

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕ-
НИ И.Т. ТРУБИЛИНА**

ФАКУЛЬТЕТ ПЛОДООВОЩЕВОДСТВА ВИНОГРАДАРСТВА

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета плодовоощеводства
и виноградарства,
доцент. _____ М. А. Осипов

22 мая 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

Менеджмент и маркетинг

Направление подготовки

35.03.05 Садоводство

Направленность подготовки

«Декоративное садоводство, плодовоощеводство, виноградарство
и виноделие»

Уровень высшего образования

бакалавриат

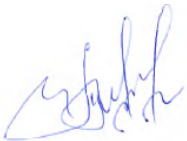
Форма обучения

Очная, заочная

**Краснодар
2023**

Рабочая программа дисциплины «Менеджмент и маркетинг» разработана на основе ФГОС ВО 35.03.05 «Садоводство», утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 1 августа 2017 г. № 737.

Автор:
к.э.н.



И.И. Саенко

Рабочая программа обсуждена и рекомендована к утверждению решением кафедры Управления и маркетинга от 05.04.2023 г., протокол № 16.

Заведующий кафедрой
д-р. экон. наук, профессор



А.В. Толмачев

Рабочая программа одобрена на заседании методической комиссии факультета плодовоовощеводства и виноградарства, протокол №9 от 16.05.2023 г.

Председатель
методической комиссии, д. с.-х.
наук,
доцент



С.С. Чумаков

Руководитель
основной профессиональной
образовательной программы,
к.с.-х. наук, доцент



Л.Г. Рязанова

1 Цель и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» является формирование комплекса знаний в области менеджмента и маркетинга, формирование представления об основополагающих законах, принципах и механизмах функционирования организационных систем, методологических основ менеджмента и маркетинга, основных научных школ, современных идей.

Задачи

- изучение теорий, созданных представителями основных научных школ менеджмента;
- формирование навыков определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
- формирование навыков осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
- освоение методики управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

3 Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

«Менеджмент и маркетинг» является дисциплиной базовой части ОПОП ВО подготовки обучающихся по направлению 35.03.05. Садоводство, направленность «Декоративное садоводство, плодоовощеводство, виноградарство и виноделие».

4 Объем дисциплины (108 часов, 3 зачетных единиц)

Виды учебной работы	Объем, часов	
	Очная	Заочная
Контактная работа в том числе:		11
— аудиторная по видам учебных занятий	39	10
— лекции	20	4
— практические (лабораторные)	18	6
— внеаудиторная	1	1
— зачет		4
— экзамен	-	-
— защита курсовых работ (проектов)	-	-
Самостоятельная работа в том числе:	69	93
— курсовая работа (проект)		
— прочие виды самостоятельной работы	69	93
Итого по дисциплине	108	108

5 Содержание дисциплины

По итогам изучаемого курса студенты сдают зачет.
Дисциплина изучается на 3 курсе, в 6 семестре.

Содержание и структура дисциплины по очной форме обучения

№ п/п	Наименование темы с указанием основных вопросов	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)							
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа	
	Общая характеристика менеджмента и маркетинга. Понятие, сущность, цели и задачи менеджмента.	УК-2, УК-3, УК-6	6	2		2					6

№ п/п	Наименование темы с указанием основных вопросов	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
	<p>2.Элементы системы управления. Функции управления и их взаимосвязь.</p> <p>3.Принципы и методы управления: экономические, административные, социально-психологические и их характеристика.</p> <p>4.Понятие маркетинга, его сущность и его значение в управлении предприятием.</p> <p>5.Цели, задачи, принципы и функции маркетинга.</p> <p>6.Классификация методов маркетинга.</p> <p>7.Основные категории маркетинга.</p> <p>8.Основные виды маркетинга.</p> <p>9. Оценка эффективности маркетинга.</p>									
	<p>Система маркетинговых исследований.</p> <p>1.Изучение внешней макро- и микросреды маркетинга.</p> <p>2. Изучение рынка.</p> <p>3. Изучение мотиваций потребителя.</p> <p>4. Изучение внутренней среды</p>	УК-2, УК-3, УК-6	6	2		2				6

№ п/п	Наименование темы с указанием основных вопросов	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
	маркетинга. 5. Методы маркетинговых исследований. 6. Процесс и этапы маркетинговых исследований.									
	Товар и товарная политика в сфере маркетинга. 1.Классификация товаров. 2.Этап жизненного цикла товара и основные стратегии по этим этапам. 3.Товарный ассортимент и товарная номенклатура.	УК-3, УК-6	6	2		2				6
	Поведение потребителей. 1Сущность поведения потребителей. 2.Процесс принятия решений о покупке товара на рынке конечных потребителей. 3.Процесс принятия решения о покупке на рынке товаров промышленного назначения.	УК-2, УК-3, УК-6	6	2		2				6
	Организация, планирование и бюджет маркетинга. 1. Общие концепции планирования маркетинга. 2. Структура плана марке-	УК-2, УК-3, УК-6	6	2		2				6

№ п/п	Наименование темы с указанием основных вопросов	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
	тинга и последовательность его разработки. 3. Организация планирования маркетинга.									
	Формирование спроса и стимулирование сбыта. 1 Стимулирование сбыта товара. 2 Каналы распределения. 3 Функции канала. 4 Выбор уровня канала распределения. 5 Оптовая торговля. Формы организации оптовой торговли. Оптовые посредники. 6 Розничная торговля. Виды розничной торговли.	УК-2, УК-3, УК-6	6	2		2				8
	Организация труда кадров управления. 1. Власть и лидерство. 2. Специфика управленческого труда. 3. Организация труда кадров управления.	УК-2, УК-3, УК-6	6	2		2				8
	Коммуникации в управлении. 1 Сущность, понятие коммуникации. 2 Коммуникационный процесс: элементы, этапы, каналы, уровни, функции. 3 Основные виды	УК-2, УК-3, УК-6	6	2		2				8

№ п/п	Наименование темы с указанием основных вопросов	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
	коммуникаций. 4 Массовые коммуникации.									
	Принятия и реализация управленческих решений. 1 Сущность управленческих решений и их классификация. 2. Требования, предъявляемые к управленческим решениям. 3. Технология разработки, принятия и реализации управленческих решений	УК-2, УК-3, УК-6	6	2		2				8
0	Органы управления АПК. 1 Сущность и содержание управления АПК; 2 Законы, закономерности и принципы управления АПК. 3 Система и структура управления АПК. 3 Системы и структура управления АПК	УК-2, УК-3, УК-6	6	2		-				7
Итого				20		18				69

Содержание и структура дисциплины по заочной форме обучения

№ п / п	Наименование темы с указанием основных вопросов	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
1	<p>Общая характеристика менеджмента и маркетинга.</p> <p>1 Понятие, сущность, цели и задачи менеджмента.</p> <p>2 Элементы системы управления. Функции управления и их взаимосвязь.</p> <p>3 Принципы и методы управления: экономические, административные, социально-психологические и их характеристика.</p> <p>4 Понятие маркетинга, его сущность и его значение в управлении предприятием.</p> <p>5 Цели, задачи, принципы и функции маркетинга.</p> <p>6 Классификация методов маркетинга.</p> <p>7 Основные категории маркетинга.</p> <p>8 Основные виды маркетинга.</p> <p>9 Оценка эффективности маркетинга.</p>	УК-2, УК-3, УК-6	7	2						10
2	<p>Система маркетинговых исследований.</p> <p>1 Изучение внешней макро- и микросреды маркетинга.</p>	УК-2, УК-3, УК-6	7	2		2				10

