

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Вологодская государственная молочнохозяйственная  
академия имени Н.В. Верещагина»

Экономический факультет

Кафедра экономики и управления в АПК

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ**

**Направление подготовки (специальность):**

35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура

**Профиль:**

Аквакультура

**Квалификации выпускника:** бакалавр

Вологда – Молочное  
2024

## ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура, профиль: Аквакультура

Разработчик,  
ст. преп. Фатеева Н. В.

Программа одобрена на заседании кафедры экономики и управления в АПК от 25 января 2024 года, протокол № 6.

Зав. кафедрой,  
к.э.н., доцент Шилова И. Н.

Рабочая программа дисциплины согласована на заседании методической комиссии экономического факультета от 15 февраля 2024 года, протокол № 6.

Председатель методической комиссии,  
к.ф.н., доцент Дьякова Н. С.

## **1 Цель и задачи учебной дисциплины**

**Цель изучения дисциплины** формирование у выпускников современных знаний в области менеджмента маркетинга и роли управления производством в условиях рыночной экономики.

### **Задачи дисциплины:**

1. Ознакомление студентов с теорией и практикой менеджмента и маркетинга.
2. Применение этих знаний в практике деятельности предприятий и организаций.
3. Получение необходимых навыков в организации управления и принятия управленческих решений во всех видах и уровнях управленческой и маркетинговой деятельности.
4. Получение навыков использования в практической деятельности организаций информации, полученной в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте.

## **2 Место учебной дисциплины в структуре ОПОП**

Индекс дисциплины Б1.О.38

Область профессиональной деятельности выпускников:

01 Образование и наука (в сфере научных исследований);

15 Рыбоводство и рыболовство (в сфере рационального использования и охраны водных биологических ресурсов, включая среду их обитания, в сфере искусственного воспроизводства и товарного выращивания гидробионтов, в сфере обеспечения экологической безопасности рыболовства и продукции аквакультуры, в том числе оценки экологического состояния и рыбохозяйственного значения естественных и искусственных водоемов, в сфере рыбохозяйственного и естественных и искусственных водоемов, в сфере рыбохозяйственного и экологического мониторинга антропогенного воздействия на водные биоресурсы, рыбохозяйственные водоемы, в сфере рыбохозяйственной и экологической экспертизы, в сфере надзора за рыбохозяйственной деятельностью).

Объекты профессиональной деятельности выпускников:

экосистемы естественных и искусственных водоемов;

прибрежные зоны, водные биоресурсы;

объекты аквакультуры и другие гидробионты;

технологические процессы и оборудование предприятий аквакультуры

Виды профессиональной деятельности выпускников:

научно-исследовательская;

производственно-технологическая;

организационно-управленческая.

### 3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

Код и наименование компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенций
ОПК-6 Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности	ИД -1 ОПК-6. Знать: экономические основы производства и ресурсы предприятия; основы менеджмента и маркетинга; принципы и методы организации и управления деятельностью предприятия ИД -2 ОПК-6. Уметь: применять экономическую терминологию, лексику, основные экономические категории; проводить укрупненные расчеты показателей производства, сбыта, финансовых результатов; проводить комплексный анализ рынка продукции на основании собранной информации ИД -3 ОПК-6. Владеть: методами проведения маркетинговых исследований; методами управления действующими технологическими процессами в аквакультуре.
ПК-5 Способен составлять техническую документацию, графики работ, инструкции, планы, сметы, заявок на материалы, оборудование и отчетную документацию, организовывать работы по применению передовых технологий для повышения эффективности технологических процессов управления водными биоресурсами и объектами аквакультуры	ИД -1 ПК-5. Знать: передовые технологии для повышения эффективности технологических процессов управления водными биоресурсами и объектами аквакультуры. ИД -2 ПК-5. Уметь: составлять техническую документацию, графики работ, инструкции, планы, сметы, заявки на материалы, оборудование и отчетную документацию. ИД-3 ПК-5. Владеть: методами организации работы по применению передовых технологий для повышения эффективности технологических процессов управления водными биоресурсами и объектами аквакультуры

