

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Мусьял Александр Вячеславович

Должность: Ректор

Дата подписания: 15.07.2025 14:24:38

Уникальный программный ключ:

297fef716e5ece559822a236feffc4d8a43d0cf1

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования

«Курский государственный аграрный университет имени И.И. Иванова»

Факультет среднего профессионального образования

**Рабочая программа
учебной дисциплины
«Основы экономики, менеджмента и маркетинга»**

Специальность: *35.02.06 Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции*

Вид подготовки: *базовая, на базе основного общего образования*

Форма обучения: *очная*

Рабочая программа составлена с учетом требований:

- ✓ федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 35.02.06 Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от «07» мая 2014 г. № 455 (с изменениями и дополнениями);
- ✓ приказа Министерства образования и науки Российской Федерации «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования» от 24 августа 2022 г. № 762.

Авторы-составители – преподаватели: Бледнова Елена Михайловна.

**ЛИСТ РАССМОТРЕНИЯ/ПЕРЕСМОТРА
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»**

Программа одобрена на 2025-2026 учебный год.

Протокол № 9 от «23» мая 2025 г. заседания кафедры экономики и агробизнеса.

И.о.зав. кафедрой



/Е.М. Бледнова

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»	5
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»	14
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»	18

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

1.1 Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 35.2.6 Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции.

1.2 Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Дисциплина «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» входит в профессиональный цикл общепрофессиональных дисциплин и изучается на 4 курсе 7 семестр.

1.3 Цель, задачи учебной дисциплины и требования к результатам ее освоения:

Цель учебной дисциплины – изучение теоретических основ экономики, менеджмента и маркетинга и формирование навыков практического их применения при решении конкретных задач эффективного развития производства АПК, возникающих в процессе профессиональной деятельности.

Задачи учебной дисциплины:

- ✓ ознакомить студентов с сущностью и методологической базой экономики, менеджмента и маркетинга;
- ✓ ознакомить студентов с условиями рыночного ведения хозяйства;
- ✓ способствовать формированию у студентов навыков и умений в вопросах формирования и реализации товарной и ценовой политики предприятия; эффективного сбыта сельскохозяйственной продукции, продвижения её на новые рынки; навыков успешной конкурентной борьбы;
- ✓ научить студентов способам и методам рыночного ведения хозяйства, управления персоналом предприятия, качеством труда и продукции при осуществлении профессиональной деятельности;
- ✓ сформировать у студентов управленческое мышление при решении вопросов профессиональной компетенции.

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

- ✓ методику расчета показателей деятельности организаций;
- ✓ основные положения экономической теории;
- ✓ принципы рыночной экономики;
- ✓ современное состояние и перспективы развития отрасли;

- ✓ роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- ✓ механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
- ✓ формы оплаты труда;
- ✓ стили управления, виды коммуникации;
- ✓ принципы делового общения в коллективе;
- ✓ управленческий цикл;
- ✓ особенности менеджмента в области животноводства;
- ✓ сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;
- ✓ формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации;

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

- ✓ рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- ✓ применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- ✓ анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.

1.4 Компетенции, формируемые у студентов в результате освоения учебной дисциплины

При изучении учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» у студентов формируются следующие **компетенции:**

Код	Наименование результата обучения
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые способы и методы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и

	личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности
ПК 1.1.	Выбирать и реализовывать технологии производства продукции растениеводства
ПК 1.2.	Выбирать и реализовывать технологии первичной обработки продукции растениеводства
ПК 1.3.	Выбирать и использовать различные методы оценки и контроля количества и качества сельскохозяйственного сырья и продукции растениеводства
ПК 2.1.	Выбирать и реализовывать технологии производства продукции животноводства
ПК 2.2.	Выбирать и реализовывать технологии первичной обработки продукции животноводства
ПК 2.3.	Выбирать и использовать различные методы оценки и контроля количества и качества сельскохозяйственного сырья и продукции животноводства
ПК 3.1.	Выбирать и реализовывать технологии хранения в соответствии с качеством поступающей сельскохозяйственной продукции и сырья
ПК 3.2.	Контролировать состояние сельскохозяйственной продукции и сырья в период хранения
ПК 3.3.	Выбирать и реализовывать технологии переработки сельскохозяйственной продукции
ПК 3.4.	Выбирать и использовать различные методы оценки и контроля количества и качества сырья, материалов, сельскохозяйственной продукции на этапе переработки
ПК 3.5.	Выполнять предпродажную подготовку и реализацию сельскохозяйственной продукции
ПК 4.1.	Участвовать в планировании основных показателей сельскохозяйственного производства
ПК 4.2.	Планировать выполнение работ исполнителями
ПК 4.3.	Организовывать работу трудового коллектива
ПК 4.4.	Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями
ПК 4.5.	Вести утвержденную учетно-отчетную документацию

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	72
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	48
в том числе:	
Теоретические занятия	24
практические занятия	24
контрольные работы	-
Курсовая работа (проект)	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	24
в том числе:	
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом)	-
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной литературы по изучаемым темам, по вопросам к параграфам, главам учебных пособий.	8
Рефераты.	8
Подготовка презентаций.	8
Промежуточная аттестация в форме: Зачет с оценкой	7 семестр

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Основы экономики		26	ОК 1-ОК 9, ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3 ПК 4.4 ПК 4.5
Тема 1.1. Сущность экономики и история ее развития	Основные положения экономической теории. Микро- и макроэкономика. Экономический инструментарий и основные понятия экономики.	2	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4
	Практическое занятие по вопросам лекции.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Основные этапы развития экономической теории.	2	
Тема 1.2. Производство и экономика	Значение процесса производства и его место в экономике страны. Факторы производства. Издержки производства. Ограниченность ресурсов. Стадии развития производства. Структура современного производства.	2	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6
	Практическое занятие по вопросам лекции.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся. Натуральное и товарное производство. История товарного производства. Нетоварный сектор производства. Товарное обращение. Товар как экономическая категория.	2	

Тема. 1.3. Принципы рыночной экономики	Понятие рынка, условия его возникновения. Виды рынков. Основные функции рынка. Принципы рыночной экономики. Механизм рыночного саморегулирования и его основные элементы.	2	ОК 1 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9
	Практическое занятие по вопросам лекции.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся. Законы спроса и неценовые факторы рыночного спроса. Закон спроса и неценовые рыночные предложения. Кривая спроса и предложения	2	
Тема 1.4 Экономика сельского хозяйства	Современное состояние и перспективы развития отрасли. Роль и организация хозяйствующих субъектов в рыночной экономике: сельскохозяйственное предприятие как субъект предпринимательства; современные формы сельскохозяйственных предприятий. Оплата труда в сельском хозяйстве.	4	ОК 1 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3 ПК 4.4 ПК 4.5
	Практическое занятие. Экономические показатели деятельности сельскохозяйственного предприятия.	2	
	Рубежная контрольная точка по разделу 1 (ОК 1-ОК 9, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3, ПК 4.4, ПК 4.5). Самостоятельная работа обучающихся. Хозяйственный риск и виды потерь. Современные факторы производства.	2	
Раздел 2. Основы менеджмента		22	ОК 1-ОК 9 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 2.1 ПК 2.2 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 3.5 ПК 4.1 ПК 4.2

