прямого воздействия, оказывающие влияние на организацию.

6. Сущность и формы делового общения.

7. Внешняя среда организации - сущность, содержание и взаимосвязь.

8. Принципы управления, их влияние на деятельность организации.

9. Характеристика общих функций управления присущих кинологическим организациям.

10. Контроль как функция управления, виды контроля.

11. Понятие, сущность и причины конфликтов в организациях.

12. Значение информации в управленческой деятельности. Понятие поток, массив информации, информационная система.

13. Этапы рационального решения проблемных ситуаций, факторы оказывающие влияние на процесс принятия решений.
14. Содержание информационной коммуникации, виды, элементы и этапы обмена.
15. Этапы принятия управленческих решений.
16. Факторы, оказывающие влияние на процесс принятия управленческих решений.
17. Виды методов управленческих решений.
18. Характеристика, содержание и особенности управленческого труда.
19. Власть и личное влияние, необходимость власти в управлении. Типы власти.
20. Понятие и характеристика стилей руководства.
21. Применимость стилей управления в практической деятельности руководителя.
22. Природа и причины стресса. Роль руководителя в управлении стрессовой ситуацией.
23. Методы управления, характеристика административно-распорядительных методов управления.
24. Методы управления. Характеристика экономических и социально- психологических методов управления.

### **Вопросы к разделу 5**

1. Основные понятия маркетинговых исследований.
2. Правила и процедуры маркетинговых исследований.
3. Методы маркетинговых исследований. Направления исследований в маркетинге.
4. Этапы маркетинговых исследований.
5. Виды маркетинговой информации, первичная и вторичная информация.
6. Подходы к получению данных. Методы сбора, анализа и обработки данных
7. Принятие решений о выборе сегмента рынка.
8. Выбор стратегии охвата рынка.
9. Оценка уровня конкурентоспособности продукции организации.
10. Позиционирования товара на рынке. Подготовка отчета о маркетинговых исследованиях.

Практические вопросы

### **Практические вопросы к разделам 1. 2. 3.**

1. Спрос на деньги со стороны активов возникает в связи с тем, что деньги являются:
  - а) средством платежа; б) средством обращения;
  - в) средством сбережения стоимости и накопления богатства; г) по другим причинам.
2. Естественный уровень безработицы в рыночной экономике подразумевает:
  - а) 100 % занятость трудоспособного населения; б) равновесие на рынке труда;
  - в) отсутствие фрикционной безработицы;
  - г) наличие фрикционной и структурной безработицы и отсутствие циклической безработицы.
3. Рыночная экономика служит общественным интересам, когда отдельные хозяйственные субъекты преследуют свои собственные экономические интересы, потому что:
  - а) существует социальная ответственность руководителей бизнеса;
  - б) существуют конкурентные рынки;
  - в) рыночный механизм координируется и регулируется государством;
  - г) отдельные предприниматели проявляют понимание общественного интереса.
4. Инфляция в течение года уменьшилась с 15 до 5 % в месяц. От этого, в первую очередь, выиграли:
  - а) учителя, имеющие фиксированную зарплату; б) торговцы драгоценностями;
  - в) владельцы облигаций сберегательного займа; г) кредиторы;
  - д) дебиторы; е) все.
5. Что из перечисленного изучает микроэкономика?

А) Национальную экономику, как целостную систему; б) Производство в масштабе всей страны;

- в) Изменение общего уровня цен; г) Численность безработных в стране;
- д) Производство зерна и динамику его цены; е) Ничего из перечисленного.

6. Чего, скорее всего, нет в командной экономике:

а) Планирования от достигнутого; б) Несправедливого распределения благ; в) Назначаемых чиновниками цен; г) Ориентации производителей в основном на платежеспособный спрос; д) Все предыдущие ответы неверны.

7. Собственность, как экономическая категория – это:

- а) принадлежность объекта субъекту, право пользования объектом;
- б) право владения, распоряжения, пользования в совокупности;
- в) совокупность экономических отношений, связанных с присвоением условий производства и его результатов;

г) нечего из перечисленного.

8. Если цена на продукцию монополиста растет, то его прибыль:

- а) уменьшается;
- б) увеличивается;
- в) остается без изменения;
- г) может уменьшаться, остаться без изменений или увеличиться

9. Олигополия – это рыночная структура, основным признаком которой является:

а) большое количество конкурирующих фирм, производящих дифференцированный продукт;

б) ожесточенная ценовая война между фирмами;

в) только одна крупная фирма обеспечивает удовлетворение рыночного спроса на определенный продукт;

г) проведение активной неценовой конкуренции;

д) господство относительно малого числа крупных фирм на рынке.

10. В отрасли функционируют 1000 фирм. У каждой фирмы предельные издержки при выпуске 4 единиц продукта в месяц составляют 3 руб., при выпуске 5 единиц - 5 руб., при выпуске 6 единиц – 7 руб. Если рыночная цена равна 5 руб., то отраслевой выпуск в месяц составит:

- а) не более 4 000 единиц; б) 5 000 единиц;
- г) 6 000 единиц; д) более 6 000 единиц

11. Укажите, верно или неверно каждое из следующих утверждений, что в условиях совершенной конкуренции:

- а) увеличение предложения фирмы сопровождается ростом цены, товара;
- б) увеличение предложения фирмы сопровождается снижением цены товара;
- в) увеличение предложения фирмы не влияет на цену товара;
- г) увеличение предложения фирмы сопровождается ростом цены товара.

12. Естественный уровень безработицы в рыночной экономике подразумевает:

а) 100 % занятость трудоспособного населения; б) равновесие на рынке труда;

в) отсутствие фрикционной безработицы;

г) наличие фрикционной и структурной безработицы и отсутствие циклической безработицы.

13. Рынок как экономическая система представляет:

а) систему хаоса, анархии и неопределенности;

б) сложный механизм координации, действующий через систему рынков, цен, прибылей, убытков, конкуренции;

в) систему экономических отношений производителей и потребителей;

г) систему, предполагающую широкое использование капитала с целью повышения эффективности экономики;

д) ни одно из утверждений не является верным

## Практические вопросы к разделу 4

1. Построить «дерево-целей» для организации оказывающей услуги населению.
2. Построить принципиальную схему линейной структуры управления.
3. Построить принципиальную схему функциональной структуры управления и дать ей характеристику.
4. Разработать систему мотивации, основанную на процессуальной теории ожидания.
5. Ситуация: Вы назначены руководителем первичного трудового коллектива. Разработайте план вашего выступления перед работниками вверенного вам коллектива.
6. На конкретном примере покажите применимость авторитарного стиля руководства.
7. На конкретном примере покажите применимость демократического стиля управления.
8. Конфликты в коллективе создают много проблем, снижают производительность труда, нарушают социально-психологический климат увеличивают текучесть коллектива и в конечном итоге ведут к снижению эффективности. Разработайте основные направления деятельности руководителя по снижению или предотвращению негативных последствий конфликта.
9. Выявите в своей организации (студенческой группе) неформальные группы и объясните причины их возникновения.
10. Разработать систему материального и организационного стимулирования работников кинологической службы.
11. На конкретном примере определите, авторитетен ли Ваш руководитель.
12. Одной из предпосылок успешной работы коллективов подбор руководителя первичного трудового коллектива. Ситуация осложняется тем, что в результате неудачного подбора кандидатуры на место руководителя распадается подразделение. Разработайте требования, которые следует учитывать при подборе кандидатуры руководителя.
13. Построить «дерево – целей» организации, оказывающие коммунальные услуги населению.
14. Привести примеры целей и задач сельскохозяйственной организации.
15. На конкретных примерах покажите отличия управленческой работы от других видов трудовой деятельности.

## 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОБЩИМ ВОПРОСАМ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

*В процессе изучения дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» используются следующие методы обучения и формы организации занятий:*

- комбинированные уроки, лекции;
- практические работы и семинары, закрепление материала лекции и самостоятельно изученных темах;
- письменные, устные домашние задания;
- расчетно-аналитические, расчетно-графические задания;
- обсуждение подготовленных студентами конспектов;
- консультации преподавателей;
- работа с глобальной информационной системой Интернет
- самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к семинарским занятиям, выполнение указанных выше письменных работ.

*В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные технологии и интерактивные методы:*

- деловые игры для более глубокого освоения моделей рыночного равновесия, поведения потребителей и фирм;
- учебные конференции;
- ролевые игры в ходе сравнительного анализа различных экономических концепций и школ;
- дискуссии, разбор конкретных ситуаций как для иллюстрации той или иной теоретической модели, так и в целях выработки навыков применения теории при анализе реальных экономических проблем;
- тренинги в виде «мозгового штурма» при решении проблем и задач;
- работа в малых группах, командах;
- внеаудиторная работа в форме обязательных консультаций и индивидуальных занятий со студентами (помощь в понимании тех или иных моделей и концепций, подготовка рефератов и эссе, а также тезисов для студенческих конференций и т.д.

Основной формой обучения дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» считается урок.

**Урок** – это законченный в смысловом, временном и организационном отношении отрезок (этап, звено, элемент) учебного процесса.

Учебное занятие является ведущей составной частью образовательного процесса, при котором реализуется весь комплекс образовательной, развивающей и воспитывающей функций обучения в соответствии с требованиями учебной программы. Во время учебного занятия преподаватель в течение точно установленного времени руководит коллективной познавательной деятельностью студентов.

Учебное занятие – это сложный и ответственный этап учебного процесса, ибо от качества отдельных занятий, в конечном итоге, зависит общее качество подготовки специалиста. Дать качественный, хороший урок – дело не простое даже для опытного педагога. Многие зависят от понимания и выполнения преподавателем требований к учебному занятию, которые определяются целями, задачами обучения, закономерностями и принципами учебного процесса.

Цели учебного занятия подразделяются на дидактические (обучающие), воспитательные и развивающие. Также распространенной формой передачи студентам базовых и современных знаний в области менеджмента по-прежнему является чтение лекций.

**Лекции** Важнейшая роль в пробуждении интереса у студентов к дисциплине принадлежит лекции. Особое значение имеет первая, вводная лекция по учебной дисциплине.

На первой лекции, предваряя вопросы студентов, следует назвать количество часов, отводимых на лекции и практические (семинарские) занятия, а также рассказать о формах промежуточной аттестации и итогового контроля и о возможности (или невозможности) получения автоматического экзамена. Необходимо также дать краткую информацию о наличии в библиотеке колледжа учебной литературы как на бумажных носителях, так и в электронной форме. Кроме того, преподавателю стоит сразу ознакомить студентов со своими требованиями по ведению конспектов лекций, выполнению домашних заданий, подготовке к практическим занятиям и формам отчетности за пропущенные занятия.

При чтении лекций стоит помнить о нескольких важных моментах.

1. Изложение материала должно происходить по предложенному студентам плану; обязательно акцентировать окончание одного и начало изложения следующего вопроса.

2. Началу лекции должно предшествовать введение в тему, а ее окончание должно сопровождаться главными выводами; этого же принципа следует придерживаться и при рассмотрении отдельных вопросов лекции.

3. То, что студенты должны записать, необходимо выделять голосом, произносить с расстановкой, с четким произношением окончаний и в таком темпе, чтобы они успели записать (иначе – возгласы недовольства, раздражение).

4. Изложение материала должно быть хорошо продуманным, четким, логичным, аргументированным.

5. Для привлечения внимания использовать риторические вопросы, «разряжающие» фразы типа: «Особенно стоит подчеркнуть следующее...», «Необходимо обратить внимание...».

6. Следить за восприятием материала, создавать для аудитории «паузы отдыха» - приводить примеры, исторические справки, разъяснение отдельных ситуаций.

На лекциях целесообразно проводить экспресс-контроль в течение последних 5 минут.

В структуру практических занятий, как правило, включаются активные формы и элементы интерактивной модели обучения

Дисциплина Основы экономики, менеджмента и маркетинга носит прикладной характер, что вызывает необходимость практического освоения стратегических приемов и методов планирования и управления. Одним из главных направлений подготовки специалистов и повышения управленческих знаний является внедрение методов активного обучения студентов. Опыт показывает, что наиболее эффективными являются методы с непосредственным участием обучаемых. Такие методы приучают к самостоятельному мышлению, ориентации в сложной и быстро меняющейся производственной обстановке, приобретению навыков сбора и анализа материала, умению провести самостоятельный анализ и дать рекомендации. К этим методам относятся деловые игры, тесты и конкретные ситуации.

В условиях резкого возрастания объемов информации важнейшим источником знаний в значительной мере становится непосредственная практика руководства трудовыми коллективами во всем ее многообразии и насыщенности примерами. Как показывает практический опыт, современному руководителю требуются не только системные знания по теоретическим аспектам управления, но и навыки практической работы. В то же время представляется очевидным, что изданные ранее работы по управлению персоналом, психологии управления не охватывают в комплексе такие вопросы, как содержание деятельности и модель качеств менеджера; «команда» менеджера; мотивация персонала; стиль руководства; культура делового общения; проведение деловых переговоров, совещаний, бесед с подчиненными и др.

Именно эти темы, наряду с другими, рассматриваются в курсе «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» с помощью деловых игр, тестов и конкретных ситуаций.

Применение **деловых игр** является наиболее реальной имитацией процессов разработки, принятия и реализации решений. В основе деловой игры лежит комплекс взаимосвязанных ситуаций, отображающих процессы функционирования – производственной, экономической, социальной систем, по существу имитирующих весь механизм управления объектом.