### 4 Структура и содержание учебной дисциплины

#### 4.1 Структура учебной дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Всего, часов</b>	<b>Очная форма обучения</b>
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	<b>32</b>	<b>32</b>
В том числе		
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)		
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>67</b>	<b>67</b>
контроль	<b>9</b>	<b>9</b>
<b>Вид промежуточной аттестации</b>	<b>зачет</b>	<b>зачет</b>
Общая трудоемкость дисциплины часы зачётные единицы	<b>108</b>	<b>108</b>

## **4.2 Содержание разделов учебной дисциплины**

### **Тема 1. Понятие и сущность, и функции менеджмента в рыбном хозяйстве**

Сущностная характеристика менеджмента как экономической категории; особенности менеджмента на рыбноводных предприятиях; объект и субъект, функции, виды, методы и принципы менеджмента; основные этапы становления и развития менеджмента как науки. Сущностная характеристика функций управления; понятие процесса управления как реализации основных функций менеджмента - планирования, организации, мотивации, контроля; особенности функций менеджмента в рыбноводстве

### **Тема 2. Методы, подходы и стили управления в рыбноводстве**

Понятие и характеристика основных методов управления; особенности применения методов управления в рыбноводстве; краткая характеристика административного, воспроизводственного, динамического, интеграционного, количественного, комплексного, маркетингового, нормативного, поведенческого, процессного, системного, ситуационного и функционального подходов к управлению; характеристика автократического, демократического и либерального стилей управления; современные стили управления организацией

### **Тема 3. Организационные структуры управления в рыбноводстве**

Понятие и особенности формирования организационной структуры управления; характеристика основных требований к формированию организационной структуры управления предприятием; факторы, обуславливающие особенности организационной структуры управления предприятия; типы организационных структур управления; основные

направления совершенствования и особенности организационных структур управления рыбоводных предприятий

#### **Тема 4. Понятие и методы обоснования управленческих решений**

Понятие управленческого решения; классификация управленческих решений по сфере охвата или масштабу возможных последствий, по продолжительности действия, по уровню принятия, по характеру разрешаемых задач, по способу принятия, по способу обоснования и др. признакам; требования, предъявляемые к управленческому решению; суть процесса принятия управленческого решения; методы принятия решений; этапы принятия управленческих решений

#### **Тема 5. Стратегический и инновационный менеджмент**

Основы стратегического менеджмента, стратегический анализ рыночной ситуации и конкуренции в отрасли, инновационный процесс в организации, типы инноваций и их классификация

#### **Тема 6. Сущностная характеристика маркетинга и маркетинговая среда предприятий рыбоводства**

Сущностная характеристика маркетинга как экономической категории; концепции маркетинга; объект, цель маркетинга; характеристика основных функций и принципов маркетинга; сущностная характеристика стратегии и тактики маркетинга; особенности спроса на продукцию аквакультуры; понятие сегментации и особенности сегментации рынка продукции аквакультуры; характеристика основных стратегий охвата рынка; характеристика основных стратегий для выхода на рынок; понятие и основные принципы формирования маркетинговой политики предприятия; краткая характеристика основных составляющих маркетинговой политики предприятия; характеристика элементов маркетинговой микро- и макросреды рыбоводных предприятий

#### **Тема 7. Маркетинговые исследования**

Цели, задачи и функции маркетингового исследования; система маркетинговой информации; виды и технологии проведения маркетинговых исследований

#### **Тема 8. Маркетинговая товарная политика**

Понятие товарной политики предприятия; особенности формирования товарной политики рыбоводных предприятий; понятие товара как маркетинговой категории; особенности продукции аквакультуры; понятие жизненного цикла товаров и особенности жизненного цикла продукции аквакультуры; цена, образ товара, качество и популярность как основные характеристики восприятия товара; понятие «товарная марка» и основные виды товарных марок; критерии выбора товарных марок

#### **Тема 9. Ценовая и сбытовая политики товара на рынке**

Понятие цены как маркетинговой категории; классификация цен в зависимости от уровня установления и разновидности цен на продукцию аквакультуры; сущность ценовой политики предприятий; содержательная характеристика этапов формирования ценовой политики предприятия;