№ п / п	Наименование темы с указанием основных вопросов	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
	2. Изучение рынка. 3. Изучение мотиваций потребителя. 4. Изучение внутренней среды маркетинга. 5. Методы маркетинговых исследований. 6. Процесс и этапы маркетинговых исследований.									
3	Товар и товарная политика в сфере маркетинга. 1.Классификация товаров. 2.Этап жизненного цикла товара и основные стратегии по этим этапам. 3.Товарный ассортимент и товарная номенклатура.	УК-2, УК-3, УК-6	7							10
4	Поведение потребителей. 1Сущность поведения потребителей. 2.Процесс принятия решений о покупке товара на рынке конечных потребителей. 3.Процесс принятия решения о покупке на рынке товаров промышленного назначения.	УК-2, УК-3, УК-6	7							10
5	Организация, планирование и бюджет маркетинга.	УК-2, УК-3, УК-6	7							10

№ п / п	Наименование темы с указанием основных вопросов	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
	4. Общие концепции планирования маркетинга. 5. Структура плана маркетинга и последовательность его разработки. 6. Организация планирования маркетинга.									
6	Формирование спроса и стимулирование сбыта. 1 Стимулирование сбыта товара. 2 Каналы распределения. 3 Функции канала. 4 Выбор уровня канала распределения. 5 Оптовая торговля. Формы организации оптовой торговли. Оптовые посредники. 6 Розничная торговля. Виды розничной торговли.	УК-2, УК-3, УК-6	7							10
	Организация труда кадров управления. 1. Власть и лидерство. 2. Специфика управленческого труда. 3. Организация труда кадров управления.	УК-2, УК-3, УК-6	7			2				10
7	Коммуникации в управлении. 1 Сущность, понятие комму-	УК-2, УК-3, УК-6	7							8

№ п / п	Наименование темы с указанием основных вопросов	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
	<p>никации.</p> <p>2 Коммуникационный процесс: элементы, этапы, каналы, уровни, функции.</p> <p>3 Основные виды коммуникаций.</p> <p>4 Массовые коммуникации.</p>									
8	<p>Принятия и реализация управленческих решений.</p> <p>1 Сущность управленческих решений и их классификация</p> <p>2. Требования, предъявляемые к управленческим решениям.</p> <p>3. Технология разработки, принятия и реализации управленческих решений</p>	УК-2, УК-3, УК-6	7							8
9	<p>Органы управления АПК.</p> <p>1 Сущность и содержание управления АПК;</p> <p>2 Законы, закономерности и принципы управления АПК.</p> <p>3 Система и структура управления АПК.</p> <p>3 Системы и структура управления АПК</p>	УК-2, УК-3, УК-6	7			2				7
Итого				4		6				93

6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
Методические указания (для самостоятельной работы)

Менеджмент и маркетинг : метод. указания / сост. И. И. Саенко. – Краснодар : КубГАУ, 2020. – 34 с. https://edu.kubsau.ru/file.php/123/Methodichka_menedzhment_i_marketing_1_560795_v1_.PDF

7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Номер семестра*	Этапы формирования компетенций и проверки уровня сформированности компетенций по дисциплинам, практикам в процессе освоения ОП
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	
3	Правоведение
5	Декоративное садоводство
6	Менеджмент и маркетинг
8	Частное ландшафтное проектирование
8	Технохимконтроль вина
8	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	
5	Психология
6	Менеджмент и маркетинг
8	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	
6	Менеджмент и маркетинг
8	Экономика и организация садоводства
8	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Уровень освоения				Оценочное средство
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели про-	Не умеет формулировать в рамках поставленной цели	Умеет на низком уровне формулировать в рамках по-	Умеет на достаточном уровне формулировать в	На высоком уровне сформированное умение фор-	Кейс-задания, контрольная работа, эссе, реферат, тест, вопро-

екта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач	проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение, определять ожидаемые результаты решения выделенных задач	ставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение, определять ожидаемые результаты решения выделенных задач	рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение, определять ожидаемые результаты решения выделенных задач	мулировать в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение, определять ожидаемые результаты решения выделенных задач	сы и задания для проведения зачета.
УК-2.2 Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	Не умеет проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	Умеет на низком уровне проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	Умеет на достаточном уровне проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	На высоком уровне сформированное умение проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	
УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время	Не умеет решать конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время	Умеет на низком уровне решать конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время	Умеет на достаточном уровне решать конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время	На высоком уровне сформированное умение решать конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время	
УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта	Не умеет публично представлять результаты решения конкретной задачи проекта	Умеет на низком уровне публично представлять результаты решения конкретной задачи проекта	Умеет на достаточном уровне публично представлять результаты решения конкретной задачи проекта	На высоком уровне сформированное умение публично представлять результаты решения конкретной задачи проекта	
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде					
УК-3.1 Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде	Не понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде	Понимает на низком уровне эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде	Понимает на достаточном уровне эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде	Понимает на высоком уровне эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде	Кейс-задания, контрольная работа, эссе, реферат, тест, вопросы и задания для проведения зачета

УК-3.2 Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально незащищенные слои населения и т.п.).	Не понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально незащищенные слои населения и т.п.).	Понимает на низком уровне особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально незащищенные слои населения и т.п.).	Понимает на досточном уровне особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально незащищенные слои населения и т.п.).	Понимает на высоком уровне особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально незащищенные слои населения и т.п.).	
УК-3.3 Предвидит результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата	Не предвидит результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата	Предвидит на низком уровне результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата	Предвидит на достаточном уровне результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата	Предвидит на высоком уровне результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата	
УК-3.4 Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды	Не умеет эффективно взаимодействовать с другими членами команды, в т.ч. участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды	взаимодействует на низком уровне с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды	взаимодействует на достаточном уровне с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды	Эффективно взаимодействует на высоком уровне с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды	
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни					
УК-6.1 Применяет знание о своих ресурсах и их пределах	Не умеет применять знания о своих ресурсах и их пределах	Умеет на низком уровне применять знания о своих	Умеет на достаточном уровне применять знания о	На высоком уровне сформированное умение приме-	Кейс-задания, контрольная работа, эссе, реферат, тест, вопро-

(личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы	лах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы	ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы	своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы	нять знания о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы	сы и задания для проведения зачета
УК-6.2 Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	Не понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	Понимает на низком уровне важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	Понимает на достаточном уровне важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	Понимает на высоком уровне важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	
УК-6.3 Реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	Не умеет реализовать намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	Умеет на низком уровне реализовать намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	Умеет на достаточном уровне реализовать намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	На высоком уровне сформированное умение реализовать намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	
УК-6.4 Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата	Не умеет критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата	Умеет на низком уровне критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата	Умеет на достаточном уровне критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно	На высоком уровне сформированное умение критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также	

		результата	полученного результата	относительно полученного результата	
УК-6.5 Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков	Не демонстрирует интерес к учебе и не использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков	Демонстрирует на низком уровне интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков	Демонстрирует на достаточном уровне интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков	Демонстрирует на высоком уровне интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков	

7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП ВО

Компетенция: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2)

Кейс-задания (приведены примеры)

Кейс-задания 1.

Профиль деятельности: банковский холдинг, включающий финансовые компании и банки. Численность персонала: 12 тыс. человек.