			ПК 4.3 ПК 4.4
Тема 2.1 Сущность современного менеджмента	Сущность и характерные черты современного менеджмента. Цели и задачи менеджмента. Принципы управления. Объекты и субъекты управления. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности.	2	ОК 1 ОК 2 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 3.5
	Семинарское занятие по вопросам: Организация, как форма существования людей. Организация как открытая система.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся. История развития менеджмента. Школы менеджмента Опыт менеджмента в Японии, США, ФРГ. Специфика менеджмента в России.	2	
Тема 2.2 Функции менеджмента. Управленческий цикл.	Понятие и сущность функций менеджмента. Классификация функций. Организация как функция менеджмента. Планирование деятельности экономического субъекта. Методы планирования и организации работы подразделения.	2	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 2.1 ПК 2.2 ПК 3.1 ПК 3.3
	Понятие контроля и его основные типы. Мотивация деятельности в системе мотивации. Мотивационная политика предприятия и основы её формирования. Управленческий цикл.		
	Практическое занятие. Содержание и регламентация функций работников аппарата управления. Самостоятельная работа обучающихся. Виды планирования и разновидности планов. Характеристики эффективного контроля. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций управленческого цикла	4	
Тема 2.3 Система методов и стилей менеджмента	Понятие методов управления. Классификация методов управления. Стили управления и их классификация. Руководство в организации.	2	ОК 2 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ПК 4.1
	Практическое занятие. Деловая игра «Стили менеджмента».	2	

			ПК 4.2 ПК 4.3
Тема 2.4 Коммуникации и деловое общение в менеджменте	Информация в менеджменте и её виды. Значение управления информацией и требования, предъявляемые к ней. Коммуникация в системе управления. Виды коммуникации. Основные элементы и этапы коммуникации. Искусство делового общения в работе менеджера. Принципы делового общения. Законы и приемы делового и управленческого общения. Практическое занятие Использование в профессиональной деятельности приемов делового и управленческого общения, разбор ситуаций. Деловая игра «Служебное совещание».	2	ОК 1 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 9 ПК 4.3 ПК 4.4
	Рубежная контрольная точка по разделу 2 (ОК 1-ОК 9, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 3.1, ПК 3.3, ПК 3.5, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3, ПК 4.4).	2	
Раздел 3. Основы маркетинга		24	
Тема 3.1. Маркетинг как концепция управления производственно-сбытовой деятельностью предприятия	Сущность, цели маркетинга, основные принципы и функции, его связь с менеджментом. Рынок как сфера деятельности маркетинга. Маркетинговая среда предприятия. Практическое занятие по вопросам лекции. Самостоятельная работа обучающихся. История развития маркетинга и концепции рыночной экономики. Особенности маркетинга в области профессиональной деятельности.	2	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ПК 4.2 ПК 4.3 ПК 4.4
		2	
		4	
Тема 3.2 Маркетинговые исследования рынка	Понятие и структура маркетингового исследования. Информационное обеспечение маркетинговых исследований. Методы маркетинговых исследований. Технология проведения маркетинговых исследований. Практическое занятие по вопросам лекции. Решение ситуационных задач по	2	ОК 1 ОК 4 ОК 8 ОК 9
		2	
		4	

	<p>теме лекции.</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся.</p> <p>Организация службы маркетинга на предприятии.</p>		<p>ПК 4.1</p> <p>ПК 4.2</p> <p>ПК 4.3</p> <p>ПК 4.4</p>
Тема 3.3 Стратегия и тактика маркетинга	<p>Организация маркетинговой деятельности на предприятии: стратегии и планирование в маркетинге; организация и контроль в маркетинге.</p> <p>Практическое занятие: Комплекс маркетинга: товарная политика предприятия; ценовая стратегия предприятия; сбыт и продвижение товара. Понятие товара в маркетинге. Стратегия разработки нового товара. Жизненный цикл продукции. Сущность ассортиментной политики.</p> <p>Рубежная контрольная точка по разделу 3 (ОК 1-ОК 5, ОК 8, ОК 9, ПК 1.3, ПК 2.3, ПК 3.2, ПК 3.4, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3, ПК 4.4).</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся. Понятие и сущность цены. Факторы, влияющие на установление цены продукта. Механизмы ценообразования на продукцию. Методы ценообразования. Основные виды ценовой стратегии</p>	2	<p>ОК 1</p> <p>ОК 4</p> <p>ОК 5</p> <p>ОК 8</p> <p>ПК 1.3</p> <p>ПК 2.3</p> <p>ПК 3.2</p> <p>ПК 3.4</p>
		4	
		2	
Всего		72	

