



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»  
Рабочая программа

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ИНГУШСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
АГРОИНЖЕНЕРНЫЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА «АГРОНОМИЯ»**

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель образовательной программы  
\_\_\_\_\_/ А.Ю. Леймиева  
от «22» мая 2024г.

Декан агроинженерного факультета  
\_\_\_\_\_/ М.И. Ужахов  
от «23» мая 2024г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.О.07 МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ**

Направление подготовки (бакалавриат)

**35.03.04 Агрономия**

Направленность (профиль подготовки)

**Плодоовощеводство**

Квалификация выпускника

**Бакалавр**

Форма обучения

**Очная**

Магас, 2024г.



### 1. Цели и задачи освоения учебной дисциплины

**Цель.-** формирование научного представления об управлении как виде профессиональной деятельности. Изучение мирового опыта менеджмента, а также особенностей российского менеджмента; освоение студентами общетеоретических положений управления социально-экономическими системами; овладение умениями и навыками практического решения управленческих проблем.-  
обеспечение теоретической подготовки и практических навыков в области маркетинга, как одной из функций управления предприятием на основе моделирования рыночных процессов применением современных информационных технологий и компьютерной техники.

### 2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» относится к обязательным дисциплинам вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

В соответствии с учебным планом период обучения по дисциплине – 3-й семестр.

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» в силу занимаемого ей места в ФГОС ВО, ОПОП ВО и учебном плане по направлению подготовки 35.03.04 «Агрономия» предполагает взаимосвязь с другими изучаемыми дисциплинами.

В качестве «входных» знаний дисциплины «Менеджмент и маркетинг» используются знания и умения, полученные обучающимися при изучении дисциплин «Экономическая теория», «Правоведение», «Психология».

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» может являться предшествующей при изучении дисциплин «Экономика и организация предприятий в АПК».

**3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины. ожидаемые результаты образования и компетенции обучающегося по завершении освоения программы учебной дисциплины (модуля)**

**ОПК-1, ОПК-6**

**Таблица 3.1.** Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Наименование компетенции	В результате освоения дисциплины обучающийся должен:



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»**  
**Рабочая программа**

ОПК-1.	Способен решать типовые задачи профессиональной деятельности на основе знаний основных законов математических, естественнонаучных и общепрофессиональных дисциплин с применением информационно-коммуникационных технологий	ОПК-1.1 Демонстрирует знание основных законов математических, естественно -научных и общепрофессиональных дисциплин, необходимых для решения типовых задач в области агрономии ОПК-1.2 Использует знания основных законов математических и естественных наук для решения стандартных задач в агрономии ОПК-1.3 Применяет информационно-коммуникационные технологии в растениеводстве и профессиональных заболеваний
ОПК-6	Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности	ОПК-6.1 Демонстрирует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства ОПК-6.2 Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур

#### 4. Структура и содержание дисциплины (модуля) «Менеджмент и маркетинг»

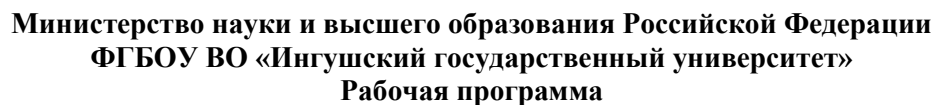
##### 4.1. Структура дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часа.

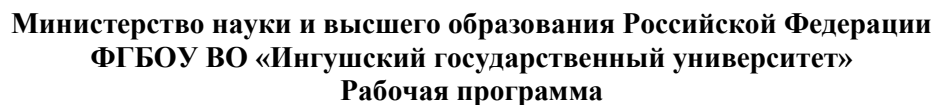
**Таблица 4.1** Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Таблица 4.1.