основные методы расчета цен; этические и правовые аспекты ценообразования; особенности формирования цен на продукцию аквакультуры. Понятие и общая характеристика каналов сбыта (распределения); особенности сбыта продукции аквакультуры; комплекс мероприятий, связанных с движением товара (обработка заказов, складирование, транспортировка); особенности организации продвижения продукции аквакультуры; особенности планирования распределения товара; организация сбыта товаров и услуг; понятие и основные направления стимулирования сбыта товара; особенности стимулирования продукции аквакультуры

### 4.3 Разделы учебной дисциплины и вид занятий

п/п	Наименование разделов учебной дисциплины	Лекции	Практические занятия	СРС	Контроль	Всего часов
1	Тема 1. Понятие и сущность, и функции менеджмента в рыбном хозяйстве	2	2	7	1	12
2	Тема 2. Методы, подходы и стили управления в рыбоводстве	2	2	7	1	12
3	Тема 3. Организационные структуры управления в рыбоводстве	2	2	7	1	12
4	Тема 4. Понятие и методы обоснования управленческих решений	2	2	7	1	12
5	Тема 5. Стратегический и инновационный менеджмент	2	2	7	1	12
6	Тема 6. Сущностная характеристика маркетинга и маркетинговая среда предприятий рыбоводства	2	2	7	1	12
7	Тема 7. Маркетинговые	2	2	7	1	12

	исследования					
8	Радел 8. Маркетинговая товарная политика	1	1	9	1	12
9	Тема 9. Ценовая и сбытовая политики товара на рынке	1	1	9	1	12
Всего часов		16	16	67	9	108

### 5 Матрица формирования компетенций по дисциплине

№ п/ п	Раздел дисциплины	Компетенции		Общее количество компетенций
		ОПК-6	ПК-5	
1	Тема 1. Понятие и сущность, и функции менеджмента в рыбном хозяйстве	+	+	2
2	Тема 2. Методы, подходы и стили управления в рыбоводстве	+	+	2
3	Тема 3. Организационные структуры управления в рыбоводстве	+	+	2
4	Тема 4. Понятие и методы обоснования управленческих решений	+	+	2
5	Тема 5. Стратегический и инновационный менеджмент	+	+	2
6	Тема 6. Сущностная характеристика маркетинга и маркетинговая среда предприятий рыбоводства	+	+	2
7	Тема 7. Маркетинговые исследования	+	+	2
8	Радел 8. Маркетинговая товарная политика	+	+	2
9	Тема 9. Ценовая и сбытовая политики товара на рынке	+	+	2

### 6 Образовательные технологии

Объем аудиторных занятий: всего 32 час., в том числе лекции 16 часов, практические занятия 16 часов, лабораторные работы не предусмотрены, интерактивные занятия от общего объема аудиторных занятий составляют 25%.



Вид занятия (Л, ПЗ, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов и период проведения	
		час.	семестр
Л	Лекция-визуализация на тему «Организационные структуры управления в рыбоводстве»	2	6
Л	Лекция-визуализация на тему «Сущностная характеристика маркетинга и маркетинговая среда предприятий рыбоводства»	2	6
Л	Лекция-визуализация на тему «Маркетинговые исследования»	2	6
Л	Лекция-визуализация на тему «Ценовая и сбытовая политики товара на рынке»	2	6
Итого		8	

## 7 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

### 7.1 Контрольные вопросы для самопроверки

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды СРС	Порядок выполнения СРС	Метод контроля
1	Тема 1. Понятие и сущность, и функции менеджмента в рыбном хозяйстве	Подготовка к тестированию	Работа с лекционным материалом, основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами	Устный опрос
2	Тема 2. Методы, подходы и стили управления в рыбоводстве	Подготовка к ЛР, работа с рабочей тетрадью, выполнение индивидуальной работы	Работа с лекционным материалом, групповая работа, индивидуальная работа	Устный опрос
3	Тема 3. Организационные управления в	Подготовка к ЛР, выполнение индивидуальной	Работа с лекционным материалом,	Устный опрос