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

п/п	Наименование учебных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность учебных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Кабинет экономики организации и экономической теории (УЛК-203)	Доска - 1, стол - 1, парты - 15, стулья-27, таблицы и плакаты по изучаемым темам, экран на штативе -1, проектор (переносной) – 1, портативный компьютер с необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения -1

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

№	Название	(лицензия\свободное ПО)
1.	Windows 7	лицензия
2	Paint.NET	свободное ПО
3	Система управления дистанционным обучением Moodle	свободное ПО
4	Информационно-правовые системы" Гарант" и "Консультант+"	свободное ПО для обучающихся
5	Microsoft office 2007	лицензия
6	Acrobat Reader	свободное ПО
7	Системы антивирусной защиты лаборатории Касперского	лицензия
Специализированное ПО		
1	FreeCAD	свободное ПО
2	Windows Hyper-V Server	свободное ПО
3	NotePad++	свободное ПО
4	Microsoft SQL server	лицензия
5	HiediSQL	свободное ПО
6	BlueStaks 5(эмулятор Андроид)	свободное ПО

7	OneSolisScouting	свободное ПО
8	DirectFarm	свободное ПО
9	AutoCAD	лицензия
10	VisualStudio Code	свободное ПО
11	CorelDraw Graphics Suite 2021	лицензия
12	Realtime Landscaping Architect 2020	лицензия
13	Наш сад Кристалл 10.0	лицензия
14	Dia	свободное ПО
15	КОМПАС 3D v19	лицензия

3.2 Информационное обеспечение обучения

Перечень основной, дополнительной литературы и Интернет-ресурсов

Основная литература:

1. Грибов В. Д., Менеджмент : учебное пособие / В. Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2023. — 275 с. — ISBN 978-5-406-11602-9. — URL: <https://book.ru/book/949310>. — Текст : электронный.
2. Грибов В. Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие / В. Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2023. — 224 с. — ISBN 978-5-406-10684-6. — URL: <https://book.ru/book/946262> . — Текст : электронный.
3. Носова С. С., Основы экономики : учебник / С. С. Носова. — Москва : КноРус, 2022. — 312 с. — ISBN 978-5-406-09938-4. — URL: <https://book.ru/book/943948>. — Текст : электронный.
4. Парамонова Т. Н. Маркетинг : учебное пособие / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк. — Москва : КноРус, 2023. — 189 с. — ISBN 978-5-406-11195-6. — URL: <https://book.ru/book/948323> . — Текст : электронный.

Дополнительная литература

1. Дробышева Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л. А. Дробышева. — 8-е изд. — Москва : Дашков и К, 2022. — 152 с. — ISBN 978-5-394-04671-1. — URL: <https://e.lanbook.com/book/230069>. — Текст : электронный.
2. Порфирьев Д. Н. Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие / Д. Н. Порфирьев. — Пенза : ПГАУ, 2022. — 192 с. — URL: <https://e.lanbook.com/book/270962> . — Текст : электронный.
3. Сетков В.И. Менеджмент : учебное пособие / В. И. Сетков — Москва: КноРус, 2021. — 149 с. — ISBN 978-5-406-03832-1. — URL: <https://book.ru/book/936628>. — Текст : электронный.
4. Шимко П.Д. Основы экономики: учебник / П. Д. Шимко . — Москва : КноРус, 2021. — 291 с. — ISBN 978-5-406-04551-0. — URL: <https://book.ru/book/936841>. — Текст : электронный.

Официальные, справочно-библиографические и периодические издания:

1. Перцовский, Н. И. Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов : словарь / Н. И. Перцовский. — 4-е изд. — Москва: Дашков и К, 2019. — 140 с. — ISBN 978-5-394-03041-3. — URL: <https://e.lanbook.com/book/110739>.— Текст : электронный.