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)		Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа	Самостоятельная работа	



			Всего	Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Др. виды контакт. работы	Всего	Курсовая работа(проект)	Подготовка к экзамену	Другие виды самостоятельной работы	Собеседование	Коллоквиум	Проверка тестов	Проверка контрол.н. работ	Проверка реферата	Проверка эссе и иных творческих работ	курсовая работа (проект) др.	
	Менеджмент																		
1	Общая характеристика менеджмента.	3	12	5	-			6			6			+		+			
2	Функции менеджмента. Виды организации	3	12	6	-			6			6			+		+			
3	Виды социальных систем менеджмента.	3	12	5	-			6			6			+		+			
	Маркетинг																		
4	Понятие и сущность маркетинга	3	12	6	-			6			6			+		+			
5	Маркетинговые исследования	3	12	6	-			6			6			+		+			
6	Комплекс маркетинга	3	12	6	-			8			8			+		+			
	Курсовая работа																		
	Подготовка к экзамену																		
	Общая трудоемкость, в часах		72	34	-			38			38	Промежуточная							
												Форма							
												Зачет							+
												Зачет с оценкой							
												Экзамен							



Виды учебных занятий	Трудовоемкость		
	зач. ед.	час.	в семестре
			73
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>
<b>ОБЩАЯ</b> трудовоемкость по учебному плану	<b>2</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
<b>Контактные часы</b>	<b>1,39</b>	<b>34</b>	<b>34</b>
Лекции (Л)	0,94	34	34
Семинары (С)	0	0	0
Практические занятия (ПЗ)	0,45	0	0
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	0
Групповые консультации (ГК) и (или) индивидуальная работа с обучающимся (ИР), предусмотренные учебным планом подготовки	0	0	0
<b>Промежуточная аттестация:</b> экзамен	<b>0,75</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Промежуточная аттестация:</b> зачет	<b>+</b>	<b>+</b>	<b>=</b>
<b>Самостоятельная работа (СР)</b> в том числе по курсовой работе (проекту)	<b>3,86</b>	<b>38</b>	<b>38</b>

В данном разделе приводится содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий. Структура дисциплины по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий приведена в Таблице 5.1, содержание дисциплины по темам (разделам) – в Таблице 5.2.

**Таблица 5.1.** Структура дисциплины по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий.

№	Наименование темы (раздела)	Количество часов					
		Всего	Контактные часы (аудиторная работа)				СР
			Л	С	ПЗ	ГК/ИК	
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>	<i>гр.5</i>	<i>гр.6</i>	<i>гр.7</i>	<i>гр.8</i>
Семестр № 3							



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»**  
**Рабочая программа**

№	Наименование темы (раздела)	Количество часов					
		Всего	Контактные часы (аудиторная работа)			СР	
1.	Общая характеристика менеджмента.	12	5	0	0	0	6
2.	Функции менеджмента. Виды организации	12	6	0	0	0	6
3.	Виды социальных систем менеджмента.	12	5	0	0	0	6
4.	Понятие и сущность маркетинга	12	6	0	0	0	6
5.	Маркетинговые исследования	12	6	0	0	0	6
6.	Комплекс маркетинга	12	6	0	0	0	8
Всего		72	34	0	0	0	38
Промежуточная аттестация (экзамен)							-
Форма текущего и рубежного контроля							Тесты, рефераты
Форма промежуточного контроля							3семестр - зачет
ИТОГО		72	34			38	

Примечание: Л – лекции, С – семинары, ПЗ – практические занятия, ГК/ИК – групповые / индивидуальные консультации

**Таблица 5.2.** Содержание дисциплины по темам (разделам)

№	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>
1.	Общая характеристика менеджмента	Введение в менеджмент. Исторические тенденции развития менеджмента: школы менеджмента. Эволюция теории и практики менеджмента в России и за рубежом. Организация как объект управления. Качества менеджера и его роль в организации. Методологические основы менеджмента
2.	Функции менеджмента	Прогнозирование и планирование в системе менеджмента. Организация как функция менеджмента. Мотивация деятельности в менеджменте. Координация и контроль в системе менеджмента. Информационно-коммуникационное обеспечение менеджмента. Принятие управленческих решений.
3.	Виды социальных систем	Личность и группа как объект управления. Руководство, власть и лидерство в организации.