Логическое обоснование принимаемых в процессе игры решений обеспечивается полнотой и точностью полученных знаний. Использование тестов и навыков коммуникативного тренинга в учебном процессе позволяет: определить индивидуальные и личностные качества кинолога, оценить его деловые, организаторские и профессиональные качества; сравнить себя, свои отдельные качества и личностные особенности с определенной шкалой, характеризующей степень расхождения его качеств с качествами «идеального»

руководителя кинологической службы, с другими людьми, что дает ориентиры для самовоспитания; выявить и более эффективно применять свои положительные качества, что формирует уверенность в себе; сформировать более адаптивную самооценку своих способностей, поведения; уяснить свои ошибки, выявить недостатки, осознать их.

Активной формой работы преподавателя со студентами являются практические занятия, на которых студенты имеют наибольший контакт с преподавателем для отработки умений и навыков практической деятельности.

В целях совершенствования учебного процесса, активизации самостоятельной работы студентов, повышения их интереса к изучаемой дисциплине, а также для получения дополнительной информации, занятия целесообразно проводить в активных формах, в виде выполнения тренировочных заданий, моделирования проблемной ситуации.

Весьма перспективной в работе со студентами является самостоятельная оценка уровня развития своих качеств. Информация, полученная в результате самооценки и самотестирования, позволяет менеджеру трезво и непредвзято оценить себя, увидеть свои положительные и отрицательные качества. Следовательно, самооценка, являясь источником критической информации, оказывает влияние на самосознание личности, способствует активизации мотивов самовоспитания и самосовершенствования. Другими словами, самооценка личности с помощью психологических методик может быть одним из надежных средств педагогического воздействия и воспитания современного руководителя.

Методическими особенностями модульной деловой игры являются:

- нацеленность на использование личных возможностей человека, а не на внешние обстоятельства;
- конкретная практическая направленность, возможность непосредственного применения в учебном процессе и в практической деятельности менеджера;
- непосредственная привязка материала к тематическим разделам дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга.

**Вспомогательные формы обучения:** предметные кружки, консультации, семинарские занятия, факультативные занятия, учебные экскурсии, научно – практические конференции, домашняя самостоятельная работа, смотры-конкурсы – дополняющие и развивающие классно-урочную деятельность обучаемых.

**Консультация (учебная)** – форма организации учебного занятия, проводимого в виде собеседования индивидуально и по группам, во внеурочное время по определенному графику или по мере надобности, после завершения раздела программы, в процессе его изучения и особенно эффективно в период подготовки к экзаменам и ли зачету. Правильно организованная консультация воспитывает у обучаемых самоконтроль, критическое отношение к своим знаниям, помогает правильно установить уровень облученности.

С целью лучшего усвоения и закрепления знаний на дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» рекомендуется применять проблемные методы обучения.

**Проблемное обучение** – это способ активного взаимодействия преподавателя и обучаемых, в процессе которого путем создания проблемной ситуации моделируются условия для исследовательской деятельности и развития творческого мышления. При этом средством управления мышлением студентов выступают проблемные и информационные вопросы. Видами проблемного обучения являются проблемные вопросы, ситуации, задачи. Главное в проблемном обучении – создать проблемную ситуацию.

Методы проблемного обучения: поисковая беседа, проблемное изложение, исследовательский метод. При проблемном изложении обучаемые внимательно следят за ходом

мысли преподавателя и включаются в поиск научно-доказательного решения проблемы: высказывают предположения, обдумывают способы их проверки, осуществляют проверку посредством намеченных опытов, наблюдений, рассуждений, расчетов, обдумывают и оформляют выводы, защищают и доказывают их истинность.

Цель проблемного обучения – усвоение не только результатов научного познания, системы знаний, но и самого пути процесса получения этих результатов, формирование познавательной самостоятельности студентов, развитие их творческих способностей.

Деятельным способом в обучении по специальности «Кинология» являются практические работы.

**Практическое обучение** используют с целью формирования практических, трудовых умений и компетенций путем систематических осознанных упражнений и действий. Самым распространенным среди практических методов является упражнение.

Упражнения бывают интеллектуальными, общенаучными, профессиональными, производственными. Системное моделирование в учебном процессе в конечном итоге способствует формированию умений, практических навыков и профессионального мышления, так необходимого современному выпускнику.

Рекомендуется использование приемов закрепления: повторение, вопросы на проверку внимания, усвоения; подведение итогов в конце вопроса, всей лекции. Использование наглядных пособий, информационно – коммуникационных средств. Применение лектором опорных материалов: текст, конспект, отдельные записи, чтение без опорных материалов.

Руководство работой студентов: требование конспектировать и контроль за выполнением. Обучение студентов методике записи и помощь в этом: темп, медленный темп, повтор, паузы, вычерчивание графиков.

Просмотр конспектов: по ходу лекции, после или на семинарских и практических занятиях. Использование приемов поддержания внимания — риторические вопросы, шутки, ораторские приемы. Разрешение задавать вопросы.

### **Проведение дифференцированного зачета**

Дифференцированный зачет проводится после завершения теоретического и практического курсов обучения по дисциплине Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Целью дифференцированного зачета является оценка профессиональной подготовленности студента к самостоятельной работе:

- знание основных экономических управленческих и рыночных понятий, инициативность в практической работе, наблюдательность, умение использовать теоретические знания в профессиональной деятельности;
- умение квалифицированно выполнять этапы учебного процесса.

К дифференцированному зачету допускаются лица, выполнившие требования, предусмотренные федеральным государственным образовательным стандартом по дисциплине, прошедшие все промежуточные аттестационные испытания.

### Дифференцированный зачет проводит преподаватель дисциплины

На дифференцированный зачет студенты должны представить:

- оформленный конспект лекций;
- оформленные практические задания.

Оценка по дисциплине выставляется на основании оценок за работу на практических занятиях; за оформление конспекта; за защиту на зачете. Дифференцированный зачет может выполняться как в форме тестирования, так и письменной форме по вариантам.

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

### Рекомендации обучающимся по написанию реферата, доклада, сообщения

#### Реферат, его структура

Реферат представляет собой систематическое и последовательное изложение какого-либо вопроса или научного труда. Работа над рефератом позволяет студентам:

- расширять и углублять теоретические знания;
- формировать ценностное отношение к научным знаниям, а также умение анализировать научные теории и производственный опыт, обобщать их и делать выводы;
- знакомиться с практическим опытом, проводить его изучение, заимствовать все лучшее, передовое для своей будущей профессиональной деятельности.

#### Реферат включает в себя следующие части:

- титульный лист (с указанием темы, фамилии и инициалов исполнителя и руководителя реферата);
- введение (с кратким обоснованием избранной темы, ее актуальности);
- основная часть (раскрывает содержание темы, нерешенные вопросы, подход к решению одного или нескольких из них в литературе, описание и анализ проделанной автором опытной работы);
- заключение (содержит краткое обобщение анализа литературы, выводы по изученному опыту, а также выводы по проведенной студентом опытной работе);
- перечень литературы (составляется в соответствии с требованиями библиографии, приводится в конце реферата).

Реферат должен отвечать следующим требованиям:

- иметь план изложения вопроса;
- в содержании должна быть сформулирована суть вопроса, намечены пути его решения в литературе или в опыте, обозначено собственное отношение автора к проблеме, его точка зрения по выделенным вопросам;
- реферат должен быть написан четко, грамотно, разборчиво, с обозначением страниц; ссылки на источники даются в соответствии с правилами библиографии;
- объем реферата не должен превышать 10-15 страниц машинописного текста или соответствующего этому объему рукописного исполнения;
- чертежи, графики, другие виды иллюстраций даются в приложении.

Доклад составляется аналогично реферату, на основании 2-3 литературных источников, его объем может быть 2-5 страниц. В докладе необходимы следующие элементы:

- вступление — указание на сущность содержания темы, хотя бы в одном предложении;
- определение цели, т.е. отражение того самого существенного в теме, что объясняет его значение;
- основная часть — изложение основных фактов;
- выводы (заключения), если они требуются, т.е. если цель темы — не только информирование, но и убеждение;
- рекомендации, если они требуются, т.е. если защищается некий план действий;
- резюме — краткое изложение сути темы, если он длинный или сложный (может быть помещено и в начале, и в конце).

**Сообщение** – краткое тезисное изложение темы работы, основных категорий, понятий, фактов. Строится по типу доклада, может быть основано на одном литературном источнике.

#### **Рекомендации по порядку написания конспекта (опорного конспекта)**

Задача обучающихся в процессе умелой и целеустремленной работы на занятиях – внимательно слушать преподавателя, следить за его мыслью, предлагаемой системой логических посылок, доказательств и выводов, фиксировать (записывать) основные идеи, важнейшие характеристики понятий, теорий, наиболее существенные факты. Лекция задает направление, содержание и эффективность других форм учебного процесса, нацеливает обу-

чающихся на самостоятельную работу и определяет основные ее направления (подготовку к семинарам, написание контрольных работ, докладов, рефератов).

Активная, вдумчивая и плодотворная работа на занятиях – ключ к усвоению сложных и необходимых знаний по теме.

Несмотря на то, что в библиотеке образовательного учреждения, в читальных залах, в Интернете есть необходимая информация по теме для прохождения текущего и итогового контроля по теме, обучающемуся необходимо посещать все занятия по нескольким причинам

Во-первых, человек лучше и легче усваивает информацию при непосредственном общении с преподавателем. Эмоционально рассказанный материал лекции не заменят ни учебники, ни Интернет.

Во-вторых, обучающийся приходит на занятие учиться. Посещение занятия экономит время на подготовку к контрольным работам, контрольным опросам, тестированию, сдаче зачета. Лекции позволяют за небольшой промежуток времени проникнуть в сущность глобальных явлений, процессов. Кроме этого, у обучающегося есть возможность задавать вопросы. На возникающие вопросы можно быстро получить ответ, записав и задав их преподавателю в конце занятия или после нее, на консультации. Вопросы помогут разобраться в том, что излагает преподаватель; связать новое с тем, что тебе уже известно по данной теме из предыдущих лекций, прочитанных книг и журналов.

В-третьих, занятия дают основные ориентиры в необъятном море огромного количества тематического материала.

Усвоив материал лекции, студент обязан еще и работать самостоятельно, читать дополнительную литературу, предлагаемую для подготовки к следующим занятиям. Но основой для понимания будет все-таки лекция и написанный студентом конспект. Правильно написанный конспект помогает усвоить 80 % нужной информации.

В-четвертых, лекции преподавателя отражают последние достижения науки, а учебник, полученный Вами в библиотеке, может быть безнадежно устаревшим. Она лучше других форм компенсирует отсутствие новейших современных учебников и учебных пособий, оперативно знакомит с новейшими данными науки.

Таким образом, важность работы на лекции обусловлена освоением существенного, необходимого материала для понимания современных проблем.

Хороший конспект – залог четких ответов на занятиях, хорошего выполнения контрольных опросов и контрольных работ. Значимость конспектирования на лекционных занятиях несомненна. Проверено, что составление эффективного конспекта лекций может сократить в четыре раза время, необходимое для полного восстановления нужной информации.

Перед каждым занятием необходимо внимательно прочитать материал предыдущей лекции, внести исправления, выделить важные аспекты изучаемого материала.

Проработка материала конспекта, осуществляется, как правило, обучающимся дома при выполнении домашнего задания.

Процесс проработки материала конспекта складывается из следующих этапов:

1. Чтение материала конспекта;
2. Поиск в конспекте ответов на вопросы, предложенные для самоконтроля обучающегося;
3. Построение логичного и стройного пересказа текста конспекта на основании ответов на вопросы, предназначенные для самоконтроля обучающихся.

При чтении конспекта, составленного в ходе занятия, необходимо выделять главную информацию и ее запомнить. При чтении лекции следует обратить внимание на используемые при написании конспекта условные обозначения, выделения текста цветными чернилами, крупными буквами, подчеркивание отдельных фраз и предложения, которые используются для выделения главной информации в тексте.

После усвоения каждой темы рекомендуется проверять свои знания, отвечая на вопросы контрольных тестов и составляя необходимые схемы, таблицы.

Для более системного усвоения темы составляется опорный конспект, состоящий из определений, фундаментальных схем, понятий, формул, рисунков и графиков. Опорный кон-

спект позволяет быстрее сформировать целостность представления учебного материала.

При ответе на вопросы, предназначенные для самоконтроля обучающихся, в случае выявления пробелов в знаниях основных институтов, понятий, процессов и процедур, допускается повторное прочтение конспекта лекции.

После ответа на вопросы самоконтроля обучающимся следует пересказать текст лекции. Главное требование пересказа – сжатое изложение материала конспекта, при этом должны быть выделена основная (главная) информация.

Освоение материала конспекта можно считать успешным, если обучающий пересказывает его без обращения к тексту конспекта.

#### **Рекомендации по порядку составления видео презентации.**

Видеопрезентация наиболее удобная для восприятия, поскольку позволяет ярко и во всей красе (при помощи звука и изображения) передать информацию и составить наиболее полное и наглядное представление о теме. Она поможет вам не только красочно проиллюстрировать информацию, но и создать «эффект присутствия», как говорится, - лучше один раз увидеть.