Периодические издания:

Журналы:

1. АПК: экономика, управление
2. Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:

1 Административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе» : сайт.— URL: <http://www.aup.ru>. — Текст: электронный.

2 Библиотека маркетолога. Практика формирования цен на продукцию, товары, услуги: сайт.— URL: <http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/pricing/inflatio.htm>. — Текст: электронный.

3 Ведущий портал о кадровом менеджменте : сайт.— URL: <http://www.hrm.ru>. — Текст: электронный.

4 Википедия : сайт.— URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>. — Текст : электронный.

5 Федеральный образовательный портал «Экономика, Социология, Менеджмент» : сайт.— URL: <http://www.ecsocman.edu.ru>. — Текст : электронный.

3.3 Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в

письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено. Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

4.1 Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины

Текущий контроль представляет собой проверку усвоения учебного материала теоретического и практического характера, регулярно осуществляемую на протяжении семестра. Основные формы текущего контроля: опрос, подготовка сообщения, тестирование, написание эссе и реферата, создание мультимедийной презентации, решение ситуационных задач, подготовка к интерактивным занятиям разного вида.

Текущий контроль традиционно служит основным средством обеспечения в учебном процессе «обратной связи» между преподавателем и обучающимся, необходимой для стимулирования работы обучающихся и совершенствования методики преподавания учебных дисциплин.

Цель каждой формы контроля - зафиксировать приобретенные обучающимся в результате освоения учебной дисциплины знания, умения, навыки, способствующие формированию компетенций.

Формы устного контроля по учебной дисциплине: опрос, подготовка сообщения, участие в интерактивных занятиях в виде деловой/ролевой игры.

Формы письменного контроля по учебной дисциплине: Тесты – это простейшая форма контроля, направленная на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями.

Эссе - одна из форм письменных работ, наиболее эффективная при освоении учебных дисциплин и формировании общих компетенций. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных умозаключений.

Рефераты - форма письменной работы, которую рекомендуется применять при освоении учебной дисциплины. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких источников по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины</p> <p>методику расчета показателей деятельности организаций; основные положения экономической теории; принципы рыночной экономики; современное состояние и перспективы развития отрасли; роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; механизмы ценообразования на продукцию (услуги); формы оплаты труда; стили управления, виды коммуникации;</p>	<p>Полнота ответов, точность формулировок; не менее 75 % правильных ответов.</p> <p>Не менее 75 % правильных ответов.</p> <p>Актуальность темы, адекватность результатов поставленным целям, полнота ответов, точность формулировок, адекватность применения терминологии.</p>	<p>Текущий контроль при проведении:</p> <p>- письменного/устного опроса;</p> <p>- тестирование;</p> <p>- оценка результатов самостоятельной работы (устного сообщения, реферата, эссе, подготовка конспекта учебного материала, составление плана ответа, оформление таблицы, подготовка к интерактивному занятию с использованием ИТ технологий, подготовка</p>

<p>принципы делового общения в коллективе; управленческий цикл; особенности менеджмента в области животноводства; сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом; формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации;</p>	<p>к интерактивному занятию в форме деловой игры, решение ситуационных задач)</p>
<p>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</p> <p>рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;</p> <p>применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;</p> <p>анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.</p>	

4.2 Форма промежуточной аттестации студентов по дисциплине. Методика проведения зачета с оценкой. Примерные вопросы и задания к зачету с оценкой. Критерии оценки на зачете с оценкой.

Форма промежуточной аттестации по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга», установленная рабочим учебным планом – зачет с оценкой.

Методика проведения зачета с оценкой

В соответствии с действующим в Курском ГАУ Положением о текущем контроле знаний и промежуточной аттестации обучающихся факультета СПО обучающийся может быть освобожден преподавателем от сдачи зачета

при условии выполнения всех рубежных контрольных точек на «хорошо» и «отлично».