Срок работы на рынке: 7 лет.

Холдинговая компания образована за счет приобретения региональных банков со сложившейся системой и структурой управления, которые не подвергались изменениям при включении в состав холдинга. На данный момент в холдинге имеется корпоративный университет, созданный на базе отдела обучения, его организационная структура прошла несколько этапов эволюции, приспособившись к стремительно растущим запросам компании. До появления корпоративного университета учебный план и бюджет на обучение формировались на основе консолидированных заявок руководителей и предложений подрядчиков с учетом требования периодичности обучения.

Решение о создании университета было принято после того, как собственники прошли обучение на курсах по лидерству и вдохновились идеей формирования единой программы, которая дифференцировалась бы по категориям персонала с учетом требований, заложенных в корпоративных компетенциях, а не по заявкам.

Корпоративный университет работает уже несколько лет, обеспечивает и координирует деятельность отделов обучения и учебных центров в компаниях холдинга.

На данный момент для сотрудников реализуется обучение:

– по продуктам, существующим в рамках каждой из компаний группы (данные курсы полностью разрабатываются и реализуются в отделах обучения каждой из компаний, без согласования с корпоративным университетом);

– по лидерским навыкам (личное лидерство), которые реализуются корпоративным университетом с привлечением внешних провайдеров для всех сотрудников холдинга.

На совете директоров при реструктуризации стратегических целей развития компании встал вопрос о необходимости пересмотра деятельности корпоративного университета. В целом система обучения актуальна для холдинга, поскольку обеспечивает престиж, рейтинги банков компании и актуализацию знаний персонала в части продуктов, однако в части проведения курсов лидерских качеств и навыков обучен уже весь персонал, текучесть которого невысока. В настоящий момент перед холдингом стоит задача интеграции корпоративной культуры, формирования единого бренда и выработки новых единых корпоративных ценностей, которые позволили бы компаниям холдинга чувствовать себя единым целым.

Задания:

Изучите сложившуюся в компании ситуацию. Представьте, что Вы – руководитель, отвечающий за деятельность корпоративного университета. Перед Вами поставлена задача о необходимости развития такой системы обучения, которая обеспечила бы реализацию стратегических задач компании. Определите актуальные направления работы корпоративного университета на ближайший год и спланируйте основные мероприятия на этот период времени исходя из действующих правовых норм.

Кейс-задания 2.

Через несколько минут к Вам должна подойти Ваша подчиненная, которую Вы вызвали по поводу ее опозданий. Она работает в компании больше года и свои обязанности выполняет качественно. Первое время она была очень увлечена и часто приходила даже раньше на работу. А в последнее время Вы стали замечать, что она опаздывает почти каждый день. В общем, Вы могли бы закрыть на это глаза, но есть корпоративные правила, исполнения которых требуют прежде всего от Вас. Пару раз ей было сделано замечание, что следует все же вовремя приходить, хотя бы потому что это прописано в трудовом договоре. Вы предупредили, что будете оформлять все письменно и составлять служебные записки об ее опозданиях. Сегодня 14 января: прошло два месяца с того момента, как Вы сделали замечание. Тогда сотрудница согласилась с Вами и пообещала, что ситуация изменится. Но все осталось так же.

Задание:

1. Разработайте стратегические мероприятия по работе с персоналом в разделе мотивация исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

Вопросы для контрольной работы (приведены примеры)

1. Цель и миссия проекта и совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих их достижение.

2. Показатели эффективности принятых решений выделенных задач.

3. Методы проектирования решений конкретных задач проекта.
4. Критерии выбора принятия оптимального способа решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.
5. Алгоритм решения конкретных задач проекта заявленного качества и за установленное время.
6. Расчет эффективности принятого управленческого решения конкретной задачи проекта.

Темы эссе (приведены примеры)

1. Практика применения организациями выбора решения проникновения на внешние рынки исходя из имеющихся ресурсов и ограничений.
2. Использование наступательных конкурентных стратегий для создания конкурентного преимущества.
3. Современные организационные структуры, ориентированные на решение стратегических проблем развития организации
4. Неудачные конкурентные стратегии и оптимальный способ их решения
5. Преимущества и недостатки основных конкурентных стратегий
6. Соответствие некоторых типов структур стратегиям развития компании
7. Инструментарий оценки потенциала организации исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений

Темы рефератов (приведены примеры)

1. Разработка и принятие управленческих решений в интегрированных агропромышленных структурах.
2. Основные принципы разработки и принятия управленческих решений в агропромышленных структурах.
3. Методы и модели разработки и принятия управленческих решений в агропромышленных объединениях.
4. Процесс и этапы разработки и принятия управленческого решения в агропромышленных организациях.

Тесты (приведены примеры)

1. Расположите по порядку уровни целей в организации:
 - а) миссия
 - б) стратегические цели
 - в) тактические цели
 - г) оперативные цели
2. Выделите пять факторов, определяющих миссию (в оригинале – программу), по Ф. Котлеру:
 - а) история фирмы
 - б) стиль поведения собственников и основных менеджеров фирмы

в) особенности и тенденции развития внешней среды фирмы и ее динамика

г) ресурсы, которые фирма может и готова использовать

д) яркие отличительные особенности фирмы

е) связи с партнерами и поставщиками

ж) ориентация на прибыль и конкурентоспособность

з) удовлетворение потребностей потребителей

3. Выберите действия, которые можно отнести к стратегическим решениям:

а) реконструкция предприятия

б) внедрение новшеств

в) приобретение предприятий, их слияние

г) сокращение рабочих мест в подразделении

д) улучшение условий труда

е) смена поставщиков

4. Укажите, что является основой принятия решения:

а) предпочтения лица, принимающего решение

б) оперативные директивы, распоряжения

в) перечень альтернативных решений

г) разработка стратегии деятельности предприятия

5. Укажите, что входит в процесс принятия решения:

а) разработка решения

б) обоснование решения

в) реализация решения

г) организация выполнения решения

6. Лица, принимающие решения, делятся на:

а) не терпящие риска, безразличные к риску, склонные к риску

б) склонные к риску, рассудительные

в) не терпящие риска, безынициативные

7. Системное свойство управленческого решения – это

а) комплексность

б) коллегиальность

в) плановость

г) актуальность

8. Юридическое стимулирующее свойство управленческого решения – это

а) правомерность

б) стадийность

в) мотивационность

г) коллегиальность

9. *Группа решений, выделенная по характеру прогнозируемых последствий - это:*

- а) корректируемые и некорректируемые**
- б) традиционные нетипичные
- в) индивидуальные и коллегиальные
- г) глобальные и локальные

10. *Вероятностные решения – это решения, принятые в условиях:*

- а) риска**
- б) неопределенности**
- в) спада производства
- г) конкуренции

11. *Детерминированные решения – это решения, принятые в условиях:*

- а) определенности**
- б) риска
- в) стабилизации производства
- г) конкуренции

12. *Укажите соответствие классификационных признаков и классификационных групп решения, признаки:*

способ фиксации	документированные и недокументированные
метод разработки	формализованные и неформализованные
форма принятия	индивидуальные и коллективные
сфера действия	локальные и глобальные

13. *Признак разделения решений на одноуровневые и многоуровневые - это:*

- а) глубина воздействия**
- б) способ фиксации
- в) характер проблемы
- г) количество критериев

14. *Укажите стадию, на которой формируется качество решения:*

- а) на стадии разработки**
- б) на стадии реализации
- в) на всех стадиях
- г) на стадии утверждения