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»  
Рабочая программа**

№	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>
	менеджмента	Самоменеджмент и формирование имиджа руководителя. Управление конфликтами в менеджменте. Организационная культура. Социальное партнерство. Социальные системы их виды.
4.	Понятие и сущность маркетинга	Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства. Эволюция концепций маркетинга. Функции маркетинга. Виды и задачи маркетинга.
5.	Маркетинговые исследования	Внешняя среда маркетинга. Система маркетинговой информации о рынке и методы ее сбора. Классификация и сущность видов маркетинговых исследований. Сегментация рынка.
6.	Комплекс маркетинга	Товар в системе комплекса маркетинга. Цена в системе комплекса маркетинга. Система товародвижения. Маркетинговые коммуникации.

**Таблица 5.3**

№	Тема	Для изучения темы, обучающийся должен		
		Знать	Уметь	Владеть
	менеджмент	-основные этапы развития менеджмента как науки и профессии; -принципы развития и закономерности функционирования организации; -роли, функции задачи менеджера в современной организации; -виды и методы организационного планирования; -типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;	-ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; -анализировать внешнюю и внутреннюю среду организаций, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; -анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию; -использовать	-навыками выявления тенденций в развитии менеджмента; -методами реализации основных управленческих функций (планирования, организация, мотивирование и контроль); -современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации; -различными способами





**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»**  
**Рабочая программа**

		<p>-основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля</p> <p>принципы, способы методы менеджмента;</p> <p>-основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами;</p> <p>-принципы и методы организации деловых коммуникаций и т.д;</p>	<p>основные теории лидерства и власти для решения управленческих задач;</p> <p>-анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности и т. д. ;</p>	<p>разрешения конфликтных ситуаций;</p> <p>-оценками преимуществ и недостатков различных организационных структур</p> <p>-навыками деловых коммуникаций и т. д.</p>
	маркетинг	<p>-эволюцию подходов к маркетинговому управлению компанией в условиях рынка</p> <p>-функциональные области маркетинга и их стратегическое значение;</p> <p>- последовательность и содержание этапов процесса маркетингового исследования, анализа покупательского поведения потребителей и разработки</p>	<p>-осуществлять анализ маркетинговой среды компании и выявлять рыночные возможности ее долгосрочного развития;</p> <p>-формулировать управленческую и исследовательскую проблемы и проводить маркетинговые исследования;</p> <p>- разрабатывать планы маркетинговых мероприятий по элементам маркетингового</p>	<p>- инструментарием исследования факторов маркетинговой среды и элементов маркетингового комплекса компании;</p> <p>-технологиями сегментирования рынка, анализа поведения потребителей и конкурентоспособности компании;</p> <p>-навыками разработки маркетинговых программ и</p>





Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»  
Рабочая программа

		маркетингового комплекса компании;	комплекса и прогнозировать объем продаж;	методами контроля за их реализацией.
--	--	------------------------------------	--	--------------------------------------

## 6. Образовательные технологии

Образовательный процесс по дисциплине организован в форме учебных занятий (контактная работа (аудиторной и внеаудиторной) обучающихся с преподавателем и самостоятельная работа обучающихся). Учебные занятия представлены следующими видами, включая учебные занятия, направленные на проведение текущего контроля успеваемости:

- лекции (занятия лекционного типа);
- семинары, практические занятия (занятия семинарского типа);
- групповые консультации;
- индивидуальные консультации и иные учебные занятия, предусматривающие индивидуальную работу преподавателя с обучающимся;
- самостоятельная работа обучающихся;
- занятия иных видов.

На учебных занятиях обучающиеся выполняют запланированные настоящей программой отдельные виды учебных работ. Учебное задание (работа) считается выполненным, если оно оценено преподавателем положительно.