	рыбоводстве	работы	основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами	
4	Тема 4. Понятие и методы обоснования управленческих решений	Подготовка к ЛР, выполнение индивидуальной работы	Работа с лекционным материалом, основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами	Устный опрос
5	Тема 5. Стратегический и инновационный менеджмент	Подготовка к ЛР, выполнение индивидуальной работы	Работа с лекционным материалом, основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами	Устный опрос
6	Тема 6. Сущностная характеристика маркетинга и маркетинговая среда предприятий рыбководства	Подготовка к ЛР, выполнение индивидуальной работы	Работа с лекционным материалом, основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами	Устный опрос
7	Тема 7. Маркетинговые исследования	Подготовка к ЛР, выполнение индивидуальной работы	Работа с лекционным материалом, основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами	Устный опрос Письменный контроль
8	Раздел 8. Маркетинговая товарная политика	Подготовка к ЛР, выполнение индивидуальной работы	Работа с лекционным материалом, основной и дополнительной литературой, Интернет-	Устный опрос

			ресурсами	
9	Тема 9. Ценовая и сбытовая политика товара на рынке	Подготовка к ЛР, выполнение индивидуальной работы	Работа с лекционным материалом, групповая работа, индивидуальная работа	Устный опрос

## 7.2 Контрольные вопросы для самопроверки

№ п/п	Раздел дисциплины	Контрольные вопросы и задания для самопроверки
1.	Тема 1. Понятие и сущность, и функции менеджмента в рыбном хозяйстве	1.1. Сущностная характеристика менеджмента как экономической категории; особенности менеджмента на рыболовных предприятиях; объект и субъект, функции, виды, методы и принципы менеджмента; основные этапы становления и развития менеджмента как науки. 1.2. Сущностная характеристика функций управления; понятие процесса управления как реализации основных функций менеджмента - планирования, организации, мотивации, контроля; особенности функций менеджмента в рыболовстве
2.	Тема 2. Методы, подходы и стили управления в рыболовстве	2.1 Понятие и характеристика основных методов управления; особенности применения методов управления в рыболовстве. 2.2 Краткая характеристика административного, производственного, динамического, интеграционного, количественного, комплексного, маркетингового, нормативного, поведенческого, процессного, системного, ситуационного и функционального подходов к управлению. 2.3 Характеристика авторитарного, демократического и либерального стилей управления; современные стили управления организацией
3.	Тема 3. Организационные управления в рыболовстве	3.1 Понятие и особенности формирования организационной структуры управления; 3.2 Характеристика основных требований к формированию организационной структуры управления предприятием; факторы, обуславливающие особенности организационной структу-

		<p>ры управления предприятия.</p> <p>3.3 Типы организационных структур управления;</p> <p>3.4 Основные направления совершенствования и особенности организационных структур управления рыбоводных предприятий.</p>
4.	Тема 4. Понятие и методы обоснования управленческих решений	<p>4.1 Понятие управленческого решения; классификация управленческих решений по сфере охвата или масштабу возможных последствий, по продолжительности действия, по уровню принятия, по характеру разрешаемых задач, по способу принятия, по способу обоснования и др. признакам.</p> <p>4.2 Требования, предъявляемые к управленческому решению.</p> <p>4.3 Суть процесса принятия управленческого решения.</p> <p>4.4 Методы принятия решений.</p> <p>4.5 Этапы принятия управленческих решений</p>
5.	Тема 5. Стратегический и инновационный менеджмент	<p>5.1 Основы стратегического менеджмента.</p> <p>5.2 Стратегический анализ рыночной ситуации и конкуренции в отрасли.</p> <p>5.3 Инновационный процесс в организации, типы инноваций и их классификация</p>
6.	Тема 6. Сущностная характеристика маркетинга и маркетинговая среда предприятий рыбоводства	<p>6.1 Сущностная характеристика маркетинга как экономической категории; концепции маркетинга; объект, цель маркетинга.</p> <p>6.2 Характеристика основных функций и принципов маркетинга; 6.3 Сущностная характеристика стратегии и тактики маркетинга; 6.4 Особенности спроса на продукцию аквакультуры.</p> <p>6.5 Понятие сегментации и особенности сегментации рынка продукции аквакультуры; характеристика основных стратегий охвата рынка; характеристика основных стратегий для выхода на рынок. 6.6 Понятие и основные принципы формирования маркетинговой политики предприятия; краткая характеристика основных составляющих маркетинговой политики предприятия; характеристика элементов маркетинговой микро- и макросреды рыбоводных предприятий.</p>
7.	Тема 7. Маркетинговые исследования	<p>7.1 Цели, задачи и функции маркетингового исследования.</p> <p>7.2 Система маркетинговой информации.</p>