15. *Укажите стадию, на которой формируется эффективность решения:*

- а) на стадии реализации**
- б) на стадии разработки

- в) на стадии утверждения
- г) на всех стадиях

16. Факторы оптимальности решений - это:

- а) многовариантность**
- б) методы разработки**
- в) количество участников разработки
- г) контроль выполнения

17. Признаки оптимальности решений - это:

- а) заданные сроки реализации**
- б) соответствие целям организации**
- в) продолжительность разработки решения;
- г) срок утверждения

18. Виды непротиворечивости управленческого решения - это:

- а) пространственная**
- б) временная**
- в) целевая
- г) ресурсная

19. Преимущества индивидуальной формы принятия решений относительно групповой проявляются:

- а) в большей возможности реализовать свой потенциал**
- б) в меньших затратах времени**
- в) в большей возможности решать сложные проблемы
- г) в большей обоснованности решений

20. Преимущества групповой формы принятия решений проявляются:

- а) в возможности использовать «синергетический эффект»**
- б) в объективизации принятия решений**
- в) в демократизации принятия решений**
- г) в повышении ответственности

Компетенция: способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3)

Кейс-задания (приведены примеры)

Кейс-задание 1.

Сергей Петрович – руководитель, который довольно успешно применяет приемы делегирования. Один из его подчиненных все делает сам, никому ничего не доверяет, а потому часто задерживается на работе, сильно устает. Руководитель приглашает его на беседу, где подробно и убедительно рассказывает ему о делегировании и просит попробовать этот метод, мотивируя это своими высокими показателями в работе и отличным качеством. Через месяц

проходит производственное совещание, где обсуждаются результаты работы, и оказывается, что на участке этого подчиненного самые низкие результаты, хотя раньше было наоборот. По итогам было принято решение еще раз пересмотреть организацию работы на этом участке.

Основной целью делегирования полномочий является...

А) освобождение времени руководителя для решения личных вопросов
Б) разгрузка вышестоящих руководителей, освобождение их от текучки и создание наилучших условий для решения стратегических и перспективных задач управления.

В) передача ответственности подчиненным за решение важных задач

Г) повышение показателей работы структурных подразделений

Делегирование полномочий представляет собой...

А) назначение сотрудника на вышестоящую должность

Б) передачу задач и полномочий определенному лицу, которое принимает на себя обязательство их выполнения.

В) расширение зоны ответственности

Г) перевод сотрудника в другое структурное подразделение

Делегированию подчиненным не подлежат...

Укажите не менее двух вариантов ответа

А) ежедневные рутинные задания

Б) задачи строго доверительного характера

В) задачи особой важности и высокой степени риска

Г) несрочные задания

Кейс-задание 2.

ООО «Техносити», организованное в 1997 г., на сегодняшний день включает комплекс, объединяющий 9 автозаправок: три в Махачкале, пять в Южном Дагестане и одну в Буйнакске. В штат входит около 140 чел. Большое внимание руководством предприятия уделяется коммуникативной стороне персонала. Как и в любом бизнесе, основное — это кадры. Качества, которые ценятся в работниках предприятия — честность, порядочность, высокий уровень обслуживания клиентов.

Занимается предприятие и благотворительностью. В Тляртинском районе строится мечеть, которая в настоящее время находится на стадии завершения. Компания регулярно помогает спортсменам, детскому реабилитационному центру в Махачкале, Советам ветеранов ВОВ Республики, столицы и Тляртинского района.

Будучи президентом ассоциации владельцев АЗС в Республике Дагестан, руководство компании решает проблему качественного бензина и регулирования цен на топливо.

В целях улучшения качества сервиса организуются различные конкурсы. Уже полтора года, как проводится лотерея «Техносити». Это дополнительный стимул клиентам приезжать на АЗС «Техносити». Водители, заправляющие свое авто более чем 25 л бензина, получают лотерейные билеты, по ко-

торым разыгрываются различные призы: от литров бензина и фирменных маек «Техносити» до автомобиля. Уже разыгран пятый автомобиль!

Помимо этого каждую субботу на АЗК «Техносити*» разыгрываются различные призы: один телевизор, один музыкальный центр, 50 призов по 20 л бензина, 50 футболок, а один раз в три месяца разыгрывается автомобиль.

В будущем планируется строительство оздоровительно-развлекательного комплекса, а в 2005 г. был запущен магазин стильной молодежной одежды МЕХХ — всемирно известного бренда при тесном сотрудничестве с московской фирмой, которая является официальным дилером МЕХХ.

Главное, что усвоил руководитель АЗК «Техносити» в процессе своей предпринимательской деятельности, — рассчитать свои реальные возможности, брать только те кредиты, за которые ты сможешь в дальнейшем расплатиться.

Вопросы:

1. Сформулируйте основные направления рыночной стратегии АЗК «Техносити».
2. Охарактеризуйте сервисную политику предприятия.
3. Какой сегмент вы бы порекомендовали предприятию выбрать в качестве целевого и почему?
4. Какую стратегию охвата рынка вы предлагаете и почему?
5. Предложите рекламные аргументы и ценовую стратегию, и распределите задачи между сотрудниками с учетом личной ответственности, с целью повышения эффективности выполнения работы.
6. Проанализируйте возникшие этические проблемы и разработайте мероприятия по их устранению.

Вопросы для контрольной работы (приведены примеры)

1. Разница в принятии решений по управлению предприятием с позиции производственной, сбытовой и маркетинговой концепций.
2. Различия в поведении представителей различных социальных групп.
3. Деловой рынок и поведение деловых покупателей.
4. Корпоративная реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
5. Роль руководителя в команде при разработке оптимального ассортимента в товарной политике фирмы.
6. Этические и правовые регуляторы коммуникационной деятельности
7. Правовое поле рекламной и PR-деятельности
8. Международные профессиональные кодексы и стандарты маркетинговых коммуникаций.
9. Корпоративная социальная ответственность и фандрайзинг.
10. Современные маркетинговые коммуникации как социальный институт и вид бизнеса
11. Понятие эффективности использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели.
12. Определение роли в команде при принятии решения.

13. Особенности поведения выделенных групп людей (сегмент), с которыми работает/взаимодействует маркетолог.

14. Оценка результатов личных действий и разработка алгоритма последовательности шагов для достижения заданного результата.

15. Показатели эффективного взаимодействия с другими членами команды.

Темы эссе (приведены примеры)

1. Власть и лидерство.
2. Специфика управленческого труда.
3. Организация труда кадров управления.
4. Роль маркетинговых исследований в ходе разработки стратегии маркетинга.
5. Значение маркетинговых исследований для корректировки стратегии.
6. Уровни товара. Модели ЖЦТ.
7. Эффективность использования стратегии сотрудничества для разработки новых товаров.
8. Качество товара.
9. Стратегия сотрудничества тотального качества.
10. Последовательность шагов управления товарным ассортиментом.
11. ABC - и XYZ анализ.

Темы рефератов (приведены примеры)

1. Использование социально-этического маркетинга в крупных брендах с широкой потребительской аудиторией.

2. Несение социальной ответственности в команде за принятие решения в продвижении товара на рынке.

3. Социальная ответственность как организация за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через этическое и прозрачное поведение.

4. Влияние ценовой политики на поведение потребителей

5. Методы формирования лояльности потребителей на основе изменения цены на товар.

6. Принципы и методы управления: экономические, административные, социально-психологические и их характеристика.