Рубежные контрольные точки (**РКТ**) по дисциплине определены в виде итогового теста после изучения каждого раздела по дисциплине. Всего предполагается провести **3 РКТ**.

Если студент **не выполняет** задания в рамках рубежного контроля на «хорошо» / «отлично», то проходит промежуточную аттестацию в традиционной форме. *Зачет с оценкой* проводится на последнем занятии в виде устного ответа на 1 вопрос и решение одной ситуационной задачи. Во время проведения зачета с оценкой в аудитории одновременно присутствует не более 5 студентов. На подготовку к ответу дается не более 15 минут. Далее – один студент отвечает, остальные готовятся.

Примерные вопросы к зачету с оценкой (ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.3, ПК 2.1-ПК 2.3, ПК 3.1-ПК 3.5, ПК 4.1-ПК 4.5)

1. Основные положения экономической теории.
2. Понятия «микро-и макроэкономика».
3. Основные этапы развития экономической теории.
4. Значение процесса производства и его место в экономике страны.
5. Структура современного производства.
6. Факторы производства и ограниченность ресурсов.
7. Понятие рынка. Виды рынков. Функции рынков.
8. Принципы рыночной экономики.
9. Роль и организация хозяйствующих субъектов в рыночной экономике.
10. Современное состояние и перспективы развития сельского хозяйства России.
11. Основные технико-экономические показатели деятельности сельскохозяйственной организации.
11. Понятие, сущность и характерные черты современного менеджмента.
12. Агропромышленное производство как объект и система управления.
13. Законы, закономерности и принципы менеджмента.
14. Основные этапы истории менеджмента.
15. Особенности российского менеджмента.
16. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности.
17. Функции менеджмента в рыночной экономике.
18. Управленческий цикл.
19. Система методов управления.
20. Оплата труда в сельском хозяйстве. Формы оплаты труда.

21. Стили управления.
22. Принципы делового общения в коллективе.
23. Приемы делового и управленческого общения.
24. Управление конфликтами и стрессами.
25. Понятие и разновидности коммуникаций.
26. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом.
27. Товарная политика предприятия.
28. Механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
29. Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.
30. Маркетинговые исследования рынка.

Примерные ситуационные задачи (ПК 1.1-ПК 1.3, ПК 2.1-ПК 2.3, ПК 3.1-ПК 3.5, ПК 4.1-ПК 4.5):

Задача 1

Расставьте приоритеты значимости параметров в ситуации, когда вы берете на работу сотрудника отдела продаж:

- ✓ ценность и лояльность;
- ✓ индивидуально-личностные качества (стрессоустойчивость, доброжелательность, креативность и т.д.)

Задача 2

Конфликты в коллективе могут стоить менеджеру немалых нервов, фирме - убытков. Поэтому лучше, если руководителю удастся вовремя их распознавать и сделать соответствующие выводы. Признаки конфликтов, как правило, одни и те же:

- ✓ дело, над которым работает коллектив, перестает быть общим. Каждый трудится сам по себе. Дружеская помощь оказывается «не в ходу»;
- ✓ сотрудники перестают доверять друг другу, делиться рабочими и личными планами;
- ✓ во время разговоров сотрудников большое внимание уделяется негативным фактам.

Собеседник скорее выскажет замечание в адрес коллеги, чем тепло отзовется о нем. Каждый из этих признаков - серьезныйстораживающий сигнал, но уладить конфликт еще не поздно. Для этого придется чуть-чуть изменить принятый вами режим работы. Например, распределять задания не «тет-а-тет», а на общем собрании, ввести в практику открытый обмен мнениями, регулярное совместное подведение итогов. Иногда и руководитель, сам того не замечая, может спровоцировать конфликт. Поэтому, прежде чем начинать действовать, проанализируйте собственное поведение. Помните: вам в качестве руководителя недопустимо:

- ✓ скрывать какую-либо деловую информацию от своих подчиненных;

- ✓ высказывать особое расположение кому-либо из сотрудников;
- ✓ безропотно отдавать людей «на растерзание» вышестоящему начальству;
- ✓ недооценивать профессионализм своих коллег.