В рамках самостоятельной работы обучающиеся осуществляют теоретическое изучение дисциплины с учётом лекционного материала, готовятся к практическим занятиям, выполняют домашнее задания, осуществляют подготовку к промежуточной аттестации.

Содержание дисциплины, виды, темы учебных занятий и форм контрольных мероприятий дисциплины представлены в разделе 5 настоящей программы и фонде оценочных средств по дисциплине.

**Текущая аттестация по дисциплине (модулю).** Оценивание обучающегося на занятиях осуществляется в соответствии с положением о текущей аттестации обучающихся в университете.

По итогам текущей аттестации, ведущий преподаватель (лектор) осуществляет допуск обучающегося к промежуточной аттестации.

**Допуск к промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).** Обучающийся допускается к промежуточной аттестации по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных настоящей программой дисциплины в полном объеме. Преподаватель имеет право изменять количество и содержание заданий, выдаваемых обучающимся (обучающемуся), исходя из контингента (уровня подготовленности).

Допуск обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине осуществляет преподаватель, ведущий семинарские (практические) занятия.

Обучающийся, имеющий учебные (академические) задолженности (пропуски учебных занятий, не выполнивший успешно задания(е)) обязан отработать их в полном объеме.

**Отработка учебных (академических) задолженностей по дисциплине (модулю).** В случае наличия учебной (академической) задолженности по дисциплине, обучающийся отрабатывает пропущенные занятия и выполняет запланированные и выданные преподавателем задания. Отработка проводится в период семестрового обучения или в период сессии согласно графику (расписанию) консультаций преподавателя.



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»  
Рабочая программа

Обучающийся, пропустивший *лекционное занятие*, обязан предоставить преподавателю реферативный конспект соответствующего раздела учебной и монографической литературы (основной и дополнительной) по рассматриваемым вопросам в соответствии с настоящей программой.

Обучающийся, пропустивший *практическое занятие*, отрабатывает его в форме реферативного конспекта соответствующего раздела учебной и монографической литературы (основной и дополнительной) по рассматриваемым на *практическом* занятии вопросам в соответствии с настоящей программой или в форме, предложенной преподавателем. Кроме того, выполняет все учебные задания. Учебное задание считается выполненным, если оно оценено преподавателем положительно.

Преподаватель имеет право снизить балльную (в том числе рейтинговую) оценку обучающемуся за невыполненное в срок задание (по неуважительной причине).

**Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю).** Формой промежуточной аттестации по дисциплине определен экзамен.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в соответствии с положением о промежуточной аттестации обучающихся в университете.

Оценка знаний обучающегося оценивается по критериям, представленным в фонде оценочных средств по дисциплине.

### Организация текущей и промежуточной аттестации обучающихся

**Текущая аттестация по дисциплине.** Оценивание обучающегося на занятиях осуществляется в соответствии с положением о текущей аттестации обучающихся в университете.

Текущий контроль проводится систематически в часы аудиторных занятий или во время аудиторной самостоятельной работы обучающихся.

**Промежуточная аттестация по дисциплине.** Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в соответствии с положением о промежуточной аттестации обучающихся в университете.

Формой промежуточной аттестации по дисциплине определен зачет.

Оценка знаний обучающегося оценивается по критериям, представленным в фонде оценочных средств по дисциплине.

3 семестр

- 1) Форма промежуточной аттестации согласно учебному плану – зачет
- 2) Форма организации промежуточной аттестации:
  - устный опрос по билетам
  - тестирование+

### 7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

**Таблица 7.1** Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

№ раздела	Наименование раздела	Содержание средств контроля (вопросы самоконтроля)	Учебно-методическое обеспечение*	Трудоемкость
-----------	----------------------	--	----------------------------------	--------------