7. Понятие и сущность организации труда.

8. Нормирование труда.

9. Проблемы организации труда.

10. Типовые проекты организации труда.

1. Руководитель в сфере маркетинга.

2. Роль маркетинга в социально-экономическом развитии страны и особенности эволюции маркетинга в России.

3. *Маркетинг* социальной сферы города.

4. Экономические и социальные предпосылки возникновения, эволюция и этапы развития маркетинга.

5. Системы маркетинговых коммуникаций и вспомогательные рекламные носители.
6. Потребительское поведение различных *этнических* групп населения.
7. Этнотерриториальная специфика потребительского поведения населения юга России как фактор выбора конкурентной маркетинговой стратегии компаний на локальном рынке.
8. Роль маркетинга как философии управления бизнесом
9. Организационные, экономические и коммуникативные составляющие процесса маркетингового управления на основе толерантности.
10. Формирование стратегии и планов развития предприятия с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий.

Тесты (приведены примеры)

1. Установите последовательность этапов разработки коммуникационных стратегий маркетинга:

- 1) обоснование системы критериев и целей маркетинговых коммуникаций
- 2) ранжирование целей
- 3) механизм контроля и корректировки планово-управленческих решений
- 4) оценка прогноза результативности коммуникаций
- 5) выбор стратегии

2. Реклама, цель которой, убедить покупателя в том, что он поступил правильно, купив именно этот товар, является:

- а) подкрепляющей**
- б) информативной
- в) избирательной
- г) сравнительной

3. Определите последовательность психологического воздействия рекламы на потребителя:

- 1) привлечение внимания
- 2) поддержание интереса
- 3) проявление эмоций
- 4) убеждение
- 5) принятие решения
- 6) действие (совершение покупки)

4. Определите правильную последовательность элементов схемы взаимодействия PR-специалиста с покупателем:

- 1) потребности
- 2) интересы
- 3) действия
- 4) отношения

5. Продвижение интересов через органы государственной власти:

- а) лоббирование
- б) адвокатирование
- в) пропаганда
- г) политическая реклама

6. Спонсорство – это:

- а) деятельность по предоставлению фирмой финансовых средств отдельным лицам или организациям, занятым в сфере спорта, культуры, здравоохранения, образования и т.д., для достижения ею поставленных целей в области маркетинга
- б) создание и сохранение имиджа предприятия
- в) неоплачиваемое стимулирование спроса на товар, услугу или фирму с помощью распространения о них важных сведений во всех средствах распространения информации
- г) взаимодействие сотрудников

7. Аппарат управления – это:

- а) группа органов, обеспечивающих разработку, реализацию решений
- б) субъект управления организацией
- в) объект управления организации
- г) юридическое лицо
- д) физическое лицо

8. Главная функция аппарата управления - это:

- а) принятие решений
- б) учетная
- в) контрольная
- г) стимулирующая

9. Характер целей аппарата управления ориентированного на принятие решений - это:

- а) развитие нововведений
- б) изучение рыночной конъюнктуры
- в) поддержание стабильности
- г) оптимизация вертикальных связей

10. Характер целей аппарата управления классических структур - это:

- а) поддержание стабильности
- б) оптимизация вертикальных связей
- в) оптимизация горизонтальных связей
- г) развитие нововведений

11. Действия, выполняемые на стадии оценки результатов решения - это:

- а) сравнение фактических сроков реализации решения с запланированными**
- б) определение фактического объема израсходованных ресурсов**
- в) определение показателей для сравнения альтернативных вариантов
- г) мотивация исполнителей решения

Компетенция: способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-б)

Кейс-задания (приведены примеры)

Кейс-задание 1.

ООО «Шихинали» функционирует на рынке Республики Дагестан с 21 декабря 1993 г. «Красота и здоровье в каждом доме» — это не просто рекламный девиз «Шихинали», но и принцип его деятельности. В прайс-листе фирмы более 5000 наименований лекарственных препаратов, сопутствующих товаров медицинского назначения и более 7000 видов парфюмерии, декоративной и лечебной косметики.

Основной миссией организации является своевременное и качественное обеспечение организаций здравоохранения и населения лекарственными препаратами и сопутствующими товарами медицинского назначения в необходимом количестве и ассортименте.

Главным приоритетом в деятельности организации является ориентированность на максимально взаимовыгодное и плодотворное сотрудничество, основанное на доверии и надежном партнере.

Компания предлагает клиентам лекарственные препараты лучших отечественных и зарубежных представителей. ООО «Шихинали» придерживается принципа поставок по прямым долгосрочным контрактам с фармацевтическими предприятиями отечественного производства и официальными представителями зарубежных производителей, что гарантирует низкие цены и высокое качество продукции.

Коллектив фирмы составляет 136 человек, многие из которых являются высококвалифицированными специалистами.

Четкая стратегия развития, надежные долгосрочные контракты с отечественными и зарубежными производителями фармацевтической продукции, высокий профессионализм сотрудников, ответственное отношение к взятым на себя обязательствам гарантируют устойчивое положение фирмы.

Система сбыта ООО «Шихинали» включает два направления: оптовые продажи с головного предприятия, ориентированные на региональных оптовиков, и крупные розничные сети, обслуживающие население Махачкалы и всего Дагестана.

Современный оптовый склад в Махачкале оборудован в соответствии с наиболее прогрессивными технологическими требованиями.

ООО «Шихинали» постоянно совершенствует систему обслуживания клиентов, разрабатывает новые формы продаж, повышает качество и скорость обработки заказов и их исполнение.

Ассортимент лекарственных препаратов формируется специалистами на основе тщательного сбора и анализа данных о потребностях населения и прогноза ситуации на рынке лекарственных препаратов. Особое внимание уделяется проверке соответствия предлагаемых лекарственных средств требованиям российского законодательства и государственных контрольных органов.

В каждом филиале организации всегда в наличии широкий ассортимент препаратов, пользующихся в регионе повышенным спросом, в среднем более 5 тыс. наименований. Доставка этих медикаментов осуществляется в течение суток с момента получения заказа. Даже в случае отсутствия заказанного товара в данный момент клиент получит товар в течение одной недели. Своевременное снабжение клиентов обеспечивает собственный автомобильный парк. Каждый препарат, приобретаемый ООО «Шихинали», проходит проверку в Центре сертификации и контроля качества лекарственных средств аптечного управления Министерства здравоохранения Республики Дагестан, что помогает предотвратить реализацию фальсифицированных препаратов.

Особое значение ООО «Шихинали» придает участию в поставках лекарственных препаратов для государственных нужд, считая это не только коммерческой, но и социальной задачей. У организации есть все для того, чтобы успешно справляться с этой функцией, — хорошая репутация, конкурентоспособные предложения и реальная возможность выполнить взятые на себя обязательства.

С самого начала работы на фармацевтическом рынке Республики фирма осуществляла безвозмездную помощь дефицитными импортными лекарствами. На сегодняшний день среди получателей гуманитарной помощи — больницы, детские дома, ветераны, инвалиды и престо частные лица.

Вопросы:

1. Сформулируйте принципы деятельности ООО «Шихинали».
2. Охарактеризуйте сегмент дагестанского потребителя лекарственных препаратов компании «Шихинали» с точки зрения социально-ответственного маркетинга.
3. Определите группы потребителей, на которые целесообразнее ориентироваться компании.
4. Охарактеризуйте отличительные особенности комплекса маркетинга ООО «Шихинали» и его конкурентные преимущества.
5. Сформулируйте предложение для руководителя ООО «Шихинали» по организации системы сбыта и продвижения на рынки Ставропольского и Краснодарского краев.