##### *Общие требования к видеопрезентации*

1. Стиль (соблюдение единого оформления на протяжении всего ролика, например заголовки должны быть одного шрифта, размера и цвета, подписи к фотографиям – одинаковы по оформлению, основной фон должен быть постоянен и наследоваться промежуточными фонами сцен)

2. Грамотное кадрирование изображения (5 фотографий в одном кадре – перебор)

3. Качество изображения (картинка должна быть четкой, контрастной; фон и текст должны быть контрастными, не используйте более 3-4 цветов в одном статичном кадре )

4. Качество звука (без шипения и дребезжания),

5. Грамотное использование эффектов перехода (красивые переходы между кадрами) Эмоциональное воздействие (ваше видео должно вызывать интерес, чтобы зрителю захотелось увидеть все своими глазами)

6. Логическое построение (видео и звук составляют единое целое)

7. Динамика сюжета (на 30-й секунде перелистывания фотографий можно потерять всякий интерес к вашему ролику, но и другая крайность – бесконечное дерганье видеоряда не придает динамичности)

8. Титры и текст (используйте крупный шрифт, минимальное текстовое наполнение – что, где, когда; не усердствуйте в оформлении и анимации титров, они должны быть легко читаемы, не используйте экзотические шрифты и не более 3-х разных; помните движущийся текст трудно читаем)

9. Анимация (анимация статичных изображений, титров не должна являться самоцелью и отвлекать внимание от содержания; рекомендуется анимировать начало ролика с названием презентации)

##### *Рекомендации и советы*

##### Выбор редактора

Существует огромное количество видео и аудио редакторов. В колледже имеется лицензионная операционная система Windows, в состав которой входит встроенный видеоредактор Movie Maker.

С аудиоредакторами намного сложнее. Существует свободнораспространяемый (бесплатный) аудиоредактор Audacity, который вполне приемлем для наших целей.

И последнее – редактор для обработки фото. Лицензированные программы Adobe Photoshop, Corel, где есть Corel Photopaint, CorelDraw или свободнораспространяемый редактор Gimp.

##### Хранение материалов:

Сразу же создайте в корне диска папку, например ПРОЕКТ, а в ней подпапки: фото, видео, аудио, текст или как-то иначе. Главное – сразу же наводите порядок в материалах, называйте файлы так, чтобы было понятно что в них. Обязательно сохраняйте исходники

Фотошопа, Корела, Джимпа, если делаете коллаж или схему. Это в последствии сэкономит вам время, когда что-то придется переделывать. Сохраняйте исходники фотографий, не пере-записывайте их при редактировании: уменьшении разрешения или размера.

#### Использование изображений:

При использовании в презентации фотографий (снятых на фотоаппарат или отсканированных) необходима их предварительная обработка в фоторедакторе: обрезка, восстановление цветности, контраста, яркости и т.п

#### Использование музыки, песен

Использование музыки, песен в качестве фона вашего ролика незаконно и нарушает авторские права. Вы должны либо получить разрешение правообладателя, либо использовать короткие отрывки или собственный микс «по мотивам» произведения, с указанием в финальных титрах автора. С другой стороны, процедура «как это сделать» для физических лиц плохо прописана и вы не преследуете коммерческих целей. В любом случае, если вы используете в качестве музыкального фона произведение, автором которого вы не являетесь, в финальных титрах вы должны указать автора и название произведения.

При подборе фоновой музыки старайтесь не использовать песен, если это не обусловлено сюжетом или не является цитированием. Учитывайте, что ритм и темп фоновой мелодии по неволе должен определять смену кадров и сцен вашего ролика. Фоновая мелодия должна быть тише голоса настолько, чтобы слова были хорошо различимы. При отсутствии голосового сопровождения более 5-7 секунд, громкость фоновой мелодии должна быть повышена до уровня голоса. Для 5-7 минутного видеоролика достаточно использования 2-3 мелодий.

#### Структура видеопрезентации

Ролик должен начинаться с названия, а закончиться титрами «над фильмом работали» и «в фильме использована музыка, видео и т.п.». Обе эти части должны длиться не менее 5 секунд, при использовании анимации – столько, сколько необходимо для прочтения.

Длительность видео не должна превышать 7 минут. Практика показывает, что оптимальный вариант длительности, при незатянутаю сюжете, - 5 минут. 3 минуты, очень часто, не хватает зрителю чтобы понять и осмыслить то что он увидел, а 7 минут – на пределе возможностей его восприятия. Неподготовленный зритель, после 7 минут, скорее всего, он уже не получит законченного представления о теме вашего выступления. Поэтому ориентируйте себя на 5-минутный ролик, т.к. не всегда удастся логично закончить сцену, действие, раздел и требуется добавить то там, то здесь 5-10 секунд.

#### **Создание презентации**

##### *Этап 1. Замысел и сценарий*

В начале желательно написать сжатое изложение вашего рассказа – черновик сценария. Получив исходный текст, можете приступать к его иллюстрации. Здесь уже не обойтись презентацией из набора фотографий. Видеоряд должен соответствовать вашему рассказу.

##### *Этап 2. Съемка и монтаж*

Простейший способ записи – подключить микрофон к компьютеру в более или менее изолированной комнате без посторонних шумов. Тут без проб разных микрофонов и компьютеров не обойтись. Писать следует программой для записи звуков, хотя бы Audacity. В крайнем случае можно использовать mp3-плеер – практически все они имеют встроенный диктофон. При проведении собственных видеосъемок не пытайтесь снять с руки – используйте штатив (хотя бы самодельный). Нежелательно снимать видео на фотоаппарат – качество слишком низкое. Перед монтажом соберите все материалы подготовленные для этого в одной папке, например ФИЛЬМ и разместите ее в корне диска (например, D) – это облегчит перенос проекта с компа на комп. Сюда же сохраняйте и проекты видеоредактора. Не забывайте делать промежуточные копии проектов – это ваш путь к отступлению. В конце обязательно сделайте финальные титры с указанием тех, кто работал над проектом и перечислите авторов и название использованной музыки, песен, видеофрагментов и т.п.

## Рекомендации обучающимся по работе с учебной литературой и составление творческого отчета, эссе

*Самостоятельная работа студента с книгой* стала одним из важнейших методов обучения. Учебные книги успешно выполняют следующие функции; обучающую, развивающую, воспитывающую, побуждающую, контрольно-корректирующую. Существует ряд приемов самостоятельной работы с печатными источниками. Основные из них:

- конспектирование (краткое изложение, краткая запись содержания прочитанного);
- составление плана текста (простого или сложного);
- тезирование (краткое изложение основного смысла прочитанного);
- цитирование (дословная выдержка из текста с указанием автора, названия работы, места издания, издательства, года издания, страницы);
- аннотация (краткое изложение содержания прочитанного без потери смысла);
- рецензирование (написание краткого отзыва с выражением своего отношения к прочитанному);
- составление справки (сведений о чем-нибудь, полученных после поисков);
- составление словесно-схематического изображения прочитанного;
- составление матрицы идей (сравнительных характеристик однородных предметов, явлений в трудах разных авторов).

Большой эффективностью отличаются программированные учебные книги и учебно-методические пособия управляющего типа, в которых, кроме учебной, содержится и управляющая информация.

Работая с ними, обучаемые получают необходимые указания, выполняют предусмотренные действия, а главное – получают немедленное подтверждение правильности выполняемых действий.

*Творческий отчет* – это форма представления, позволяющее в комплексе оценить тему задания. Творческий отчет позволяет студенту комплексно представить результаты своей деятельности. Творческий отчет включает не только анализ и оценку результатов деятельности студента и условий их достижения, но и сформулируемые выводы.

### Структура творческого отчета

1. Титульный лист.
  2. Содержание (в нём последовательно излагаются названия, указываются страницы).
  3. Введение (формулируется: проблема, обосновывается выбор темы, определяется её актуальность, указываются цель и задачи данной работы, даётся характеристика используемой литературы и раскрывается основное понятие).
  4. Основная часть (каждый раздел её раскрывает одну из сторон проблемы; так же в основной части могут быть представлены таблицы, графики, схемы).
  5. Заключение (даётся обобщённый вывод по теме, результаты наблюдений).
  6. Список литературы
- Приложение (прилагаются фотографии, таблицы, схемы, графики).

## 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ ОБУЧАЮЩИХСЯ

### Введение

Самостоятельная работа студентов является одним из видов учебных занятий студентов и сопровождается контролем и оценкой ее результатов. Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» проводится с целью:

- систематизация, закрепление, углубление и расширение полученных теоретических знаний, самостоятельное овладение новым учебным материалом;

- развитие общих и профессиональных компетенций, включающих в себя способность осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения учебно-профессиональных задач, профессионального и личностного развития; использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования учебно-профессиональной деятельности;

- развитие познавательных способностей и активности студентов, творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;

- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;

- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной деятельности.

Основными видами самостоятельной работы по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» является аудиторная и внеаудиторная самостоятельная работа.

Аудиторная самостоятельная работа выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию. Внеаудиторная самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» включает в себя:

- подготовку к аудиторным занятиям (лекциям, практическим, семинарским, лабораторным) и выполнение соответствующих заданий;

- самостоятельную работу над отдельными темами учебной дисциплины в соответствии с календарно-тематическим планом;

- подготовку к семинарам и выполнение заданий, предусмотренных практическими работами;

- выполнение письменных работ, электронных презентаций;

- подготовку ко всем видам контрольных испытаний, в том числе к зачету;

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной преподавателем учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);

- проработка материала конспекта, составленного на уроке при изучении нового материала;

- написание рефератов, докладов, сообщений, эссе;

- подготовка к практическим работам, их оформление;

- выполнение микроисследований;

- подготовка презентаций;

- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, индивидуальных работ (кроссвордов, тестов) по отдельным разделам содержания дисциплин и т.д.;

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов по дисциплине

плине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме, с предоставлением изделия или продукта творческой деятельности студента. В качестве форм и методов контроля внеаудиторной самостоятельной работы студентов могут быть использованы практические занятия, тестирование, самоотчеты, письменные работы, защита творческих работ в форме презентаций, выполнение индивидуального практического задания и др.

Критериями оценки результатов внеаудиторной самостоятельной работы студента являются:

- уровень освоения студентом учебного материала;
- умения студента использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- сформированность общеучебных умений, культуры умственного труда, общих и профессиональных компетенций;
- обоснованность и четкость изложения ответа;
- оформление материала в соответствии с требованиями

По учебной дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» специальности 32.02.15 Кинология.

На изучение дисциплины учебным планом отводится максимально 69 час. Обязательная учебная нагрузка 46 час. Самостоятельная работа обучающегося – 23 часа.

Самостоятельная работа студентов является обязательной для каждого студента и определяется учебным планом.

### Перечень самостоятельных работ

по дисциплине Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Таблица 2.

№ раздела и темы, наименование темы самостоятельной работы	Наименование вида самостоятельной работы	Кол. час.	Форма выполнения	Форма контроля
<b>Тема 1.2. Собственность и ее виды.</b> Экономическая теория и прикладная экономика. История экономических учений. Коренное преобразование государственной собственности в России.	Проработка материала учебной литературы	2	Сделать доклад, сообщение	Устный опрос
<b>Тема 1.3. Организация хозяйственной деятельности.</b> Разделение труда и его связь с научно – техническим прогрессом. Эффективность разделения труда. Формы современного общественного разделения труда. Инвестиции и инвестиционные процессы в экономике	Проработка учебного материала, Подготовка доклада	1	Подготовка Доклада	Письменный отчет
<b>Тема 2.1. Сущность и принципы рыночной экономики.</b> Теория поведения потребителя. Воздействие «Эффекта замещения» и «Эффекта дохода» на кривую спроса.	Проработка учебного материала	1	Сделать доклад, Составление кратких тезисов в виде сообщения	Письменный опрос опорный конспект

<p><b>Тема 2.2. Механизм рыночного ценообразования.</b> Землевладение и землепользование. Равновесие на рынке земли. Цена земли</p>	Работа с учебной литературой, интернет - ресурсами	2	Составление доклада, сообщения. реферата	Устный опрос, письменный отчет
<p><b>Тема 2.3. Рыночная структура несовершенной конкуренции.</b> Новое во взаимосвязи конкуренции и монополии во второй половине XX века. Монополистическая конкуренция и олигополия. Неценовая конкуренция. Россия: путь к современному развитию рынка.</p>	Анализ ситуации Проработка учебного материала	1	Подготовка сообщения	Письменный отчет в форме эссе
<p><b>Тема 3.1. Цикличность развития рыночной экономики.</b> Особенности форм организации труда и управления в государственном секторе страны. Основные направления экономической политики государства. Угрозы экономической безопасности страны и меры по их преодолению. Новые показатели макроэкономики</p>	Работа с учебной литературой, интернет - ресурсами	1	Подготовить сообщение	Отчет в форме презентации
<p><b>Тема 4.2. Значение управленческих решений.</b> Организация реализации принятого решения, оперативная работа по выполнению решений, подведение итогов реализации решений</p>	Изучение учебной литературы	2	Подготовить реферат	Устный опрос, отчет в форме презентации
<p><b>Тема 4.3. Руководство, власть и партнерство.</b></p>	Обзор периодической печати по направлению: «Особенности проявления экономических, административных и социально-психологических методов управления в муниципальных образованиях».	2	Работа с учебной и периодической литературой, интернет - ресурсами	Подготовить сообщение
<p><b>Тема 4.4. Стили управления.</b> Методы управления: административно-организационные, экономические и социально- психологические. Авторитет, виды, составляющие авторитета. Власть, типы власти.</p>	Изучение учебной литературы	2	Подготовить сообщение	Устный опрос