		7.3 Виды и технологии проведения маркетинговых исследований.
8.	Радел 8. Маркетинговая товарная политика	8.1 Понятие товарной политики предприятия; особенности формирования товарной политики рыбоводных предприятий. 8.2 Понятие товара как маркетинговой категории; особенности продукции аквакультуры. 8.3 Понятие жизненного цикла товаров и особенности жизненного цикла продукции аквакультуры; 8.4 Образ товара, качество и популярность как основные характеристики восприятия товара, понятие «товарная марка» и основные виды товарных марок; критерии выбора товарных марок
9.	Тема 9. Ценовая и сбытовая политики товара на рынке	9.1 Понятие цены как маркетинговой категории; классификация цен в зависимости от уровня установления и разновидности цен на продукцию аквакультуры. 9.2 Сущность ценовой политики предприятий; содержательная характеристика этапов формирования ценовой политики предприятия; основные методы расчета цен; этические и правовые аспекты ценообразования; особенности формирования цен на продукцию аквакультуры. 9.3 Понятие и общая характеристика каналов сбыта (распределения); особенности сбыта продукции аквакультуры; комплекс мероприятий, связанных с движением товара (обработка заказов, складирование, транспортировка); особенности организации продвижения продукции аквакультуры; 9.4 Особенности планирования распределения товара; организация сбыта товаров и услуг; понятие и основные направления стимулирования сбыта товара; особенности стимулирования продукции аквакультуры

### 7.3 Вопросы для промежуточной аттестации (зачет)

#### Вопросы для зачета

1. Сущностная характеристика менеджмента как экономической категории; особенности менеджмента на рыбоводных предприятиях; объект и

субъект, функции, виды, методы и принципы менеджмента; основные этапы становления и развития менеджмента как науки.

2. Сущностная характеристика функций управления; понятие процесса управления как реализации основных функций менеджмента - планирования, организации, мотивации, контроля; особенности функций менеджмента в рыбководстве

3. Понятие и характеристика основных методов управления; особенности применения методов управления в рыбководстве.

4. Краткая характеристика административного, воспроизводственного, динамического, интеграционного, количественного, комплексного, маркетингового, нормативного, поведенческого,

5. Краткая характеристика процессного, системного, ситуационного подходов к управлению.

6. Характеристика автократического, демократического и либерального стилей управления; современные стили управления организацией.

7. Понятие и особенности формирования организационной структуры управления; характеристика основных требований к формированию организационной структуры управления предприятием; факторы, обуславливающие особенности организационной структуры управления предприятия.

8. Типы организационных структур управления; основные направления совершенствования и особенности организационных структур управления рыбководных предприятий

9. Понятие управленческого решения; классификация управленческих решений по сфере охвата или масштабу возможных последствий, по продолжительности действия, по уровню принятия, по характеру разрешаемых задач, по способу принятия, по способу обоснования и др. признакам.

10. Требования, предъявляемые к управленческому решению; суть процесса принятия управленческого решения; методы принятия решений; этапы принятия управленческих решений

11. Основы стратегического менеджмента, стратегический анализ рыночной ситуации и конкуренции в отрасли.

12. Инновационный процесс в организации, типы инноваций и их классификация

13. Сущностная характеристика маркетинга как экономической категории; концепции маркетинга; объект, цель маркетинга.

14. Характеристика основных функций и принципов маркетинга.

15. Сущностная характеристика стратегии и тактики маркетинга

16. Понятие сегментации и особенности сегментации рынка продукции аквакультуры; характеристика основных стратегий охвата рынка.

17. Характеристика основных стратегий для выхода на рынок; понятие и основные принципы формирования маркетинговой политики предприятия; краткая характеристика основных составляющих маркетинговой политики предприятия.

18. Характеристика элементов маркетинговой микро- и макросреды рыбоводных предприятий.

19. Цели, задачи и функции маркетингового исследования; система маркетинговой информации; виды и технологии проведения маркетинговых исследований.

20. Понятие товарной политики предприятия; особенности формирования товарной политики рыбоводных предприятий.

21. Понятие товара как маркетинговой категории; особенности продукции аквакультуры; понятие жизненного цикла товаров и особенности жизненного цикла продукции аквакультуры.