Вопросы

1. Что должен делать менеджер для того, чтобы в коллективе не возникало конфликтных ситуаций?
2. Если уж конфликтная ситуация стала реальностью, то как ею управлять?
3. Каковы должны быть ваши действия как менеджера при разрешении конфликта

Задача 3

Назовите экономические ресурсы, платой за которые является доход в случае, когда вы:

- а) продаете без посредников выращенный вами на собственном участке картофель;
- б) продаете через посредников выращенный вами на арендованном участке картофель;
- в) подвозите пассажиров на служебном автомобиле;
- г) подвозите пассажиров на арендованном автомобиле;
- д) подвозите пассажиров на личном автомобиле;
- е) рисуете портреты на улице;
- ж) получаете заработную плату грузчика;
- з) получаете милостыню

Задача 4. Проблемы проникновения на зарубежный рынок

Фирма «X.GmbH» (Германия) более 20 лет специализируется на производстве арматуры и принадлежностей для ванных комнат и водопроводной системы (краны, узлы, крепежные детали, душевое оборудование). Фирма предлагает свою продукцию как для домашних хозяйств, так и для различных организаций. Доля фирмы на внутреннем рынке – 32%, на рынке Франции – 8, Бельгии – 3, а крупная торговая компания в Майами ежегодно закупает около 4% производимой продукции фирмы для продажи в США (в целом доля фирмы на американском рынке – 5%).

Общий ежегодный оборот компании превышает 40 млн. нем. марок, а по указанным рынкам - 25 млн. нем. марок.

Дифференциация продукции производится фирмой по размерам, цвету, стилю, отделке (металлической и пластиковой), что дает возможность занять более прочные рыночные позиции.

Недавно «X.GmbH» заказала исследование рынка России. Обнадеживающие результаты побудили компанию к активному внедрению на российский рынок, наметив срок внедрения - 1 год.

Задания

1. Посоветуйте компании пути внедрения на рынок России.
2. Выявите потенциальные трудности, связанные с каждой возможностью проникновения.
3. Дайте обоснование выбранному методу проникновения на российский рынок.
4. Предложите рекомендации по системе товародвижения и распределения.

Критерии оценки качества знаний, умений и сформированности компетенций студентов в рамках промежуточной аттестации

Оценка «5» (отлично) выставляется, если студент показывает:

- глубокие знания по теоретическому вопросу, владеет основными понятиями, терминологией;

- умения правильно, без ошибок выполнять практические задания;

Таким образом, прослеживается сформированность соответствующих компетенций, т.к. ответ полный, доказательный, четкий, грамотный.

Оценка «4» (хорошо) выставляется, если студент показывает:

- глубокие знания по теоретическому вопросу, владеет основными понятиями, терминологией, но допускает отдельные незначительные неточности в формулировках, определениях и т.п.;

- умения выполнять практические задания, но допускает отдельные незначительные ошибки;

В целом ответ полный, доказательный, четкий, грамотный, т.е. прослеживается сформированность соответствующих компетенций.

Оценка «3» (удовлетворительно) выставляется, если студент показывает:

- знания по теоретическому вопросу, владеет основными понятиями, терминологией, но допускает ошибки;

- умения частично выполнять практические задания;

В целом прослеживается сформированность соответствующих компетенций, однако ответ недостаточно последователен, доказателен, грамотен.

Оценка «2» (неудовлетворительно) выставляется, если студент не показывает:

- знания по теоретическому вопросу, допускает ошибки, не выделяет главного, существенного в ответе;

- умения правильно, без ошибок выполнять практические задания;

Таким образом, ответ поверхностный, бездоказательный, допускаются речевые ошибки, т.е. компетенции не сформированы.