<b>Тема 4.5. Коммуникативность и общение.</b> Вербальные и невербальные методы делового общения. Деловая корреспонденция.	Работа с учебной литературой, интернет-ресурсами	2	Сообщение	Письменный отчет
<b>Тема. 5.1. Основные направления и этапы маркетинговых исследований.</b> Опыт организации маркетинговых исследований	Изучение учебной литературы	2	Сообщение	Письменный опрос  Опорный конспект
<b>Тема. 5.2. Организация маркетинговых исследований в сфере товаров и услуг.</b> Методы маркетинговых исследований.	Обзор периодической печати	3	Доклад	Письменный отчет, Фронтальный опрос.
<b>Тема. 5.4. Принятие маркетинговых решений.</b> Особенности развития маркетинга Содержание маркетинговой деятельности Эволюция маркетинговых структур и структур управления предприятием	Проработка учебного материала	2	Реферат	Фронтальный опрос Защита презентации

## 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ

### Содержание

	Введение
1.	Рекомендации для преподавателей по проведению практических работ
2.	Рекомендации для студентов по выполнению практических работ
3.	Практическая работа № 1 Сравнительный анализ форм собственности организаций, имеющих различные организационно – правовой статус.
4.	Практическая работа № 2 Определения уровня безработицы и уровня инфляции.
5.	Практическая работа № 3 Анализ конкретного примера. Определение системы методов управления в организации.
6.	Практическая работа № 4 Разработка альтернатив решения по заданной проблеме в условиях определенности, риска и неопределенности. Установление критериев и выбор наилучшего варианта.
7.	Практическая работа № 5 Составление анкет по изучению покупательского спроса кинологических услуг

## Введение

Целью данных методических рекомендаций является формирование определенных практических умений и компетенций у будущих специалистов кинологов в соответствии с новыми требованиями федеральных государственных стандартов. Задача данных семинарских занятий, практических работ и деловых игр - помочь будущим специалистам получить знания в области экономики, менеджмента и маркетинга с ними экономических и социальных наук. Практические работы позволят сформировать и укрепить определенные навыки в управлении организацией и ее персоналом, создать основу формирования в будущем цельной управленческой концепции, тактики и стратегии эффективного руководства и маркетинговой деятельности.

Практическая работа является одним из элементов учебного процесса, направленного на подготовку высококвалифицированных специалистов. Выполнение практических работ способствует закреплению и углублению теоретических знаний обучающихся и позволяет сформировать у них профессиональные компетенции.

В процессе творческого взаимодействия обучающегося и преподавателя формируется личность будущего специалиста, развивается умение решать проблемы будущей профессиональной деятельности, самостоятельно ориентироваться и работать с научной литературой. Особое значение при выполнении практической работы отводится изучению и обобщению практического опыта по организации и осуществлению управления сельскохозяйственной организацией в современных условиях, отечественных и зарубежных моделей управления, что позволяет повысить эффективность учебного процесса.

Практические и семинарские занятия по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» носят как репродуктивный, так и поисковый характер. Необходимость практических занятий продиктована тем, что студент овладевает первичными профессиональными компетенциями принятия управленческих решений. В процессе практической работы происходит формирование современного экономического мышления, экономической культуры, творческого восприятия основ методологии, теории и практики рыночной экономики. Практическое решение экономических и производственных ситуаций позволит вооружить будущих кинологов знаниями и навыками науки, имеющей большое мировоззренческое значение.

*Практические методы обучения* используют с целью формирования практических, трудовых умений и навыков путем систематических осознанных упражнений и действий.

*Самым распространенным среди практических методов является упражнение.*

Упражнения бывают интеллектуальными, общенаучными, профессиональными, производственными.

По степени самостоятельности упражнения бывают:

- воспроизводящими - студенты лишь воспроизводят объясненный преподавателем теоретический материал и практические действия;
- тренировочными - закрепление и углубление знаний путем применения их в новых условиях и формирование всех видов умений;
- творческими - требующими самостоятельных формулировок и выводов, решения поставленных задач.

Эффективен при изучении дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» репродуктивный метод обучения

*Репродуктивный метод обучения используется для приобретения студентами умений и навыков пользоваться полученными знаниями.* Суть метода состоит в многократном повторении способа деятельности по заданию преподавателя.

Деятельность педагога заключается в разработке и сообщении образца, а деятельность студентов - в выполнении действий по образцу.

Выделяются следующие признаки репродуктивного метода обучения:

- преподаватель сам сообщает и разъясняет учебный материал;
- студенты воспроизводят изученный материал, отвечая на вопросы преподавателя;
- необходимая прочность усвоения обеспечивается путем многократного повторения изученного.

Репродуктивный метод обучения должен сочетаться с дискуссионными методами.

*Дискуссия как метод обучения основана на обмене взглядами по конкретной программе.*

Этот метод целесообразно использовать в том случае, когда обучаемые обладают значительной степенью зрелости и самостоятельности мышления, умеют аргументировать, доказывать и обосновывать свою точку зрения. С помощью дискуссии студенты приобретают новые знания, укрепляются в собственном мнении, учатся его отстаивать. Главная функция учебной дискуссии - стимулирование познавательного интереса. Исходным материалом для дискуссии могут быть статьи и письма, публикуемые в печати, выражающие различные мнения по обсуждаемой проблеме. Подготовка обучаемых к дискуссии заключается в накоплении необходимых знаний по теме предстоящей дискуссии. Выбор вопросов для обсуждения должен осуществляться в зависимости от степени подготовленности слушателей и тех конкретных дидактических задач, которые ставит перед собой педагог.

В ходе дискуссии преподаватель излагает разные точки зрения, касающиеся той или иной проблемы, и предлагает студентам выбрать и обосновать свою позицию. Педагог поддерживает дискуссию, раскрывая, уточняя те или иные аргументы в споре, ставя дополнительные вопросы, поскольку *задача* участников дискуссии состоит как в отстаивании своей точки зрения, так и в опровержении противоположной. Выявление позиций обучаемых, их правильных и ошибочных суждений дает возможность более обоснованно и убедительно утвердить в сознании студентов основные теоретические положения и выводы.

В процессе практических занятий по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» используются следующие методы обучения и формы организации занятий:

- семинары, закрепление материала лекции и самостоятельно изученных тем;
- письменные, устные домашние задания;
- расчетно-аналитические, расчетно-графические задания;
- выполнение практических модельных ситуаций;
- консультации преподавателей;
- работа с глобальной информационной системой Интернет
- самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала,

подготовка к семинарским занятиям, выполнение указанных выше практических работ.

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные технологии и интерактивные методы:

- деловые игры для более глубокого освоения моделей рыночного равновесия, поведения потребителей и организаций;
- учебные конференции;
- ролевые игры в ходе сравнительного анализа различных экономических концепций и школ;
- дискуссии, разбор конкретных ситуаций как для иллюстрации той или иной теоретической модели, так и в целях выработки навыков применения теории при анализе реальных экономических проблем;
- тренинги в виде «мозгового штурма» при решении проблем и задач;
- работа в малых группах, командах;
- внеаудиторная работа в форме обязательных консультаций и индивидуальных занятий со студентами (помощь в понимании тех или иных моделей и концепций, подготовка рефератов и эссе, а также тезисов для студенческих конференций и т.д.).

## Рекомендации для преподавателей по проведению практических работ

Методические рекомендации по выполнению практических работ являются частью комплекта контрольно-оценочных средств, предназначенных для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» Практическая работа является одним из основных элементов учебного процесса, направленного на подготовку высококвалифицированных специалистов, т.к. способствует не только закреплению и углублению теоретических знаний обучающихся, но и позволяет сформировать у них навыки применения этих знаний на практике при анализе и решении практических ситуаций на примере реальных предприятий.

В результате освоения практических занятий студент должен приобрести определенный набор умений, установленными федеральными государственными образовательными стандартами (табл. 3).

Таблица 3

Результаты освоения дисциплины, подлежащие проверке

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)		Основные показатели оценки результатов	Виды аттестации	
			текущий контроль	текущий контроль
У1	рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;	выбор метода планирования и организации работы подразделения: разработка необходимых организационных документов (положения об отделе, должностной инструкции, штатного расписания и др.) выбор организационной структуры управления с учетом профиля деятельности предприятия	практические работы 1, 2, 3	наличие соответствующих практических работ у студентов, выступления с докладами, выполненные домашние работы, контрольные работы, оценки за активное участие на занятиях, творческие задания; выполнение заданий в рабочей тетради; экзамен
У2	применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;	выбор методов стимулирования персонала в конкретных практических ситуациях демонстрация умения применения приемов делового и управленческого общения в конкретных практических ситуациях	практическая работа 2, 3, 5	наличие соответствующих практических работ у студентов, выступления с докладами, выполненные домашние работы, контрольные работы, оценки за активное участие на занятиях, творческие задания; выполнение заданий в рабочей тетради; экзамен
У3	анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг	выбор эффективного решения в конкретных практических ситуациях моделирование проф. деятельности с учетом особенностей дисциплины и основных понятий экономики, менеджмента и маркетинга	практическая работа 4, 5	наличие соответствующих практических работ у студентов, выступления с докладами, выполненные домашние работы, контрольные работы, оценки за активное участие на занятиях, творческие задания; выполнение заданий в рабочей тетради; экзамен

Каждая практическая работа рассчитана на 2 аудиторных часа. В целом практикум сформирован исходя из рабочей программы дисциплины, рассчитанной на 20 часов практических работ.

Практические занятия построены на основе разбора конкретных ситуаций. Ситуации и задачи подобраны таким образом, чтобы соединить теорию и практику в рамках темы учебного курса программы дисциплины. Отдельные ситуации снабжены подробными вопросами, обсуждение которых очень полезно для студентов. Студент проецирует роль менеджера, которому надо проанализировать или решить проблему, сделать это самостоятельно, исполь-

зую концептуальную сторону теории и свой практический опыт. Ситуации являются своеобразными задачами, которым свойственна неопределенность. В некоторых представленных ситуациях нет четко сформулированного условия, есть лишь описание обстоятельств, на основе анализа которых следует выработать обоснованное решение управленческих проблем. Для закрепления и актуализации теоретических знаний, необходимых для выполнения практической работы, студентам предлагается решить кроссворд, ответить на вопросы теста или оценить правильность приведенных утверждений.

Преподаватель может заменить некоторые формы практических заданий или дополнить их деловыми играми, приведенных в данном учебном пособии. Аудиторный разбор ситуаций предполагает, что преподаватель на предыдущем занятии называет тему, в рамках которой будут использованы ситуации, рекомендует основную учебную и дополнительную литературу. В начале занятия преподаватель поясняет цели его проведения и определяет содержание занятия, проводит текущий контроль по теме, делит студенческую группу на рабочие или подгруппы, ставит каждой подгруппе конкретную задачу, предоставляет слово для предложения своих вариантов решения, что создает основу для обмена мнениями и свободной дискуссии по теме. После обсуждения каждой ситуации или решения конкретной задачи преподаватель анализирует и оценивает качество ответов, их теоретическую глубину, оригинальность аргументации, логику, обосновывает правильное решение предложенной задачи. В заключение преподаватель подводит общие итоги занятия, обращает внимание отдельных подгрупп на вопросы, требующие более глубокой теоретической проработки и практического усвоения.

Ответы на ситуации и другие практические задания, а так же выполнение творческих заданий студенты фиксируют в рабочей тетради для практических работ.

Критериями оценки выполнения практических работ являются:

- использование при решении проблемной ситуации или практического задания современных подходов к управлению организацией;
- опора при решении на личный или описанный управленческий опыт;
- обоснованность и аргументированность ответа;
- согласованность предложенного решения ценностными ориентациями обучающегося.
- активность при решении производственных задач

### **Рекомендации для студентов по выполнению практических работ**

Решение практических ситуаций (упражнений, задач) - это вид самостоятельной работы студента по систематизации информации в рамках постановки или решения конкретных проблем и применения полученных знаний на практике.

Данный вид самостоятельной работы направлен на развитие мышления, творческих умений, усвоение знаний, добытых в ходе активного поиска и самостоятельного решения проблем. Это позволяет студенту научиться видеть, ставить и разрешать как стандартные, так и не стандартные задачи, которые могут возникнуть в дальнейшем в профессиональной деятельности.

При решении практической ситуации студенты должны:

- представить рассуждение по поводу необходимости дополнительных данных и источников их получения; прогнозов относительно субъектов и/или причин возникновения ситуации;
- продемонстрировать умения использовать системный подход, ситуативный подход, широту взглядов на проблему;
- подготовить программу действий, направленную на реализацию, например, аналитического метода решения проблемы: проанализировать все доступные данные, превратить их в информацию;
- определить проблему; прояснить и согласовать цели; выдвинуть возможные альтернативы; о
- ценить варианты и выбрать один из них.

Методика решения практических задач и ситуаций.