22. Цена, образ товара, качество и популярность как основные характеристики восприятия товара; понятие «товарная марка» и основные виды товарных марок; критерии выбора товарных марок.

23. Понятие цены как маркетинговой категории; классификация цен в зависимости от уровня установления и разновидности цен на продукцию аквакультуры.

24. Сущность ценовой политики предприятий; содержательная характеристика этапов формирования ценовой политики предприятия;

25. Основные методы расчета цен; этические и правовые аспекты ценообразования; особенности формирования цен на продукцию аквакультуры.

26. Понятие и общая характеристика каналов сбыта (распределения); особенности сбыта продукции аквакультуры.

27. Комплекс мероприятий, связанных с движением товара (обработка заказов, складирование, транспортировка); особенности организации продвижения продукции аквакультуры;

28. Особенности планирования распределения товара; организация сбыта товаров и услуг.

29. Понятие и основные направления стимулирования сбыта товара; особенности стимулирования сбыта продукции аквакультуры.

## **8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **8.1. Основная литература**

1. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. Д. Дорофеев, А. Н. Шмелева, Н. Ю. Шестопал. - Электрон.дан. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 328 с. - (Высшее образование). - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/go.php?id=1033889>

2. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. - Электрон.дан. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 337 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/go.php?id=1078335>

3. Основы маркетинга [Электронный ресурс] : учебник / Ю. Н. Егоров. - 2-е изд., перераб. и доп. - Электрон.дан. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 292 с. -

(Высшее образование - Бакалавриат). - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/go.php?id=1069190>

4. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебник / Ю. В. Гуськов. - Электрон.дан. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 263 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/go.php?id=1063629>

## **8.2. Дополнительная литература, в том числе методические указания:**

1. Менеджмент и маркетинг: Методические указания по изучению дисциплины /Сост. Н. В. Фатеева. - Вологда – Молочное: ФГБОУ ВО Вологодская ГМХА, 2021 – 32 с.

2. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 6-е изд., перераб. и доп. - Электрон.дан. - Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2020. - 656 с. - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/go.php?id=1064558>

3. Менеджмент в агропромышленном комплексе [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г. И. Вагазова, А. Х. Шагиева, А. С. Макаров. - Электрон.дан. - Казань: КГАУ, 2020. - 239 с. - Внешняя ссылка: <https://e.lanbook.com/book/138645>

4. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / Е. Л. Маслова. - 2-е изд. - Электрон.дан. - Москва: Дашков и К, 2020. - 332 с. - (Учебные издания для бакалавров). - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/go.php?id=1091511>

5. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие / А. П. Балашов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Электрон.дан. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. - 288 с. - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/go.php?id=1068829>

6. Менеджмент организации: теория, история, практика [Электронный ресурс]: учебное пособие / О. Г. Тихомирова, Б. А. Варламов. - Электрон.дан. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 256 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/go.php?id=1057222>

## **8.3 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:**

### **Лицензионное программное обеспечение:**

Microsoft Windows XP / Microsoft Windows 7 Professional , Microsoft Office Professional 2003 / Microsoft Office Professional 2007 / Microsoft Office Professional 2010

STATISTICA Advanced + QC 10 for Windows

**в т.ч. отечественное**

Astra Linux Special Edition РУСБ 10015-01 версии 1.6.

1С:Предприятие 8. Конфигурация, 1С: Бухгалтерия 8 (учебная версия)

Project Expert 7 (Tutorial) for Windows

СПС КонсультантПлюс



Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный  
**Свободно распространяемое лицензионное программное обеспечение:**  
OpenOffice  
LibreOffice  
7-Zip  
Adobe Acrobat Reader  
Google Chrome  
**в т.ч. отечественное**  
Яндекс.Браузер

### **Информационные справочные системы**

- Единое окно доступа к образовательным ресурсам – режим доступа:  
<http://window.edu.ru/>
- ИПС «КонсультантПлюс» – режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
- Интерфакс - Центр раскрытия корпоративной информации (сервер раскрытия информации) – режим доступа: <https://www.e-disclosure.ru/>
- Информационно-правовой портал ГАРАНТ.RU – режим доступа:  
<http://www.garant.ru/>
- Автоматизированная справочная система «Сельхозтехника» (web-версия) - режим доступ: <http://gtneham.ru/>