Кейс-задание 2.

Чуть более года прошло с тех пор, как открылся в Махачкале новый салон мебели «ИльХан». Это четыре этажа мебели российских и зарубежных производителей. «ИльХан» осуществляет поставки мебели из Ставрополя, Краснодар, Ростова, а также из Калининграда, Малайзии, Белоруссии. Кроме того, здесь можно приобрести различные модели кухонь, столы, стулья, спальни из стран Юго-Восточной Азии.

Торговый дом бесплатно доставляет мебель не только по городу, но и далеко за его пределами. При необходимости - на место выезжают специалисты по сборке мебели. Эта услуга входит в сервисный набор салона «ИльХан». С каждым месяцем пополняется ассортимент продукции, а при отсутствии какой-либо модели покупателю обязательно завезут ее в кратчайшие сроки.

«ИльХан» удивляет не только красотой и изысканностью мебели, но и отличным качеством товара в сочетании с реальными ценами. Здесь можно подобрать как строгий интерьер для офиса, так и королевскую спальню.

Неслучайным является лозунг салона: «Здесь ваш уют и ваше удобство».

Вопросы:

1. Каковы основные элементы макро- и микросреды, оказывающие влияние на деятельность торгового дома «ИльХан»?
2. Охарактеризуйте составляющие комплекса маркетинга предприятия, отметив их положительные и отрицательные стороны. Какие аспекты комплекса маркетинга, по вашему мнению, необходимо улучшить и почему?
3. Какие рекомендации дали бы вы руководству предприятия для обеспечения конкурентоспособности и упрочения своих позиций на мебельном рынке Республики Дагестан?
4. Разработайте для торгового дома «ИльХан» стратегию его дальнейшего развития с точки зрения социально-ответственного маркетинга.

Вопросы для контрольной работы (приведены примеры)

1. Система планирования маркетинговых коммуникаций и этапы планирования коммуникационной деятельности.
2. Оценка коммуникативной и торговой эффективности маркетинговых коммуникаций.
3. Особенности стратегии управления маркетингом в условиях рыночных отношений.
4. Тактика управления как поэтапное достижение поставленных стратегических целей.
5. Выбор тактических целей, планирование.
6. Взаимосвязь стратегической и тактической компоненты с элементами комплекса маркетинга.
7. Стратегическое и тактическое планирование маркетинга, их задачи и характеристика.
8. Процесс стратегического планирования как инструмент принятия управленческих решений.

Темы эссе (приведены примеры)

1. Планирование перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей.
2. Планирование этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.
3. Критическая оценка эффективности использования времени и других ресурсов при решения поставленных задач.
4. Формирование стратегии развития бренда работодателя с ключевыми HR-процессами.
5. Этапы внедрения в компанию принципов делегирования.
6. Правила делегирования. Создание договоренностей и закрепление ответственности.
7. Технология разработки, принятия и реализации управленческих решений.

Темы рефератов (приведены примеры)

1. Общая характеристика саморазвития в сфере маркетинга и менеджмента
2. Ценностные основания саморазвития в профессиональной сфере деятельности
3. Творчество как ценность развивающегося человека в рекламной сфере.
4. Межличностное взаимодействие и общение с поставщиками как условия саморазвития.
5. Саморегуляция личности, ее механизмы и способы осуществления профессиональной деятельности.
6. Индивидуальный стиль деятельности в сфере менеджмента и маркетинга

Тесты (приведены примеры)

1. Основой для выработки и принятия решения по стимулированию труда персонала является:

- а) оценка результатов труда**
- б) оценка личных и деловых качеств
- в) оценка труда
- г) комплексная оценка качества работы

2. Проектирование структуры управления осуществляется в следующей последовательности:

- 1 – фиксация состава и численности элементов системы
- 2 – выбор конфигурации элементов системы в пространстве
- 3 – проектирование структуры системы
- 4 – разработка регламентов процессов системы
- 5 – фиксация информационных взаимосвязей элементов системы про-

ектирования

3. Выберите факторы, определяющие стратегию развития персонала:

а) стратегия организации, жизненный цикл организации, размер организации

б) стратегия организации, количественный и качественный состав персонала, производственные мощности организации

в) количественный и качественный состав организации, кадровый резерв, размер организации

г) стратегия организации, кадровый резерв, размер организации

4. Перечислите возможные программы поддержки развития сотрудника, если он стремится установить и закрепить основу для будущего продвижения (более одного правильного ответа):

а) обучение

б) горизонтальное перемещение

в) досрочное увольнение или добровольный выход в отставку

г) вознаграждение сотрудника

д) понижение в должности

е) аттестация сотрудника

5. Система управления персоналом включает в себя (более одного правильного ответа):

а) функциональные подразделения, их руководителей и линейных руководителей

б) общее руководство организацией

в) службу технологического контроля (отдел ОТК)

г) подразделения капитального строительства

д) функциональные подразделения и их руководителей

6. Укажите, от чего зависит число подчиненных у руководителя:

а) уровня иерархии

б) занимаемой должности

в) типа функции (основная, вспомогательная, обслуживающая)

г) вида организации

7. Укажите методы мотивации управления персоналом:

а) административные, экономические, социально-психологические

б) материальные, нематериальные

в) организационные, материальные, социально-психологические

г) административные, денежные, социально-психологические

8. Преимущества групповой формы принятия решений проявляются:

д) в возможности использовать «синергетический эффект»

е) в объективизации принятия решений

ж) в демократизации принятия решений

з) в повышении ответственности

9. Укажите, какой личный стиль лидера оказывает наиболее благоприятное влияние на отношения с группой:

а) демократический

б) авторитарный

в) силовой

г) прагматический

Вопросы и задания для проведения промежуточного контроля

Компетенция: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2)

Вопросы к зачету (приведены примеры)

1. Принятие решений в системе менеджмента исходя из действующих правовых норм,
2. Принятие решений в системе менеджмента исходя из имеющихся ресурсов и ограничений.
3. Принятие решений в системе маркетинга исходя из имеющихся ресурсов и ограничений.
4. Место решения в процессе управления организацией.
5. Сущность и свойства управленческих решений.
6. Типология управленческих решений.
7. Ресурсы, необходимые для принятия управленческих решений.
8. Модели принятия управленческих решений в системе менеджмента.
9. Процесс разработки и принятия управленческих решений.
10. Условия, факторы и критерии качества управленческих решений в системе менеджмента.
11. Модель принятия решений Врумма-Йетона.
12. Эффективность принятия решений в системе менеджмента.
13. Охарактеризуйте понятия «эффект от принятия управленческого решения» и «эффективность управленческого решения».
14. Охарактеризуйте понятие «экономическая эффективность управленческого решения».
15. Охарактеризуйте понятие «организационная эффективность управленческого решения».
16. Охарактеризуйте понятие «социальная эффективность управленческого решения».
17. Охарактеризуйте понятие «технологическая эффективность управленческого решения».

18. Охарактеризуйте понятие «психологическая эффективность управленческого решения».

19. Охарактеризуйте понятие «правовая эффективность управленческого решения».

20. Разработка вариантов управленческих решений и обоснование выбора на основе критериев социально-экономической эффективности.

Практические задания для зачета (приведены примеры)

Задача 1.

Примите решение о целесообразности выпуска новой продукции А или В в условиях ограниченности трудовых ресурсов (времени труда основных производственных рабочих), исходя из информации в таблице.