1. *Обобщение.* Короткая, ясная и четкая констатация факта или события в ситуации, оценка результата развития события.
  2. *Формулирование проблемы.* Краткая суть проблемы без симптомов и готового решения.
  3. *Участники событий:* люди, их характеристики и высказывания; характеристика организаций.
  4. *Хронология событий.* Может быть представлена в форме таблицы (вчера, сегодня, завтра).
  5. *Концептуальные вопросы.* Требуют изучения лекции по теме практического занятия или самостоятельной проработки проблемы.
  6. *Альтернативные решения.* Перечисляются возможные, по мнению студента, направления действий. Приводятся аргументы и оценивается каждая альтернатива. Предполагаются возможные положительные и отрицательные последствия выбора. Выбирается оптимальный вариант разрешения конкретной ситуации.
  7. *Рекомендации.* Необходимо мотивировать выбранный вашей подгруппой или лично вами курс действий, приводящих к разрешению проблемы, и объяснить причины и рациональность его выбора.
  8. *План действий.* Следует описать направление, ход действий и конкретные шаги по реализации выбранного курса, а также оценить, разрешена ли проблема.
  9. *Корректировка плана действий.* После представления всех планов действий рабочих подгрупп осуществляется корректировка, если это необходимо, собственного плана и курса действий. Далее следуют ответы на замечания преподавателя.
- Устранение «узких мест».* Необходимо оценить соответствие личного видения ситуации и разобранных фактов ситуации, выявить пробелы - «узкие места» - в теоретических знаниях по курсу и практических навыках и умениях и стремиться к их устранению с помощью преподавателя, студентов других рабочих подгрупп и самостоятельной проработки управленческих проблем.

### **Практическая работа № 1**

Семинар: «Сравнительный анализ форм собственности организаций, имеющих различные организационно – правовой статус».

**Время работы:** 2 часа.

**Основные понятия:** *Собственность*—это признаваемое обществом и охраняемое законодательством право человека, предприятия или государства владеть, пользоваться и распоряжаться каким-либо ресурсом или экономическим товаром.

*Собственность имеет следующие признаки:*

- 1) материально-вещественная форма;
- 2) наличие отношений, связанных с присвоением;
- 3) наличие зависимости получаемого владельцем собственности дохода от принадлежащих ему средств производства;
- 4) наличие юридических документов, регулирующих отношения собственности.

*При этом собственность выполняет следующие функции:*

- 1) соединяет средства производства и рабочую силу;
- 2) организует и управляет объектами, принадлежащими владельцу собственности;
- 3) распределяет благо;
- 4) сберегает и накапливает благо;
- 5) стимулирует и поощряет владельца собственности к более эффективному использованию его ресурсов.

*Формы собственности:*

1. *Частная собственность* выражает присвоение средств производства и результатов производства отдельными лицами, т. е. право владеть, пользоваться и распоряжаться получает частное лицо.

*Частная собственность имеет две главные формы:*

- собственность самих граждан (индивидуальная собственность);
- собственность юридических лиц (собственность организаций, предприятий, фирм, компаний и т. д.).

2. *Общественная (публичная) собственность* характеризуется совместным присвоением средств и результатов производства.

*Она может выступать в двух формах:*

- коллективной, при которой права собственника осуществляет коллектив людей;
- государственной собственности, которая может выступать в различных формах;

**Задание:** Ответьте на вопросы и выполните задания.

1. Принято решение строить новый бассейн. Цена выбора этого решения определяется наиболее точно:

- а) суммой денег, отпущенных на строительство;
- б) сметной стоимостью строительства;
- в) затратами труда, капитала и природных ресурсов;
- г) другими материальными благами и услугами, от которых придется отказаться в пользу строительства бассейна.

2. Как оценить альтернативные издержки?

3. Предположим, что все ресурсы в экономической системе используются таким образом, что наращивать производство одного продукта можно, только сокращая производство другого. Экономист назовет такую ситуацию:

- а) эффективной;
- б) неэффективной;
- в) административно-командной системой;
- г) экономическим кризисом.

4. В каком случае говорят, что производство экономически эффективно?

5. Почему кривая производственных возможностей вогнута по отношению к началу координат?

6. Что означает закон роста альтернативной стоимости. Объясните причины роста альтернативной стоимости при изменении структуры общественного производства.

7. На общественном транспорте, в том числе и такси, действуют единые тарифы. Объясните, почему тогда экономисты утверждают, что:

а) стоимость проезда в общественном транспорте (кроме такси) для бизнесмена выше, чем для рабочего?

б) стоимость проезда в такси для бизнесмена ниже, чем для рабочего?

Чтобы посмотреть «Жизель» в Большом театре, вам необходимо отстоять 3,5 часа в очереди в кассу или купить этот билет за 2500 руб. на улице. Как вы поступите, если вы:

- а) бизнесмен; б) пенсионер.

Литература Казначевская Г.Б.. Экономическая теория: учебник для колледжей Ростов на /Д: Феникс, 2010. С. 54 -55

## **Практическая работа № 2** **Определения уровня безработицы и уровня инфляции.**

**Время работы:** 2 часа

**Основные понятия:** *Безработица*— это состояние, когда трудоспособное население ищет, но не может найти работу. Все население страны можно разделить на трудоспособное и нетрудоспособное.

*Трудоспособное население*— это люди, в возрасте от 16 до 55 лет (женщины) и 60 лет (мужчины), которые хотят и могут работать.

*Нетрудоспособное* (экономически неактивное) население — это все остальные категории граждан:

- 1) учащиеся и студенты, посещающие дневные учебные заведения;
- 2) лица, получающие пенсии по старости, на льготных условиях, по инвалидности;
- 3) лица, занятые ведением домашнего хозяйства, уходом за детьми;
- 4) отчаявшиеся найти работу и прекратившие ее поиски;
- 5) военнослужащие срочной службы;
- 6) лица, находящиеся в местах лишения свободы или на принудительном излечении;
- 7) лица, у которых нет необходимости работать (например, иждивенцы и тунеядцы).

Рабочая сила — это часть трудоспособного населения, которая имеет желание работать, а не реализовывать свой труд в пределах домашнего хозяйства.

*Уровень безработицы* — это отношение числа безработных к общей численности рабочей силы, выраженное в процентах:

где  $U$  — число безработных;  $U$

$L$  — численность рабочей силы;  $R_u = \frac{U}{L} * 100\%$

$R_u$  — уровень безработицы.  $L$

*Естественный уровень безработицы* — это минимально возможный в стране уровень безработицы при полной занятости (5—6%). Число свободных рабочих мест приблизительно равно числу людей, ищущих работу.

*Полная занятость* — это состояние в обществе, когда безработица не превышает своего естественного уровня (5—6%).

*Инфляция* — это понижение покупательной способности денег из-за роста цен. Однако не всякий рост цен является инфляцией. При условии повышения покупательной способности денег из-за снижения общего уровня цен, можно говорить о дефляции.

Во время инфляции бумажные деньги обесцениваются по отношению к товарам, услугам и иностранным валютам.

В условиях инфляции цены, как правило, повышаются крайне неравномерно: некоторые товары дорожают очень быстро, цена других товаров (услуг) остается неизменной, а цена третьих может даже упасть.

*Некоторые причины появления инфляции:*

1) внутренние причины:

а) чрезмерная эмиссия, которая превышает истинную потребность в деньгах национального хозяйства;

б) большие масштабы капитального строительства, которое отвлекает денежные и материальные ресурсы на длительный период времени и вызывает сокращение текущего потребления населения;

в) огромные военные расходы, которые приводят к неэффективному использованию богатства общества;

г) кризис государственных финансов, при котором происходит значительное превышение расходов государства над доходами бюджета и растет огромный государственный долг;

д) необоснованное повышение цен и заработной платы;

2) внешние причины:

а) рост цен на мировом рынке, приводящий к подорожанию товаров, экспортируемых и импортируемых каждой страной;

б) структурные мировые кризисы;

в) увеличение внешнего долга;

г) войны, которые сопровождаются сокращением производства и ростом стоимости жизни.

В экономической теории для измерения инфляции применяют специальный показатель — индекс цен, который равен соотношению между ценой определенного набора товара («корзины») в текущем году и ценой корзины в базовом периоде, выраженный в процентах:

$$\text{Индекс цен} = \frac{\text{Цена корзины в данном периоде}}{\text{Цена корзины в базовом периоде}} \times 100\%.$$

Помимо индекса цен часто используется темп инфляции:

$$\text{Темп инфляции} = \frac{\text{Индекс цен прошлого года} - \text{Индекс цен текущего года}}{\text{Индекс цен текущего года}} \times 100\%$$

Выделяют инфляцию спроса и предложения. *Инфляция спроса* становится причиной избытка денег по отношению к количеству товаров. Характерной чертой является то, что занятость в данной ситуации полная, так как промышленность стимулируется.

*Инфляция предложения* (издержек) вызывается ростом любых издержек производства (заработная плата, средства производства).

*В экономической теории выделяют несколько видов инфляции.*

В зависимости от темпа инфляции принято выделять следующие ее виды:

1) *ползучая (умеренная, нормальная)*. Для данного типа инфляции характерны относительно невысокие темпы роста цен, около 5—10% в год. Такого вида инфляция свойственна для большинства стран с развитой рыночной экономикой. В условиях ползучей инфляции практически отсутствует риск подписания контрактов в номинальных ценах, она стимулирует инвестиции в производство, создаются новые рабочие места, повышается спрос на рабочую силу и увеличивается занятость;

2) *галопирующая инфляция*—темп инфляции 10—20% в год. Цены поднимаются стремительно, скачкообразно. Угроза этого типа инфляции состоит в том, что она вызывает инфляционные ожидания: контракты привязываются к росту цен, деньги ускоренно материализуются в товары, растет процентная ставка, снижается уровень инвестиций. При этом рост цен опережает рост уровня заработной платы, поэтому снижаются реальные доходы наемных работников;

3) *гиперинфляция*— это состояние экономики, при котором темпы роста цен превышают 50% в месяц на протяжении длительного периода времени — полугода или даже более.

**Задание. Ответьте на вопросы и выполните задания**

1. Что такое инфляция?
2. Перечислите основные виды инфляции.
3. Почему во время инфляции в стране многие люди тратят свои сбережения на покупку иностранной валюты?
4. Как измерить инфляцию?
5. Каковы экономические и социальные последствия инфляции?
6. Что представляет собой кривая Филлипса? В чем заключается взаимосвязь инфляции и занятости?
7. Какая политика практикуется во время инфляции?
8. Главная проблема, создаваемая инфляцией: А) падение уровня жизни; Б) неопределенность экономической ситуации и несправедливое перераспределение

богатства.

9. Как вы думаете, почему во время высокой инфляции банки стараются давать ссуды только на очень короткий срок?

10. В период проведения индустриализации государством было выплачено большое количество денег. Но значительная инфляция выявлена не была. Почему?

11. Объясните, какое влияние окажет 10%-ная инфляция на каждое из следующих лиц:

А) пенсионера;

Б) фермера, имеющего много долгов; В) владельца независимого универсама в маленьком городе?

12. Используйте следующие данные, чтобы рассчитаться:

- величину рабочей силы;

- официальный уровень безработицы.

Все население города 500 тысяч человек, из них дети 120 тыс. человек в возрасте до 16 лет и люди находящиеся в психиатрических больницах и исправительных учреждениях, 150 тыс. человек выбыли из состава рабочей силы; 27 тыс. человек – безработные; 10 тыс. человек – рабочие занятые неполный рабочий день и ищущие работу.

13. Предположим, что в этом году естественный уровень безработицы составлял 5%, а фактический уровень – 9%. Пользуясь законом Оукена, определите величину отставания ВВП в процентах. Если номинальный ВВП в том же году равнялся 500 усл. ед., какой объем продукции был потерян из – за безработицы.

14. какие неэкономические последствия безработицы?

15. Почему политика, предназначенная сократить уровень инфляции, скорее всего повысит уровень безработицы?

### ***Блицпрос (да/нет)***

1. Избыточная эмиссия денег дает инфляцию спроса.

2. Повышение цен на энергоресурсы дает инфляцию предложения.

3. От инфляции все общество несет потери в равной мере.

4. Индексирование доходов — очень эффективный способ борьбы с инфляцией.

5. Адаптационная политика направлена на приспособление к инфляции.

6. Увеличение количества денег в обращении не приводит к росту цен, если выпуск товаров и услуг увеличивается в равной или большей степени.

7. В стране наступает инфляция, когда денежный доход растет быстрее реального.

8. Некто, взявший деньги взаймы под фиксированный процент, от инфляции выиграет.

9. Чтобы установить уровень инфляции, необходимо измерить степень изменения цен.

10. Индекс цен базисного года всегда равен 100.

11. Полная занятость означает полное отсутствие безработицы.

12. Естественная норма безработицы постоянна.

13. Теряющие работу шахтеры из- за отсутствия угля составляют циклическую безработицу.

Литература Казначевская Г.Б.. Экономическая теория: учебник для колледжей Ростов на /Д: Феникс, 2010. С.297 – 298, 311- 320

## **Практическая работа №3**

**Анализ конкретного примера: Определение системы методов управления в организации.**

Время - 2 часа.