### **Профессиональные базы данных**

- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – режим доступа:  
<http://elibrary.ru>
- Научометрическая база данных Scopus: база данных рефератов и цитирования – режим доступа: <https://www.scopus.com/customer/profile/display.uri>
- Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики – режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/> (Открытый доступ)
- Российская Академия Наук, открытый доступ к научным журналам – режим доступа: <http://www.ras.ru> (Открытый доступ)
- Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации – режим доступа: <http://mcsx.ru/> (Открытый доступ)

### **Электронные библиотечные системы:**

- Электронный библиотечный каталог Web ИРБИС – режим доступа:  
[https://molochnoe.ru/cgi-bin/irbis64r\\_14/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=F&I21DBNAM=STATIC&I21DBN=STATIC](https://molochnoe.ru/cgi-bin/irbis64r_14/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBNAM=STATIC&I21DBN=STATIC)
- ЭБС ЛАНЬ – режим доступа: <https://e.lanbook.com/>
- ЭБС Znanium.com – режим доступа: <https://new.znanium.com/>
- ЭБС ЮРАЙТ – режим доступа: <https://urait.ru/>
- ЭБС POLPRED.COM: <http://www.polpred.com/>
- Электронная библиотека издательского центра «Академия»: <https://www.academia-moscow.ru/elibrary/> (коллекция СПО)

- ЭБС ФГБОУ ВО Вологодская ГМХА – режим доступа:  
<https://molochnoe.ru/ebs/>

## **9 Материально-техническое обеспечение дисциплины**

### **9.1 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**

Учебная аудитория Лекционная аудитория, для проведения групповых и индивидуальных консультаций; государственной итоговой аттестации. Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска меловая. Основное оборудование: экран для проектора 1 шт., проектор - 1 шт., компьютер в комплекте - 1 шт. Программное обеспечение: Microsoft Windows 7 Professional, Лицензии 49230531, Microsoft Office Professional 2007, Лицензии 42543554

Учебная аудитория Класс для проведения семинарских и практических занятий, групповых консультаций. Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска меловая

Учебная аудитория для проведения семинарских и практических занятий, групповых консультаций. Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска меловая

### **9.2 Обеспечение образования для лиц с ОВЗ**

Для обеспечения образования инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья реализация дисциплины может осуществляться в адаптированном виде, исходя из индивидуальных психофизических особенностей и по личному заявлению обучающегося, в части создания специальных условий.

В специальные условия могут входить: предоставление отдельной аудитории, необходимых технических средств, присутствие ассистента, оказывающего необходимую техническую помощь, выбор формы предоставления инструкции по порядку проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, использование специальных технических средств, предоставление перерыва для приема пищи, лекарств и др.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- – предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате, позволяющем переводить плоскочечатную информацию в аудиальную форму;
- возможность использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом индивидуальных особенностей и состояния здоровья студента;
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
- использование чёткого и увеличенного по размеру шрифта и графических объектов в мультимедийных презентациях;
- озвучивание визуальной информации, представленной обучающимся в ходе занятий;
- обеспечение раздаточным материалом, дублирующим информацию, выводимую на экран;
- обеспечение особого речевого режима преподавания: лекции читаются громко, разборчиво, отчётливо, с паузами между смысловыми блоками информации, обеспечивается интонирование, повторение, акцентирование, профилактика рассеивания внимания;
- минимизация внешнего шума и обеспечение спокойной аудиальной обстановки;
- возможность вести запись учебной информации студентами в удобной для них форме (аудиально, аудиовизуально, в виде пометок в заранее подготовленном тексте).