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»**  
**Рабочая программа**

<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>	<i>гр.5</i>
1.	Общая характеристика менеджмента	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О [1-3] Д [1-3]	12
2.	Функции менеджмента	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О[1-3] Д[1-3]	12
3.	Виды социальных систем менеджмента	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О[1-3] Д[1-3]	12
4.	Понятие и сущность маркетинга	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О[4-6] Д[4-6]	12
5.	Понятие и сущность маркетинга	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О[4-6] Д[4-6]	12



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»**  
**Рабочая программа**

6.	Комплекс маркетинга	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О[4-6] Д[4-6]	12
----	---------------------	---	------------------	----

Примечание: О: – основная литература, Д: – дополнительная литература; в скобках – порядковый номер по списку

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Система накопления результатов выполнения заданий позволит вам создать копилку знаний, умений и навыков, которую можно использовать как при прохождении практики, так и в будущей профессиональной деятельности.

#### **8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю), входящий в состав соответственно рабочей программы дисциплины (модуля), включает в себя:

- перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (п. 3);
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, а также описание шкал оценивания, включающих три уровня освоения компетенций (минимальный, базовый, высокий). Примерные критерии оценивания различных форм промежуточной аттестации приведены в таблицах 8.1 и 8.2. Такие критерии должны быть разработаны по всем формам оценочных средств, используемых для формирования компетенций данной дисциплины;
- типовые контрольные задания и другие материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

**Таблица 8.1**

#### **Критерии оценки промежуточной аттестации в форме курсовой работы**

Оценка	Характеристика требований к результатам аттестации в форме курсовой работы
«Зачтено»	Теоретическое содержание курса освоено полностью без пробелов или в целом, или большей частью, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы или в основном сформированы, все или большинство предусмотренных рабочей программой учебных заданий выполнены, отдельные из выполненных заданий содержат ошибки



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»  
Рабочая программа

«Не зачтено»	Теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые навыки работы не сформированы или сформированы отдельные из них, большинство предусмотренных рабочей учебной программой заданий не выполнено либо выполнено с грубыми ошибками, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимуму.
--------------	--

Все формы оценочных средств, приводимые в рабочей программе, должны соответствовать содержанию учебной дисциплины, и определять степень сформированности компетенций по каждому результату обучения.

**Таблица 8.3**

**Степень формирования компетенций формами оценочных средств по темам дисциплины**

№ п/п	Тема	Форма оценочного средства	Степень формирования компетенции
1.	Общая характеристика менеджмента	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	УК-10, ОПК-1, ОПК-6; ПК-14 (60%)
2.	Функции менеджмента	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	УК-10, ОПК-1, ОПК-6; ПК-14 (60%)
3.	Виды социальных систем менеджмента	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	УК-10, ОПК-1, ОПК-6; ПК-14 (60%)



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»  
Рабочая программа

4.	Понятие и сущность маркетинга	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	УК-10, ОПК-1, ОПК-6; ПК-14 (60%)
5.	Понятие и сущность маркетинга	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	УК-10, ОПК-1, ОПК-6; ПК-14 (60%)
6.	Комплекс маркетинга	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	УК-10, ОПК-1, ОПК-6; ПК-14 (60%)

**Типовые контрольные задания и другие материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Вопросы текущего контроля успеваемости на семинарах (практических занятиях) Менеджмент**

1. Дайте определение понятий «менеджмент» и «управление». Покажите сходства и различия между этими понятиями.
2. Дайте краткое определение основных категорий менеджмента: объект менеджмента, субъект менеджмента.
3. Вклад древних ученых в развитие практики управления
4. Современные взгляды на менеджмент
5. Принципы управления Г. Форда

**Типовые темы рефератов**

1. Понятие менеджмента. Менеджмент и управление. Управляющая и управляемая подсистемы.
2. Функции менеджмента и их взаимосвязь.
3. Организации: понятие, основные признаки и виды.
4. Управленческий труд: понятие и основные характеристики. Разделение управленческого труда.
5. Количественное направление в менеджменте. Наука управления.