**Задание 1. Разберите, правильно ли применяются административные методы управления в следующих практических ситуациях.**

**Ситуация 1.** Главный бухгалтер предприятия АПК 16 февраля 2015 г. объявил выговор

двум работницам бухгалтерии, опоздавшим на один час на работу после окончания обеденного перерыва. Работницы обжаловали дисциплинарное взыскание в Государственную инспекцию труда, ссылаясь на то, что впервые нарушили трудовую дисциплину, а ранее неоднократно поощрялись; кроме того, опоздание не повлекло за собой никаких неблагоприятных последствий.

Проверив жалобу, государственный инспектор 17 марта 2015г. выдал работодателю обязательное предписание об отмене приказа.

Правомочен ли главный бухгалтер применять дисциплинарное взыскание?

**Ситуация 2.** Работница УМСП «Новый путь» не выполнила распоряжение управляющего отделением: не вышла на работу по прополке кормовых корнеплодов. До этого случая ранее она подвергалась дисциплинарным взысканиям за другие нарушения по работе. Управляющий отделением подал докладную записку на имя директора предприятия, в которой он просит вынести строгий выговор работнице. Какие меры дисциплинарного воздействия можно применить?

## Задание 2. «Определите стиль работы руководителя»

В менеджменте особое значение приобретает определение подходящего стиля руководства. Принято считать, что прежде всего менеджер обязан задать себе вопрос, что именно он хотел бы поручить своим сотрудникам. Далее он должен определить, каков уровень зрелости сотрудников в отношении выполнения данной задачи. Предлагаем варианты действий руководителя, дающего поручение своему секретарю Марине.

**I. Мария Ивановна, я продиктую Вам письмо, которое сегодня необходимо отправить. "Уважаемые господа, запятая... В продолжение нашей беседы..."** Здесь подробно, в деталях разъясняется, в чем заключается задача и как ее следует выполнять. Кроме того, перед отправкой письма осуществляется контроль, все ли сделано согласно распоряжению.

**II. Мария Ивановна, необходимо сегодня же отправить письмо такому-то поставщику с дальнейшей информацией о... Ты не могла бы составить конспект письма, чтобы в три часа мы смогли его вместе посмотреть.**

При такой манере руководства разъясняется, что следует сделать, предоставляется возможность сотрудникам самим выработать предложение и, при необходимости, вносятся коррективы. В этом случае перед отправкой письма осуществляется контроль.

**III. Мария Ивановна, необходимо сегодня же отправить письмо клиенту, которого я посетил утром, с дальнейшей информацией о... Ты не позаботишься об этом? Если у тебя есть вопросы, я готов выслушать.**

В этом случае дается распоряжение (что требуется), и лишь потом следуют разъяснения, как его выполнить, в том случае, если сотрудник сам об этом попросит (например: Вы сами подпишете письмо или это сделаю я?). Осуществлять ли контроль до-отправки письма, зависит от того, попросит ли об этом сотрудник.

**IV. Мария Ивановна, необходимо сегодня же отправить письмо такому-то поставщику с дальнейшей информацией о... Ты не позаботишься об этом?**

Дается распоряжение о том, что требуется, а выполнение предоставляется самому сотруднику. Контроль, как правило, имеет место уже после того, как письмо отправлено.

## Задание 3. «Индивидуальный стиль как основа управленческого влияния».

Достаточно хорошо известны выражения о том, что **стиль - это одежда мысли** (Честерфилд), **сам человек** (Бюффон). Как уже отмечалось выше, индивидуальный стиль управления - это совокупность типичных и относительно устойчивых приемов воздействия руководителя на подчиненных с целью эффективного выполнения управленческих функций. Например, один директор ежедневно в определенной последовательности посещает цеховые

помещения, а другой считает это излишним; один начальник отдела принимает по личным вопросам в любой момент обращения к нему, а другой - только в приемные дни.

Обычно выделяются три основные разновидности индивидуальных стилей управления, а именно:

директивный - авторитарный, автократический;

демократический - коллегиальный, кооперативный;

либеральный – не вмешивающийся, анархический, попустительствующий.

Формирование и реализация индивидуального стиля управления и влияния (ИСУВ) определяются сочетанием двух факторов: объективного и субъективного.

Приведем краткие характеристики разновидностей стиля.

### Характеристика стиля управления

Чрезмерная централизация власти.

Самоуправное решение большинства вопросов производства и коллектива.

Сознательное ограничение контактов с подчиненными.

Пресечение мнений, взглядов, идей, противоречащих руководителю.

Исключение методов убеждения, разъяснения, просьбы.

Отказ от самокорректировки, сниженный самоконтроль.

Достоинства:

Оперативное решение задач в сложных условиях

Обеспечение дееспособности вновь сформированных коллективов

Организация труда сложных по структуре коллективов

Недостатки:

Снижение показателей эффективности труда

Ухудшение трудовой и технологической дисциплины

Свертывание творческой инициативы

Ухудшение социально-психологического климата. Текучесть кадров

Объективные (план - любой ценой, когда результат функционирования подразделения ставится в ущерб средствам достижения этого результата). Субъективные: преувеличенное представление о своих возможностях (следствие нарастания стажа работы, как симптома **(авторитарный)**).

### Задание 2. «Индивидуальный стиль как основа управленческого влияния»

Достаточно хорошо известны выражения о том, что **стиль - это одежда мысли** (Честерфилд), **сам человек** (Бюффон). Как уже отмечалось выше, индивидуальный стиль управления - это совокупность типичных и относительно устойчивых приемов воздействия руководителя на подчиненных с целью эффективного выполнения управленческих функций. Например, один директор ежедневно в определенной последовательности посещает цеховые помещения, а другой считает это излишним; один начальник цеха принимает по личным вопросам в любой момент обращения к нему, а другой - только в приемные дни.

Обычно выделяются три основные разновидности индивидуальных стилей управления, а именно:

директивный - авторитарный, автократический;

демократический - коллегиальный, кооперативный;

либеральный – не вмешивающийся, анархический, попустительствующий.

Формирование и реализация индивидуального стиля управления и влияния определяются сочетанием двух факторов: объективного и субъективного. Приведем краткие характеристики разновидностей стилей.

## Характеристика стиля управления

Предоставление подчиненным самостоятельности, соразмерной их квалификации и выполняемым функциям.

Привлечение подчиненных к подготовке и принятию решений.

Обеспечение справедливой оценки труда подчиненных.

Уважительное отношение к людям.

Действует посредством убеждения.

Благоприятный социально-психологический климат.

Творческая атмосфера в коллективе.

Достоинства:

Благоприятная обстановка совместной деятельности руководителя и подчиненных.

Недостатки:

Снижение эффективности управления в экстремальных условиях.

Снижение эффективности при необходимости четкой персонификации ответственности.

Дополнительные затраты времени на обсуждения.

Индивидуальный стиль управления проявляется в самых различных аспектах трудовой деятельности руководителя: в мышлении, концепции управления, поведении в сложных ситуациях (**демократический**).

### Контрольные вопросы

Сформулируйте понятие менеджмента. В чем заключается разница между понятиями «менеджмент» и «управление»?

Перечислите виды методов управления.

Каковы цели, задачи и составные части менеджмента?

Раскройте значение функций менеджмента.

Каковы состав и содержание общих функций менеджмента?

## Практическая работа № 4

**Разработка альтернатив решения по заданной проблеме в условиях определенности, риска и неопределенности. Установление критериев и выбор наилучшего варианта.**

Цель: Формировать умения применять на практике эффективные методы решения проблемных ситуаций. Развивать коммуникативность, умение правильно и аргументированно излагать мысли.

Время - 2 часа.

**Методические указания:** работу проводить методом «громкого обсуждения», дискуссия.

### СИТУАЦИЯ 1.

Исходные данные. Между двумя высшими подчиненными (коллегами) возник конфликт, который мешает им успешно работать. Каждый из них в отдельности обращался к Вам с просьбой разобраться и поддержать его позицию.

Постановка задачи. Выберите и обоснуйте свой вариант поведения в этой ситуации:

а) пресечь конфликт на работе и порекомендовать разрешить конфликтные взаимоотношения в неслужебное время;

б) попросить разобраться в конфликте специалистов лаборатории социологических исследований или другого подразделения службы управления персоналом, чьей функцией это является;

в) лично попытаться разобраться в мотивах конфликта и найти приемлемый для обеих сторон вариант примирения;

г) выяснить, кто из членов коллектива служит авторитетом для конфликтующих, и попытаться через него воздействовать на этих людей.

## СИТУАЦИЯ 2.

Исходные данные: Подчиненный (коллега) игнорирует Ваши советы и указания, делает все по-своему, не обращая внимания на замечания, не исправляя того, на что вы ему указываете.

Постановка задачи. Как Вы будете поступать с этим подчиненным (коллегой) в дальнейшем:

- а) разобравшись в мотивах упорства и видя их несостоятельность, применить обычные административные меры наказания
- б) в интересах дела постараться вызвать его на откровенный разговор, попытаться найти с ним общий язык, настроить на деловой контакт;
- в) обратиться к коллективу - пусть обратит внимание на неправильное поведение коллеги и применит меры общественного воздействия;
- г) попытаться разобраться в том, не делаете ли Вы сами ошибок во взаимоотношениях с этим подчиненным (коллегой), потом решить, как поступить.

## СИТУАЦИЯ 3.

Исходные данные. В трудовой коллектив, где имеется конфликт между двумя группировками по поводу внедрения нового стиля руководства, пришел новый руководитель, приглашенный со стороны.

Постановка задачи. Каким образом, по Вашему мнению, ему лучше действовать, чтобы нормализовать психологический климат в коллективе:

- а) установить контакт с приверженцами нового стиля и, не принимая всерьез доводы сторонников старого порядка, вести работу по внедрению новшеств, воздействуя на противников силой своего примера и примера других;
- б) попытаться разубедить и привлечь на свою сторону приверженцев прежнего стиля работы, противников новаций, воздействовать на них убеждением в процессе дискуссии;
- в) выбрать наиболее авторитетных членов трудового коллектива, поручить им, разобраться и предложить меры по нормализации обстановки, опираясь на поддержку администрации, профсоюза и т. д.;
- г) изучить перспективы развития коллектива, поставить перед коллективом новые стратегические задачи совместной трудовой деятельности, опираясь на лучшие достижения и трудовые традиции коллектива, не противопоставлять новое старому.

## СИТУАЦИЯ 4.

Исходные данные. Вас недавно назначили руководителем трудового коллектива, в котором Вы несколько лет были рядовым сотрудником. На 8 часов 15 минут Вы вызвали к себе в кабинет подчиненного для выяснения причин его частых опозданий на работу, но сами неожиданно опоздали на 15 минут. Подчиненный пришел же вовремя и ждет Вас.

Постановка задачи. Как Вы начнете беседу при встрече:

- а) независимо от своего опоздания сразу же потребуете его объяснений об опозданиях на работу;
- б) извинитесь перед ним и начнете беседу;
- в) поздороваетесь, объясните причину своего опоздания и спросите его: «Как Вы думаете, что можно ожидать от руководителя, который так же часто опаздывает как Вы?»;
- г) отмените беседу и перенесете ее на другое время.

## СИТУАЦИЯ 5.

Исходные данные. Вы начальник цеха (отдела) После реорганизации Вам срочно необходимо перекомплектовать несколько бригад (бюро) согласно своему штатному расписанию

Постановка задачи. По какому пути Вы пойдете и почему:

- а) возьметесь за дело сами, изучите все списки и личные дела работников цеха (отдела), предложите свой проект на собрании коллектива;
- б) предложите решать этот вопрос отделу кадров, поскольку это их работа;
- в) во избежание конфликтов предложите высказать свои пожелания всем заинтересо-

ванным лицам, создадите комиссию по комплектованию новых бригад (бюро);

г) сначала определите, кто будет возглавлять новые бригады (бюро) и участки, затем поручите этим людям подать свои предложения по составу бригад (бюро).

#### СИТУАЦИЯ 6.

Исходные данные. Вы начали работать современного цеха (отдела) в крупной промышленной организации, придя на эту должность из другой организации. Еще не все знают Вас в лицо. До обеденного перерыва целых два часа. Идя по коридору, Вы видите трех рабочих (работников) вашего цеха (отдела), которые о чем-то оживленно беседуют и не обращают на Вас внимания. Возвращаясь через 20 минут, Вы видите ту же картину.

Постановка задачи. Как Вы себя поведете:

а) остановитесь, дадите понять рабочим, что Вы - новый начальник цеха (отдела). Вскользь заметите, что беседа затянулась и пора бы браться за дело;

б) спросите, кто их непосредственный начальник. Вызовите его к себе в кабинет;

в) сначала поинтересуетесь, о чем идет разговор. Затем представитесь и спросите, нет ли у них каких-либо претензий к администрации. После этого предложите пройти в цех (отдел), на рабочее место;

г) прежде всего, представитесь, поинтересуетесь, как обстоят дела в их бригаде, как загружены работой, что мешает работать. Возьмете этих рабочих на заметку.

**Домашнее задание.** По итогам дискуссии составить письменный отчет

### Практическая работа № 5

#### Составление анкет по изучению покупательского спроса кинологических услуг

**Цель:** Формировать умения применять на практике эффективные методы решения проблемных ситуаций.

Развивать умение правильно и аргументированно излагать мысли.