Продукция А	Руб.	Руб.	Продукция В	Руб.	Руб.
Цена реализации единицы		110	Цена реализации единицы		118
Переменные затраты на единицу:	32		Переменные затраты на единицу:	16	
материалы	60		материалы	80	
Труд (6 часов)	4		Труд (8 часов)	6	
Переменные накладные расходы		96	Переменные накладные расходы		102
Маржинальная прибыль		14	Маржинальная прибыль		16

Задача 2.

Цех может выпускать два вида продукции: шкафы и тумбы для телевизора. На каждый шкаф расходуется 3,5 м стандартных ДСП, 1 м листового стекла и 1 человеко-день трудозатрат; на тумбу – 1 м ДСП, 2 м стекла и 1 человеко-день трудозатрат. Прибыль от продажи одного шкафа составляет 200 у.е., а одной тумбы – 100 у.е. Материальные и трудовые ресурсы ограничены: в цехе работают 150 рабочих; суточный расход ДСП и стекла не должен превышать 350 и 240 м соответственно. Какое количество шкафов и тумб должен выпускать цех, чтобы сделать прибыль максимальной?

Задача 3.

Фирма «Альфа» производит некоторую продукцию промышленности строительных материалов и обычно продает ее оптовикам на внутреннем рынке по цене 20 ден. ед. за единицу продукции (здесь и далее цифры и единицы изменения носят условный характер). Мощность фирмы – 2000 единиц продукции в месяц. В настоящее время ее месячный выпуск составляет 1000 единиц. Фирме было предложено заключить контракт на экспорт 500 единиц продукции ежемесячно по цене 15 ден. ед. Обязательства по транспортировке товара по договору лежат на покупателе. Издержки на производство и сбыт в расчете на единицу продукции приведены в таблице. Управляющий фирмой не пожелал заключить контракт в связи с тем, что предлагаемая цена 15 ден. ед. не покрывает издержки 18 ден. ед. за единицу продукции.

Статья расходов	Сумма издержек
Стоимость материалов	2
Заработная плата	7
Переменные накладные	2
Постоянные накладные	5
ИТОГО (себестоимость производства)	16
Переменные издержки	2
ВСЕГО (общие издержки)	18

Задание:

1. Правильное ли решение принял управляющий и как изменилась бы прибыль фирмы, если бы он принял предложение зарубежного партнера?

2. Как изменилась бы прибыль фирмы, если бы предложение было принято, но производственная мощность фирмы составила бы 1000 единиц продукции в месяц?

Задача 4.

Имеются семь инвестиционных проектов I1, I2, ... I7. Каждый из них характеризуется составной прибылью в условных единицах и затратам в млн руб.:

Показатель	проекты						
	1	2	3	4	5	6	7
Прибыль, усл. ед.	2,6	1,8	2,3	2,7	2,0	1,6	3,0
Затраты, млн. ед.	1,0	0,9	1,0	1,2	0,7	0,6	2,5

Лимит финансирования, выделенный для реализации проектов, составляет 3,5 млн руб. Необходимо определить перечень наиболее эффективных проектов.

Компетенция: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3)

Вопросы к зачету (приведены примеры)

- 1 Раскройте понятие «социальное взаимодействие».
- 2 Факторы, оказывающие воздействие на социальное взаимодействие.
- 3 Раскройте понятие «временной цикл».
- 4 Роль работника в деятельности предприятия.
- 5 Дайте определение власти и лидерство.
- 6 Какие формы и источники власти возможны в организации?
- 7 На чем основана экспертная власть?
- 8 Что такое лидерство?
- 9 Назовите основные подходы к лидерству.
- 10 В чем разница между лидером и менеджером?
- 11 Раскройте основные показатели перспективы «персонал, обучение и развитие».
- 12 Способы оценки эффективности работника.

- 13 Методология управления командой стратегией.
- 14 Особенности формирования и управления команды.
- 15 Этапы разработки командной стратегии для достижения поставленной цели.
- 16 Раскройте сущность от чего складывается и от чего зависит моральный климат в организации.
- 17 Способы рационального оправдания безнравственного поведения в сфере деловых взаимоотношений.
- 18 Правила этикета в сфере деловых взаимоотношений.
- 19 Понятие и сущность корпоративной культуры.
- 20 Характеристика мотивационно-потребностной сферы личности
- 21 Характеристика направленности личности
- 22 Виды мотивации и механизмы ее формирования
- 23 Воля и ее функции

Практические задания для зачета (приведены примеры)

Задача 1.

Составьте матрицу взаимосвязи и взаимообусловленности структурных подразделений Министерства сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности Краснодарского края и оформите в виде таблицы.

Таблица – Матрица взаимосвязи и взаимообусловленности структурных подразделений

Направления работы			
Структурное подразделение			

Задача 2.

Рекламное агентство «Апельсин». Мы всегда открыты для наших клиентов, приветствуем новые идеи и совместное творчество. Нашими преимуществами являются: направленность на клиента, длительный опыт работы на рынке наружной рекламы, комплексное обслуживание. Миссия: Из любой неизвестной марки мы сделаем Мировой бренд! Ценности: индивидуальный подход; креативность; финансовая доступность; уважение интересов клиента; новаторство. Наш руководитель: коммуникативный; генератор идей; интуит; ответственный; дипломатичный. Стиль управления – демократический.

- Социально благоприятный климат;
- Сотрудники помогают друг другу;
- Коллектив – это единый механизм, от успеха которого зависит ре-

зультат;

- Коллектив гибкий, умеет координировать работу;
- Принцип «равенства».

Задания:

Определите тип организационной культуры по Ч. Ханди. Обоснуйте ответ.

Какие качества сотрудников ценятся в данном типе культуры?

Задача 3.

Опишите ключевые ценности преобладающего типа организационной культуры в данной организации. Какие качества в большей степени востребованы у сотрудников организации с таким типом организационной культуры?



Компетенция: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-б)

Вопросы к зачету (приведены примеры)

1. Методы определения приоритетов.
2. Способы экономии и рационального использования времени.
3. Рациональная организация рабочего места в коллективе.
4. Роль личности и процесса самоанализа в персональном менеджменте.
5. Основные подходы к управлению временем.
6. Закон Паркинсона и распределение времени.
7. Правила формирования высокой репутации и собственного имиджа.
8. Основные этапы развития карьеры.

9. Роль связей в развитии карьеры и возможности их использования.
10. Модели карьерного роста.
11. Дайте определение «карьерограмма».
12. Раскройте временные перспективы развития деятельности и требования рынка труда.
13. Показатели критической оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решения поставленных задач.
14. Особенности планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств и личностных возможностей.
15. Раскройте сущность саморазвития на основе принципов образования.
16. Исторический обзор становления категории «саморазвитие» личности.
17. Характеристика и признаки саморазвития.
18. Психологические механизмы, барьеры и этапы процесса саморазвития.

Практические задания для зачета (приведены примеры)

Задание 1.

Изучите процесс составления карьерограммы и разработайте карьерограмму для своей профессии.

Задание 2.

Подготовить с использованием учебно-методической литературы, современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем, материал об основных подходах к управлению временем.

7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания знаний, умений и навыков и опыта проводятся в соответствии с Положением системы менеджмента качества КубГАУ 2.5.1 «Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся».