**Типовые тесты / задания**





Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»  
Рабочая программа

- 1) Возникновение практики управления было связано с
  - а) появлением общения
  - б) возникновением письменности
  - в) возникновением производства
  - г) разделением и кооперацией труда
- 2) Менеджмент – это
  - а) главный принцип управления
  - б) теория и практика управления
  - в) исключительно теория управления
  - г) исключительно практика управления
- 3) Источником управленческого воздействия является
  - а) объект менеджмента
  - б) субъект менеджмента
  - в) система управления
  - г) менеджмент
- 4) Часть социально-экономической системы, на которую направлено управленческое воздействие, называется
  - а) объектом менеджмента
  - б) субъектом менеджмента
  - в) системой управления
  - г) менеджментом
- 5) Система управления включает
  - а) принципы, методы и функции управления
  - б) совокупность органов управления
  - в) субъект, объект управления и связи между ними
  - г) совокупность объектов управления

**Типовые контрольные вопросы**

1. Что такое менеджмент?
2. Где прежде всего следует использовать понятие “менеджмент”?
3. В чем состоит сущность управления?
4. Какие подсистемы можно выделить в системе менеджмента?
5. Каково соотношение понятий “управление” и “менеджмент”?

**Типовые вопросы к промежуточной аттестации**

1. Определение понятия «менеджмент». Соотношение понятий «управление» и «менеджмент».
2. Подходы к определению сущности менеджмента. Цели, задачи и основные категории менеджмента.
3. Исторические предпосылки развития менеджмента. Этап раннего менеджмента.
4. Школа научной организации труда (НОТ): предпосылки возникновения и основные идеи. Вклад представителей школы в развитие науки и практики менеджмента.
5. Административная школа: предпосылки возникновения и основные идеи. Представители административной школы, их вклад в развитие менеджмента.

**Вопросы текущего контроля успеваемости на семинарах (практических занятиях) Маркетинг**

1. Какие определения понятия «маркетинг» вам известны?
2. Что представляет собой современный маркетинг как научная дисциплина?
3. Какие ключевые понятия используются в маркетинге

**Темы рефератов**

1. Содержание и связь понятий «продукт и услуга» в маркетинге
2. Логическая и функциональная связь между ключевыми понятиями в маркетинге.





**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»**  
**Рабочая программа**

3. Соотношение между человеческим желанием и потребностью, их влияние на спрос.  
5. Анкетирование как способ маркетингового исследования.

**Задача 1.** В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение доли фирмы на рынке с 12 до 17% при емкости рынка 50 тыс. единиц продукта. Рассчитать дополнительную прибыль фирмы в предстоящем году, если прибыль на единицу продукта составляет 1100 руб., а емкость рынка не изменяется. Затраты на маркетинговые усилия в расчете на год составляют 155 тыс. руб.

**Задача 2.** Торговая фирма закупает товар по цене 200 руб. за единицу и продает 250 единиц этого товара еженедельно по цене 270 руб. Маркетинговый отдел по результатам исследования рекомендует понизить на одну неделю цену на 10%. Рассчитать, сколько единиц товара нужно за это время реализовать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне.

**Задача 3.** Фермер специализируется на производстве картофеля. Он выращивает 220 тыс. ц. и реализует их по 500 руб. за 1 ц. Переменные затраты на 1 ц продукции составляют 265 руб. Постоянные издержки на весь объем производства равны 2,5 млн. руб. Рассчитать объем продаж в стоимостном и натуральном выражении в точке безубыточности.

**Задание 1**

Специализированное маркетинговое агентство получает заказ на маркетинговое исследование от молочного комбината «Уйран». Руководство комбината не удовлетворено динамикой продаж йогурта, выпускаемого под торговым знаком «Любимый». Задача агентства – провести опрос потребителей, выяснить их отношение к товару и предложить систему маркетинговых мероприятий по развитию спроса на продукт.

**Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету**

Сущность маркетинга и его особенности в аграрной сфере, функции маркетинга.

Цели, принципы и этапы развития маркетинга.