**Время** - 2 часа.

**Методические указания:** работу проводить методом «громкого обсуждения», дискуссия.

Маркетинг - деятельность хозяйствующего субъекта по формированию устойчивых производственных и коммерческих связей с другими субъектами хозяйствования и гражданами. Различают три основные сферы деятельности в управлении предприятием: рациональное использование наличных ресурсов; организация обменных процессов предприятия с внешней средой для реализации поставленных собственником задач; поддержание организационно-технического уровня производства, способного отвечать вызовам рынка.

Интересы предприятия и потребителя согласуются через определенные действия, направленные на выявление потребности (проблемы), создании продукта, который может решить проблему потребителя<sup>1</sup>, а также необходимые действия по информированию потребителя о свойствах и наличии продукта, а также организации возможности сделки «купи-продажи». Однако на этом взаимоотношения могут не завершиться. Решение одной проблемы (удовлетворение потребности) порождает новый, более высокого уровня, и весь цикл повторяется.

Таким образом, взаимный интерес «продавца» и «покупателя» представляет собой циклическое взаимодействие. Из этого следует, что действия продавца осуществляются, в основном, вне пределов предприятия. Только небольшие зоны пересечения, преимущественно, по выявлению потребности и реализации продукции, находятся в зоне административного регулирования. Остальная деятельность не может регулироваться административно руководителями предприятия. Поэтому отношения вне предприятия с другими участниками рынка принято обозначать как маркетинговую деятельность предприятия, которая не имеет непосредственного отношения к собственно производственному процессу. Принято выделять несколько основных видов работ в сфере маркетинговой деятельности: выявление неудовлетворенной потребности; разработка продукта, который способен помочь решить проблемы покупателя; информирование потенциальных покупателей о наличии нужного продукта и его продаже.

## Анкета для изучения спроса

### I. Данные о потребителе (нужное подчеркнуть).

1. Пол (мужской, женский).
2. Возраст (до 18 лет, от 18 до 30 лет, от 30 до 50 лет, свыше 50 лет).
3. Социальное положение (рабочий, служащий, предприниматель, учащийся, домохозяйка, пенсионер)

### II. Вопросы для изучения спроса.

1. Хотели бы Вы приобрести данный товар, услугу? (Да, нет).
2. Приобретете ли Вы товар по цене 500 руб.? (Да, нет).
3. Какое количество товара Вы хотите приобрести? (Укажите количество\_штук или кг).
4. Как часто Вы будете приобретать товар (нужное подчеркнуть):  
А) ежедневно,  
Б) один раз в неделю,  
В) один раз в месяц, Г) один раз в полгода, Д) один раз в год,  
Е) одна покупка.
5. Какая цена Вас устроит? (Укажите цены. руб.)
6. Какое количество товара Вы хотите приобрести по Вашей цене? (Укажите количество штук или кг).
7. Как часто Вы будете приобретать товар по Вашей цене (нужное подчеркнуть):  
А) ежедневно, Б) один раз в неделю,  
В) один раз в месяц, Г) один раз в полгода, Д) один раз в год, Е) одна покупка.
8. Почему Вы отказываетесь от покупки (нужное подчеркнуть):  
А) уже есть, Б) не нужен,  
В) не удовлетворяет качество, Г) не нравится цвет, Д) не нравится фасон, Е) не нравится форма,  
Ж) не нравится дизайн, З) не устраивает размер, И) нет лишних денег, К) сам могу сделать, Л) другое.

На рис. показана схема опроса, т.е. порядок, в котором необходимо задавать вопросы в зависимости от ответов на предыдущий вопрос

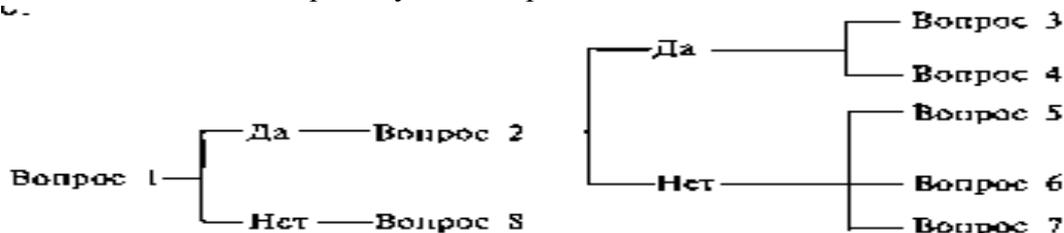


Рис. Схема опроса

Достоинство метода анкетирования состоит в том, что проведение одного опроса позволяет получить целый комплекс информации: требования покупателей к потребительским свойствам товаров, средний размер покупки, частоту обращения в магазин за данным товаром, средний уровень цен, отвечающий ожиданиям покупателей, а также ожидаемое количество и демографические характеристики потенциальных покупателей. Важно только правильно выбрать численность и состав опрашиваемых лиц, чтобы иметь репрезентативную группу, отражающую контингент покупателей.

Полученные данные следует рассматривать как исходные при определении возможных объемов реализации. Однако в условиях большой взаимозаменяемости большинства товаров, общего превышения предложения над спросом и при наличии конкуренции полученные результаты будут не совсем точно отражать действительные потребности населения в конкретном товаре.

Поэтому для повышения точности расчетов необходимо проводить их корректировку с учетом данных о реальных объемах продажи товара.

## 10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ЗАОЧНОЙ ФОРМЕ ОБУЧЕНИЯ

### Пояснительная записка

Контрольная работа по учебной дисциплине Основы экономики, менеджмента и маркетинга является одной из обязательных форм текущего контроля знаний студента, обучающегося по заочной форме, и составляет важную часть теоретической и практической подготовки специалиста. Учебным планом по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» предусмотрена одна контрольная работа, которая выполняется в межсессионный период. Данная контрольная работа составлена в соответствии с рабочей программой дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга», а также на основе календарно-тематического плана и одобрена цикловой комиссией общегуманитарных, социально-экономических, естественнонаучных и агрономических дисциплин. В результате изучения дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга студент должен

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;  
применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;

анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

основные положения экономической теории;

принципы рыночной экономики;

современное состояние и перспективы развития сельского хозяйства и ветеринарии;

роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;

механизмы ценообразования на продукцию (услуги);

формы оплаты труда;

стили управления, виды коммуникации;

принципы делового общения в коллективе;

управленческий цикл;

особенности менеджмента в области ветеринарии;

сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;

формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации;

ориентироваться в вопросах экономической теории в современных условиях.

Контрольная работа является одной из форм фонда оценочных средств, позволяющих оценить знания, умения и уровень приобретенных общих и профессиональных компетенций.

Студент должен обладать **общими компетенциями**, и сформировать **профессиональные компетенции** (перечень компетенций представлены в рабочей программе)

#### **Выполнение контрольной работы**

Работа по выполнению контрольной работы преследует следующие цели:

*дидактические:*

- приобретение новых знаний и умений;
- закрепление и применение знаний, умений и компетенций;
- систематизация и обобщение материала.

*воспитательные:*

- привитие интереса к получению знаний;
- содействие формированию профессионального мышления с помощью учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»;
- формирование профессионального мышления.

К выполнению контрольной работы следует приступать только после полного усвоения теоретического материала. Контрольная работа предполагает использование студентом учебных пособий и конспектов. В каждом варианте включено четыре теоретических вопроса и один практический. Контрольная работа должна быть выполнена с учетом личного шифра

по определенным вопросам варианта. Контрольная работа составлена по стовариантной системе. Пересечение предпоследней цифры вашего шифра (по горизонтали) с последней (по вертикали) дает перечень вопросов.

*При оформлении работы соблюдайте следующие требования:*

1. Контрольную работу можно выполнить как в ученической тетради, страницы нумеруйте.

*Контрольная работа может быть выполнена на компьютере.*

*Формат бумаги А4, шрифт 14 Times New Roman, интервал между строками текста должен составлять 1,0. Интервал между абзацами – одна строка.*

2. На титульном листе укажите № контрольной работы, свой шифр, фамилию, имя, отчество, курс.

3. Контрольную работу выполняйте только по своему варианту, определяя номера вопросов в приведенной ниже таблице.

4. На первой странице запишите поставленные вопросы.

5. На второй странице запишите поставленный вопрос. Выделите его, а затем раскройте его содержание.

6. Ответ пишите четко чернилами одного цвета, оставляйте поля для замечаний преподавателя.

7. В конце работы укажите используемую литературу, поставьте личную подпись и дату выполнения контрольной работы.

#### **Критерии оценки**

Контрольная работа по учебной дисциплине Основы экономики, менеджмента и маркетинга оценивается в зачетной форме. Результаты проверки контрольной работы проставляются в журнал учета рецензирования контрольных работ, журнал успеваемости и учебную карточку студента. В случае неудовлетворительного выполнения контрольная работа возвращается студенту для переработки всех требований, которые обязан учесть студент при повторном выполнении работы или ее доработке.

*Контрольная работа оценивается:*

**«Зачтено»** - полное освоение студентом учебного материала задания, обоснованность, четкость, краткость изложения ответа, умение использовать теоретические знания при выполнении практических задач.

**«Не зачтено»** - разрозненное, бессистемное изложение материала, допускаются ошибки в определении понятий, студент слабо ориентируется в представленном материале, не выполнено практическое задание.

**Контрольные вопросы и задания представлены в разделе  
контрольно – измерительные материалы.**

## **11. КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

**Представлен в приложении 2.**

## **12. МАТЕРИАЛЬНО – ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета социально-экономических дисциплин.

Оборудование учебного кабинета: аудиторная мебель, тематические стенды, справочная литература.

Технические средства обучения:

компьютер с лицензионным программным обеспечением и мультимедиа проектор.

### 13. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Основная литература

1. Дробышевская Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: Учебное пособие / Л.А. Дробышева – 5-е изд. – М.: издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2017. – 152 с.
2. Кнышева Е.Н. Маркетинг. - М.: Форум, 2012.- Уч. пособие
3. Менеджмент: учеб. и практикум для СПО/ под ред. А.Л. Гапоненко.- М.: Юрайт, 2015
4. Куликов Л.М. Основы экономической теории: учеб. пособие для СПО.- М.: Юрайт, 2015
5. Казначевская Г.Б. Экономическая теория.- Ростов н/Д., 2010.- Учебник

#### Дополнительная литература

1. Кнышова Е.Н. Менеджмент. - М.: Форум, 2010.- Уч. пособие
2. Лебедева О.А. Маркетинговые исследования рынка. - М.: Форум, 2011.- Учебник
3. Напёров В.А. Увлекательный менеджмент.- М.: Педагогическое общество России, 2007. – 192 с.
4. Басовский Е.Л. Маркетинг. - М.: Инфра, 2003.- Учебник
5. Мурахтанова Н. М. Маркетинг. - М.: Академия, 2002. - Учебное пособие
6. Кнышов Е.Н. Маркетинг, - М.: ФОРУМ, 2004. - Учебное пособие
7. Барышев А.Ф. Маркетинг. - М.: Академия. – 2000. Учебник
8. Кудина М.В. Основы экономики.- М. ИД ФОРУМ-ИНФРА, 2008.- Учебник
9. Слагода В.Г. Основы экономики.- М.: ИНФРА- ФОРУМ, 2003.- Учебник.

#### Электронный ресурс

- ЭБС «Лань» договор №040 от 30.03.2015  
ЭБС «Лань», соглашение № 519/10 от 25.10.2015г  
ЭБС «РУКОНТ» № 039 от 31.03.2015  
ЭБС «Информио» -СУЗ договор № Б 154 от 08.06.2015.

#### Интернет-ресурсы

1. Aup.ru- Административно - управленческий портал [Электронный ресурс]: сайт // Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/i000.htm> - Дата обращения: 10.06.2015
2. Galyautdinov.ru – Сайт преподавателя экономики <http://galyautdinov.ru/post/economics-vvedenie>. Дата обращения: 12.06.2015
3. Marketing.spb.ru – Энциклопедия маркетинга - [Электронный ресурс]: сайт // Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>- Дата обращения: 12.06.2015
4. Cfin.ru – Корпоративный менеджмент - [Электронный ресурс]: сайт // Режим доступа: <http://www.cfin.ru>- Дата обращения: 12.06.2015
5. Galyautdinov.ru – Сайт преподавателя экономики <http://galyautdinov.ru/post/economics-vvedenie>. Дата обращения: 12.06.2015
6. Grandars.ru- Экономическая теория [http://www.grandars.ru /student/ekonomicheskaya-teoriya/napravleniya-ekonomicheskoy-teorii.html](http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/napravleniya-ekonomicheskoy-teorii.html). Дата обращения: 12.06.2015
7. Bgsha.com - Научный журнал «Вестник Брянской ГСХА» [Электронный ресурс]: сайт // Режим доступа: <http://www.bgsha.com/ru/bulletin-BGSHA/> Дата обращения: 23.06.2015

### 14. ПРИЛОЖЕНИЯ

## Глоссарий

Дисциплина Основы экономики, менеджмента и маркетинга, подобно любой другой отрасли знания, имеет собственную, специфичную терминологию. Эту терминологию необходимо знать и понимать для правильной и быстрой ориентации в экономическом пространстве. Возникающие затруднения в понимании и усвоении управленческой лексики обусловлены, главным образом, следующими обстоятельствами.

1. Экономическая и управленческая терминология используется нередко вне служебной деятельности, в повседневной речи. Профессиональное словоупотребление предполагает существенно более строгое и точное использование терминов.