Критерии оценивания выполнения кейс-задания

Результат выполнения кейс-задания оценивается с учетом следующих критериев:

- полнота проработки ситуации;
- полнота выполнения задания;
- новизна и неординарность представленного материала и решений;
- перспективность и универсальность решений;
- умение аргументировано обосновать выбранный вариант решения.

Если результат выполнения кейс-задания соответствует обозначенному критерию студенту присваивается один балл (за каждый критерий по 1 баллу).

Оценка «отлично» – при наборе в 5 баллов.

Оценка «хорошо» – при наборе в 4 балла.

Оценка «удовлетворительно» – при наборе в 3 балла.

Оценка «неудовлетворительно» – при наборе в 2 балла.

Критерии оценки знаний при написании контрольной работы

Оценка «отлично» – выставляется обучающемуся, показавшему все-сторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Оценка «хорошо» – выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» – выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых на контрольную работу тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Оценка «неудовлетворительно» – выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач.

Критериями оценки реферата являются: новизна текста, обоснованность выбора источников литературы, степень раскрытия сущности вопроса, соблюдения требований к оформлению.

Оценка «отлично» — выполнены все требования к написанию реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность; сделан анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция; сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём; соблюдены требования к внешнему оформлению.

Оценка «хорошо» — основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении.

Оценка «удовлетворительно» — имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата; отсутствуют выво-

ды.

Оценка «**неудовлетворительно**» — тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы или реферат не представлен вовсе.

Критерии оценивания выполнения эссе

Оценка «**отлично**» – выставляется обучающемуся, показавшему все-сторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов эссе и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Оценка «**хорошо**» – выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе эссе некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Оценка «**удовлетворительно**» – выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых в тематику эссе, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Оценка «**удовлетворительно**» – выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания рассматриваемых проблем, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при выполнении эссе.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Оценка «**отлично**» выставляется при условии правильного ответа студента не менее чем на 85 % тестовых заданий;

Оценка «**хорошо**» выставляется при условии правильного ответа студента не менее чем на 70 % тестовых заданий;

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется при условии правильного ответа студента не менее чем на 51 %;

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется при условии правильного ответа студента менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Зачет - форма проверки успешного выполнения студентами лабораторных работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе лабораторных занятий, самостоятельной работы.

Вопросы, выносимые на зачет, доводятся до сведения студентов за месяц до сдачи зачета.

Контрольные требования и задания соответствуют требуемому уровню усвоения дисциплины и отражают ее основное содержание.

Критерии оценки зачёта:

Оценка «зачтено» —выставляется обучающемуся, показавшему все-сторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Оценка «не зачтено» — выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания рассматриваемых теоретических положений и тем дисциплины, допускает грубые ошибки и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач.

8Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная учебная литература:

1. Дорофеев, В. Д.. Менеджмент : учебное пособие / В. Д. Дорофеев, А. Н. Шмелева, Н. Ю. Шестопап. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 328 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-009538-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1033889>

2. Тебекин, А. В. Менеджмент : учебник / А.В. Тебекин. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 384 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/2532. - ISBN 978-5-16-009321-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1066124>

3. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. — 2-е изд., доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. - 368 с. - ISBN 978-5-9558-0233-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1058467>

Дополнительная учебная литература:

1. Борискина, Т. Б. 454 вопроса по менеджменту : учеб. пособие / Т.Б. Борискина, О.С. Пескова. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 100 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005221-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1012970>

2. Ультан, С. И. Менеджмент : учебное пособие / С. И. Ультан. — Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2016. — 412 с. — ISBN 978-5-7779-1936-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/59616.html>

3. Производственный менеджмент : учебное пособие / А. В. Назаренко, Д. В. Запорожец, Д. С. Кенина [и др.]. — Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. — 140 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/76050.html>

4. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 237 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-011323-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1081623>

5. Музыкант, В. Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2019. - 216 с.: - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-01121-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1007953>

6. Тюрин, Д. В. Маркетинговый аудит : учебник / Д.В. Тюрин. — 2-е изд., доп. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 285 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/856. - ISBN 978-5-16-006440-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1070529>

9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень ЭБС

№	Наименование	Тематика
1	Znanium.com	Универсальная
2	IPRbook	Универсальная
3	Образовательный портал КубГАУ	Универсальная

Перечень интернет сайтов:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru>.
2. Федеральный портал Российское образование <http://edu.ru/>
3. Педагогическая библиотека <http://pedlib.ru/>
4. Образовательный видео портал <http://univertv.ru/>
5. Интернет- портал История отечественной психологии и педагогики <http://www.psyche.ru/>
6. Общая педагогика http://gnpbu.ru/web_resyrs/Obsh_pegag_8.htm
7. Учебно-методический портал <https://www.uchmet.ru/>

10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Менеджмент и маркетинг : метод. указания / сост. И. И. Саенко. – Краснодар : КубГАУ, 2020. – 34 с. https://edu.kubsau.ru/file.php/123/Methodichka_menedzhment_i_marketing_1_560795_v1_.PDF

11 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине,

включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Перечень лицензионного ПО

№	Наименование	Краткое описание
1	Microsoft Windows	Операционная система
2	Microsoft Office (включает Word, Excel, PowerPoint)	Пакет офисных приложений
3	Система тестирования INDIGO	Тестирование

Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

№	Наименование	Тематика	Ссылка
1.	Znanium.com	Универсальная	https://znanium.com/
2.	IPRbook	Универсальная	http://www.iprbookshop.ru/
3.	Издательство «Лань»	Универсальная	http://e.lanbook.com/
4.	Образовательный портал КубГАУ	Универсальная	https://edu.kubsau.ru/

12 Материально-техническое обеспечение для обучения по дисциплине

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3	4
	Менеджмент и маркетинг	<p>Помещение №402 ЭК, посадочных мест — 50; площадь — 60,8 м²; учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.</p> <p>специализированная мебель (учебная доска, учебная мебель); технические средства обучения, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (ноутбук, проектор, экран); доступ к сети «Интернет»; доступ в электронную образовательную среду университета; программное обеспечение: Windows, Office</p> <p>Помещение №305 ЭК, площадь — 41,7м²; посадочных мест — 30; Лаборатория ме-</p>	350044, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. им. Калинина, 13

		<p>неджмента и маркетинга. технические средства обучения (компьютер персональный — 4 шт.); наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (ноутбук, проектор, экран); доступ к сети «Интернет»; доступ в электронную информационно- образовательную среду университета; программное обеспечение: Windows, Office; специализированная мебель(учебная доска, учебная мебель).</p> <p>Помещение №306 ЭК, посадочных мест — 30; площадь — 40,8м²; учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового про- ектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консульта- ций, текущего контроля и промежуточной аттестации . . технические средства обучения, наборы демонстрационного оборудования и учеб- но-наглядных пособий (ноутбук, проектор, экран); программное обеспечение: Windows, Office; специализированная мебель(учебная доска, учебная мебель).</p> <p>Помещение №211а НОТ, посадочных мест — 30; площадь — 47,1м²; помещение для самостоятельной работы обучающихся. кондиционер — 2 шт.; технические средства обучения (принтер — 2 шт.; экран — 1 шт.; проектор — 1 шт.; сетевое оборудование — 1 шт.; ибп — 1 шт.; компьютер персональный — 6 шт.); доступ к сети «Интернет»; доступ в электронную информационно- образовательную среду университета; Программное обеспечение: Windows, Office, специализированное лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, предусмотренное в рабочей программе. специализированная мебель(учебная ме- бель).</p>	
--	--	--	--