Виды маркетинга и их задачи в зависимости от спроса.

Сущность, цели, принципы и методы маркетинговых исследований.

Этапы проведения маркетинговых исследований.

Понятие потребителей, их классификация.

Моделирование поведения покупателей и потребителей.

Факторы, влияющие на поведение потребителей.

Исследования маркетинговой среды.

Сущность и функции рынка, классификация рынков.

Сегментация рынка, способы и принципы ее проведения.

Конъюнктура рынка и факторы ее определяющие.

**Тесты по маркетингу**

1. В маркетинге к постоянной марочной информации относится:

А. штрих-код

Б. дата упаковки

В. номер партии

Г. срок годности.

2. Группа товаров, объединяемых принципами функционирования, продажей одинаковым группам покупателей, способом продвижения на рынок и диапазоном цен называется

А. свободной рыночной нишей

Б. номенклатурой

В. ассортиментом

Г. рыночным окном

3. Маркетинг начинается с....

А. программы стимулирования сбыта



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»  
Рабочая программа

- Б. разработки рекламного производства  
В. формирования пакета ценовых стратегий  
Г. изучения рынка и запросов потребителей.
4. Устное представление продукции в ходе беседы с одним или несколькими покупателями характеризуют такую составляющую маркетинговых коммуникаций как:  
А. стимулирование сбыта  
Б. реклама  
В. связи с общественностью  
Г. личная продажа.
5. Сбербанк России расширяет ассортимент своих услуг путем введения услуги по страхованию. В данном случае банк реализует стратегию \_\_\_\_\_ диверсификации  
А. концентрической  
Б. вертикальной  
В. горизонтальной  
Г. сетевой.
6. Стратегия гибких цен предполагает:  
А. умение покупателя торговаться  
Б. разное место происхождения товаров  
В. наличие скидок  
Г. отсутствие базовой цены.
- Все оценочные средства к дисциплине приведены в ФОС, который является приложением к настоящей РПД.

**9. Учебно-методическое Основная литература:**

1. Блинов А.О. Теория менеджмента [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / А.О. Блинов, Н.В. Угрюмова. — Электрон.текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2014. — 304 с. — 978-5-394-02404-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35317.html>
2. Семенов А.К. Теория менеджмента [Электронный ресурс] : учебник / А.К. Семенов, В.И. Набоков. — Электрон.текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2015. — 491 с. — 978-5-394-01413-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35318.html>
3. Маслова Е.Л. Теория менеджмента [Электронный ресурс] : практикум для бакалавров / Е.Л. Маслова. — Электрон.текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2015. — 160 с. — 978-5-394-02217-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52272.html>
4. Пичурин И.И. Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг» / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 383 с. — 978-5-238-02090-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71036.html>
5. Нуралиев С.У. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2014. — 362 с. — 978-5-394-02115-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14064.html>
6. Синяева И.М. Маркетинг в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2015. — 266 с. — 978-5-394-02393-4. — Режим доступа: \_\_\_\_\_

**9.2. Дополнительная литература**

1. Михненко П.А. Теория менеджмента [Электронный ресурс] : учебник / П.А. Михненко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский финансово-



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»  
Рабочая программа

промышленный университет «Синергия», 2012. — 304 с. — 978-5-4257-0034-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17048.html>

2. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебно-методический комплекс по специальности 080507 «Менеджмент организации» / . — Электрон. текстовые данные. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2012. — 103 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29690.html>

3. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.Ю. Анопоченко [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2009. — 280 с. — 978-5-9275-0611-8. —

4. Романов А.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Южный институт менеджмента, 2011. — 443 с. — 978-5-394-01311-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4552.html>

5. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник / Е.И. Мазилкина. — Электрон. текстовые данные. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. — 197 с. — 978-5-222-18945-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4983.html>

6. Данченко Л.А Основы маркетинга [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.А Данченко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Евразийский открытый институт, 2008. — 260 с. — 978-5-374-00131-0. — Режим доступа <http://www.iprbookshop.ru/11037.htm>

**10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. e-Library.ru [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека. — URL: <http://elibrary.ru/> (дата обращения 11.05.2018).