2. В научной литературе по экономике, менеджменту и маркетингу нередко используются термины, имеющие иностранное происхождение. Самостоятельно определить их истинное смысловое значение несведущему человеку весьма непросто.

Некоторые термины имеют в разных научных текстах по экономике и управлению различную трактовку. Смысл отдельных терминов зависит от контекста, в котором они используются. Глоссарий предназначен, для лучшего понимания основного текста книг по экономике, менеджменту и маркетингу.

### Терминология по Основам экономики

**Акция** – ценная бумага, свидетельствующая о внесении определенной суммы в капитал акционерного общества, дающая право на участие в управлении и на получение дохода.

**Амортизация** – способ возмещения основного капитала путем постепенного перенесения его стоимости на производимую продукцию.

**Арендная плата** – сумма, выплачиваемая пользователем земли ее владельцу. Включает: ренту + все затраты на возмещение капитальных вложений (амортизация) + процент на вложенный капитал.

**Бухгалтерская прибыль** – прибыль, равная разнице между совокупной выручкой от продажи товаров (услуг) и внешними (бухгалтерскими) издержками, связанными с их производством и реализацией.

**Валовой продукт ресурса** — выпуск товара при использовании того или иного ресурса.

**Деньги** – все, что признается людьми за деньги и выполняет их функции.

**Дифференциальная рента** – рента, полученная собственником более производительного участка земли.

**Доход** – денежные или иные средства, получаемые домашним хозяйством от продажи ресурсов;

**Закон предложения** – прямая связь между ценой и величиной предложения.

**Закон спроса** – обратная связь между ценой и величиной спроса.

**Номинальная заработная плата** – цена, выплачиваемая за использование труда, измеренная в абсолютных единицах, сумма денег, полученная наемным работником.

**Повременная заработная плата** – денежная оплата трудовой услуги наемного работника, рассчитываемая в зависимости от количества отработанного им времени.

**Реальная заработная плата** – покупательная способность заработной платы, выраженная в количестве товаров и услуг, которые можно приобрести на полученную сумму денег.

**Сдельная заработная плата** – денежная оплата трудовой услуги наемного работника, рассчитываемая в зависимости от количества произведенной им продукции.

**Земля, естественные ресурсы** – природные условия, необходимые для производства товаров и услуг.

**Издержки (затраты)** – все, что производитель (фирма) расходует в целях достижения необходимого результата.

**Износ** – постепенная утрата капитальными благами своей ценности.

**Оборотный капитал** – часть капитала, используемая однократно и полностью потребляемая в ходе каждого цикла производства.

**Основной капитал** – часть капитала, которая функционирует в течение нескольких лет,

**Конкуренция** – состязание, борьба, соперничество.

**Неценовая конкуренция** – конкуренция на основе потребительских свойств товара. встречным потоком денежных доходов и расходов.

**Ликвидность** – способность того или иного актива быстро и без потери стоимости быть обмененным на товары или деньги.

**Макроэкономика** – раздел экономической теории, изучающий закономерности функционирования и развития национальной экономики в целом, а также мировой экономики.

**Микроэкономика** – раздел экономической теории, изучающий закономерности поведения субъектов экономики и их взаимодействие на отдельных рынках, в результате которого формируются цены на производимые товары и услуги и факторы производства.

**Монополия** – рыночная структура, при которой на рынке действует одна фирма-производитель, полностью контролирующая производство и продажу товара.

**Олигополия** – одна из форм несовершенной конкуренции. Рыночная структура, при которой несколько крупных фирм производят однородную или дифференцированную продукцию, имеют место трудно преодолимые барьеры вступления в отрасль и несовершенная информация.

**Потребности** – внутренние мотивы, побуждающие к экономической деятельности.

**Предложение** – количество товара, которое продавцы могут и желают продать по данной цене.

**Прибыль** – выручка фирмы за вычетом издержек.

**Природные ресурсы** – совокупность природных условий, которые могут быть использованы в процессе создания товаров, услуг и духовных ценностей.

**Рента** – доход, получаемый собственником ресурса, предложение которого строго ограничено.

**Рынок** – система, обеспечивающая взаимодействие продавцов и покупателей.

**Собственность** – отношения людей по поводу присвоения экономических благ.

**Спрос** – количество товара, которое покупатели могут и хотят приобрести на рынке по данной цене.

**Товар** – продукт труда, созданный для продажи или обмена на рынке.

**Труд** – целесообразная деятельность, направленная на создание экономических благ.

**Цена** – количество денег, уплачиваемое и получаемое за единицу товара или услуги.

**Человеческий капитал** – совокупность способностей человека, его здоровье, уровень образования и т.п.

**Экономика** институционально организованная форма производства, распределения, обмена и потребления экономических благ;

2) наука (*economics*) об использовании редких или ограниченных ресурсов для производства товаров и услуг, их распределения и обмена между членами общества в целях потребления.

### Терминология по менеджменту

**Авторитет** – влияние или способность лидера побуждать других к исполнению возложенных на них обязанностей.

**Администрация** – 1) организационная деятельность в сфере *управления*; 2) управленческая деятельность государственных органов; 3) должностные лица, руководящий персонал учреждения, предприятия, *организации*.

**Власть** – способность и возможность осуществлять свою волю, оказывать определяющее воздействие на поведение, деятельность других людей с помощью авторитета, права, насилия, денег и т.д.

**Выработка и принятие решения** – функция менеджмента и этап управленческого

цикла, процесс сбора и мысленной (аналитико-синтетической) переработки данных, необходимых для принятия решения, с последующим фиксированием его результата в соответствующей (устной или письменной) форме.

**Делегирование полномочий** – передача прав от вышестоящих органов власти (инстанций) или должностных лиц (субъектов управления) нижестоящим.

**Демократический (коллегиальный, коллективный) стиль руководства** – стиль руководства, основанный на учете мнений и стремлений подчиненных, на широком привлечении работников к процессу выработки решения.

**Единоначалие** – единоличное управление, которое заключается в праве менеджера (начальника) отдавать подчиненным распоряжения, обязательные для исполнения.

**Информация** – определенным образом обработанные данные, сведения о фактах, представляющие интерес (новизну) для их получателя и требующие от него принятия соответствующего решения.

**Контроль** – функция управления (и этап управленческого цикла), которая представляет собой осуществляемый субъектом управления комплекс мер наблюдения за подготовкой, принятием и ходом реализации управленческих решений, а также проверки фактического состояния деятельности организации.

**Конфликт** – столкновение интересов, ролей, различно направленных тенденций в межличностных взаимодействиях индивидов или групп, а также в сознании индивида, связанное с острым отрицательным переживанием.

**Либеральный стиль руководства** – стиль руководства, характеризуется предоставлением подчиненным максимальной свободы в выборе задач деятельности, малым использованием властных полномочий. Руководитель, использующий Л.с.р., как правило, не вмешивается в работу подчиненных и лишь дает им рекомендации и советы по их просьбе.

**Лидерство** – отношений доминирования и подчинения, влияния и следования в системе межличностных отношений в группе (организации).

**Менеджер** – участник (работник, член) организации, осуществляющий профессиональную управленческую деятельность, решающий задачи управления.

**Мотивация** (мотивирование) – функция менеджмента и этап управленческого цикла, процесс побуждения себя самого или других работников или партнеров к деятельности для достижения целей организации.

**Норма управляемости** – максимальное число работников, которыми может эффективно управлять один руководитель в конкретной сфере деятельности при определенных организационных и иных условиях.

**Организационная структура управления** – упорядоченная определенным образом и установленная соответствующими нормативными правовыми актами совокупность элементов системы управления и ее подсистем, отражающая организационные взаимоотношения между ними.

**Организационно-распорядительные методы управления** – связанные с властной природой социального управления методы прямого (адресного) управляющего воздействия на управляемый объект.

**Организация** – Объединение людей, совместно реализующих некоторую программу или цель и действующих на основе определенных правил и процедур.

**Ответственность** – обязательство выполнять взятые на себя функции, установленные задания, а также находиться под воздействием соответствующих санкций (моральных, административных, уголовных, материальных и иных) за невыполнение.

**Планирование** – функция менеджмента и этап управленческого цикла, представляющая собой процесс разработки плана.

**Принципы управления** – основные правила, которые должны соблюдать участники управленческого процесса при реализации управленческих функций.

**Профессионализм** – совокупность способностей, знаний, умений и навыков, связанных с профессией, то есть с основным родом занятий работника, его трудовой деятельностью.

**Работоспособность** – способность работника выполнять трудовую деятельность в течение длительного времени с заданными эффективностью и качеством.

**Решение** – замысел, задачи подчиненных, способы и сроки выполнения поставленных задач, порядок взаимодействия, обеспечения и организации исполнения.

**Риск** – действия при недостаточно ясных (неопределенных) условиях достижения положительного результата, возможность наступления событий с отрицательными последствиями в результате определенных решений или действий.

**Руководитель** – должностное лицо, имеющее в своем распоряжении коллектив работников, которое наделено четко определенными правами и полномочиями по принятию решений, организации их исполнения, по осуществлению управляющих воздействий в отношении подчиненных.

**Трудовая дисциплина** - сознательное и строгое исполнение работниками своих должностных обязанностей, правил внутреннего трудового распорядка, основанных на соблюдении правовых и других социальных норм, действующих в данной организации.

**Управление** – Деятельность по осуществлению социального управления – управленческая деятельность. 2). Вид организационной структуры управления (органа управления).

**Управленческая деятельность** – тип профессиональной деятельности, специфика которой определяется ее наиболее общей задачей – организацией деятельности других людей в направлении достижения общих целей, с опорой на принципы иерархии.

**Управленческий цикл** – совокупность последовательно сменяющих друг друга конкретных практических действий по реализации полного набора функций управления.

**Управленческое решение** – вид решения, результат выбора одного из взаимоисключающих способов решения проблем организации.

**Функции управления** – относительно обособленные направления (виды) управленческой деятельности, позволяющие в совокупности осуществлять необходимое управляющее воздействие.

**Эффективность решения** – отношение показателей, характеризующих степень достижения поставленных целей к совокупности временных, кадровых, финансовых и других ресурсов, затраченных на принятие и реализацию данного решения.

**Эффективность труда менеджера** – соотношение его полезных для достижения поставленной цели результатов и объема затраченных при этом ресурсов – времени, физических и умственных затрат, сил и средств, финансов и др.

## Терминология по маркетингу

**Ассортимент** - перечень выпускаемой и продаваемой продукции по видам, типам, сортам, размерам и маркам.

**Бренд** - это совокупность ментальных связей с продуктом, его качествами, свойствами и полезностью, в сознании потребителя, базирующихся на коммуникациях, предубеждениях, авторитетном мнении и опыте взаимодействия.

**Диверсификация** - товарная стратегии, в соответствии с которой предприятие расширяет число производимых продуктов или одновременно развивает более двух, несвязанных друг с другом производств, в целях завоевания новых рынков и получения дополнительной прибыли.

**Задачи маркетинга** - маркетинг решает следующие основные задачи:

- систематические поиски и завоевание рынков сбыта с целью создания информационной базы о процессах обмена между предприятием и его клиентами;
- планомерное использование различных методов и инструментов по структуризации этих процессов обмена с целью повышения эффективности предприятия и др.

**Конкуренция** - экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы организаций в процессе создания, сбыта и потребления материальных и духовных благ.

**Информационное обеспечение систем маркетинга** - процесс получения, обработки и

систематизации данных обеспечивающих нормальное функционирование маркетинговой системы.

**Конъюнктура** - рыночная ситуация, сложившаяся на рынке в определенный момент.

Включает в себя:• соотношение спроса и предложения,• динамику цен,• движение товарных запасов,• наличие портфелей заказов по отраслям,• емкость рынка и др.

**Маркетинговая деятельность** - деятельность, связанная с осуществлением функций маркетинга с целью формирования и воспроизводства спроса и обеспечения прибыли организации.

**Маркетинговые исследования** - количественный и качественный анализ одного или нескольких рынков для получения информации о потенциале, емкости рынка, характеристиках конкурентной среды, ценах.

**Поставщики** - компании и частные лица, которые обеспечивают компанию и ее конкурентов материальными ресурсами, необходимыми для производства товаров услуг.

**Реклама** - любая форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг, которую заказывает и финансирует определенный спонсор.

**Товарная номенклатура** (product mix) - совокупность всех ассортиментных групп товаров и товарных единиц, предлагаемых покупателям конкретным продавцом.

**Товарная политика** - совокупность мероприятий и стратегий, ориентированных на постановку и достижение предпринимательских целей.

**Товарные стратегии** - главные принципиальные направления товарной политики.

**Эффективность маркетинговой системы** - показатель способности маркетинговой системы обеспечивать непрерывный процесс формирования воспроизводства спроса на товары и услуги при заданном уровне затрат на маркетинг.

Сидоренко Людмила Михайловна

**УЧЕБНО – МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС**  
по дисциплине  
**ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

Учебно – методическое пособие

Редактор Павлютина И.П.

---

Подписано к печати 21.09. 2017 г. Формат 60x84 1/16.  
Бумага печатная. Усл.п.л. 6,68. Тираж 100 экз. Изд. №5378.

---

Издательство Брянского государственного аграрного университета  
243365 Брянская обл., Выгоничский район, с. Кокино, Брянский ГАУ