2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. — URL: <http://cyberleninka.ru/> (дата обращения 11.05.2018).

3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php> (дата обращения 11.07.2018). — Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС.

4. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/> (дата обращения 11.07.2018). — Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС.

**11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Методические указания предназначены для помощи обучающимся в освоении для успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, которая является важнейшей формой организации учебного процесса. Лекция:

- знакомит с новым учебным материалом,
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания,
- систематизирует учебный материал,
- ориентирует в учебном процессе.

*Подготовка к лекции* заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции,
- выясните тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора),
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям,



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»  
Рабочая программа

– постарайтесь определить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке,

– запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

*Подготовка к практическим занятиям:*

– внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям,

– выпишите основные термины,

– ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов,

– определите, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя,

– выполните домашнее задание.

Учтите, что:

– готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы (последние являются эффективными формами работы);

– рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

*Подготовка к промежуточной аттестации.* К промежуточной аттестации необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не удовлетворительные результаты.

В самом начале учебного курса познакомьтесь с рабочей программой дисциплины и другой учебно-методической документацией, включающими:

– перечень знаний и умений, которыми обучающийся должен владеть;

– тематические планы лекций и практических занятий;

– контрольные мероприятия;

– учебники, учебные пособия, а также электронные ресурсы;

– перечень экзаменационных вопросов (вопросов к зачету).

После этого у вас должно сформироваться чёткое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для прохождения промежуточной аттестации.

**12. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

**12.1. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

При осуществлении образовательного процесса применяются информационные технологии, необходимые для подготовки презентационных материалов и материалов к занятиям (компьютеры с программным обеспечением для создания и показа презентаций, с доступом в сеть «Интернет», поисковые системы и справочные, профессиональные ресурсы в сети «Интернет»).

В вузе оборудованы помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза.



## **12.2. Перечень программного обеспечения**

Для подготовки презентаций и их демонстрации необходима программа Impress из свободного пакета офисных приложений OpenOffice (или иной аналог с коммерческой или свободной лицензией).

## **12.3. Перечень информационных справочных систем**

1. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс] // Академик. – URL: <http://dic.academic.ru>.
2. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС.

## **13. Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины/модуля**

Материально-техническое обеспечение учебного процесса по дисциплине определено нормативными требованиями, регламентируемыми приказом Министерства образования и науки РФ № 986 от 4 октября 2010 г. «Об утверждении федеральных требований к образовательным учреждениям в части минимальной оснащенности учебного процесса и оборудования учебных помещений», Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки.

Для проведения всех видов учебных занятий по дисциплине и обеспечения интерактивных методов обучения, необходимы столы, стулья (на группу по количеству посадочных мест с возможностью расстановки для круглых столов, дискуссий, прочее); доска интерактивная с рабочим местом (мультимедийный проектор с экраном и рабочим местом); желателен доступ в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».

В соответствие с требованиями ФГОС ВО при реализации настоящей дисциплины ОПОП ВО необходимо также учитывать образовательные потребности обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, обеспечивать условия для их эффективной реализации, а также возможности беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья к объектам инфраструктуры образовательного учреждения.



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»**  
**Рабочая программа**

Рабочая программа дисциплины «Менеджмент и маркетинг» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 35.03.04.Агрономия, профиль: «Плодоовощеводство», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «26» июля 2017 г. № 699.

Программу составила:

к.э.н., доцент кафедры менеджмента Н.М.Плиева  
(должность, Ф.И.О.)

Программа одобрена на заседании кафедры «Агрономия»

Протокол № 9 от « 21 » мая 2024 года

Программа одобрена Учебно-методической комиссией агроинженерного факультета

Протокол № 3 от « 22 » мая 2024 года