Для лиц с нарушениями слуха:

- предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате, позволяющем переводить аудиальную форму лекции в плоскочечатную информацию;
- наличие возможности использовать индивидуальные звукоусиливающие устройства и сурдотехнические средства, позволяющие осуществлять приём и передачу информации; осуществлять взаимобратный перевод текстовых и аудиофайлов (блокнот для речевого ввода), а также запись и воспроизведение зрительной информации.
- наличие наглядного сопровождения изучаемого материала (структурно-логические схемы, таблицы, графики, концентрирующие и обобщающие информацию, опорные конспекты, раздаточный материал);
- обеспечение практики опережающего чтения, когда студенты заранее знакомятся с материалом и выделяют незнакомые и непонятные слова и фрагменты;
- сочетание на занятиях всех видов речевой деятельности (говорения, слушания, чтения, письма, зрительного восприятия с лица говорящего)

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- возможность использовать специальное программное обеспечение и специальное оборудование, предоставляемое по линии ФСС и позволяющее

компенсировать двигательный дефект (коляски, ходунки, трости и др.);

- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
- обеспечение беспрепятственного доступа в помещения, а также пребывания них;
- использование дополнительного информационно-методического обеспечения:

<http://umcvpo.ru/about-project> - Федеральный портал высшего образования студентов с инвалидностью и ОВЗ

<http://nvda.ru/> - Программа экранного доступа «NVDA (Non Visual Desktop Access)» («Синтезатор речи») для перевода письменной речи в устную

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

### 10 Карта компетенций дисциплины

<b>Менеджмент и маркетинг</b>					
Цель дисциплины	формирование у выпускников современных знаний в области менеджмента маркетинга и роли управления производством в условиях рыночной экономики.				
Задачи дисциплины	1. Ознакомление студентов с теорией и практикой менеджмента и маркетинга, 2. Применение этих знаний в практике деятельности предприятий и организаций, 3. Получение необходимых навыков в организации управления и принятия управленческих решений во всех видах и уровнях управленческой и маркетинговой деятельности, 4. Получение навыков использования в практической деятельности организаций информации, полученной в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте.				
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие					
Компетенции		Перечень компонентов (планируемые результаты обучения)	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Ступени уровней освоения компетенции
Индекс	Формулировка				
<b>Профессиональные компетенции</b>					
ОПК-6	Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности	ИД -1 оПК-6. Знать: экономические основы производства и ресурсы предприятия; основы менеджмента и маркетинга; принципы и методы организации и управления деятельностью предприятия ИД -2 оПК-6. Уметь: применять экономическую терминологию, лексику, основные	Лекции  Практические занятия  Самостоятельная работа	Тестирование Зачет	<b>Пороговый (удовлетворительный)</b> <b>Знает</b> экономические основы производства и ресурсы предприятия; основы менеджмента и маркетинга; принципы и методы организации и управления деятельностью предприятия  <b>Продвинутый (хорошо)</b> <b>Умеет</b> применять эконо-

		<p>экономические категории; проводить укрупненные расчеты показателей производства, сбыта, финансовых результатов; проводить комплексный анализ рынка продукции на основании собранной информации</p> <p>ИД -3 ОК-6. Владеть: методами проведения маркетинговых исследований; методами управления действующими технологическими процессами в аквакультуре.</p>			<p>мическую терминологию, лексику, основные экономические категории; проводить укрупненные расчеты показателей производства, сбыта, финансовых результатов; проводить комплексный анализ рынка продукции на основании собранной информации</p> <p><b>Высокий (отлично)</b>  <b>Владеет</b> методами проведения маркетинговых исследований; методами управления действующими технологическими процессами в аквакультуре.</p>
ПК-5	<p>Способен составлять техническую документацию, графики работ, инструкции, планы, сметы, заявок на материалы, оборудование и отчетную документацию, организовывать работы по</p>	<p>ИД -1 ПК-5. Знать: передовые технологии для повышения эффективности технологических процессов управления водными биоресурсами и объектами аквакультуры.</p> <p>ИД -2 ПК-5. Уметь: со-</p>	<p>Лекции</p> <p>Практические занятия</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Тестирование</p> <p>Зачет</p>	<p><b>Пороговый (удовлетворительный)</b>  <b>Знает</b> передовые технологии для повышения эффективности технологических процессов управления водными биоресурсами и объектами аквакультуры.</p>

	<p>применению передовых технологий для повышения эффективности технологических процессов управления водными биоресурсами и объектами аквакультуры</p>	<p>ставлять техническую документацию, графики работ, инструкции, планы, сметы, заявки на материалы, оборудование и отчетную документацию. ИД-3 ПК-5. Владеть: методами организации работы по применению передовых технологий для повышения эффективности технологических процессов управления водными биоресурсами и объектами аквакультуры</p>		<p><b>Продвинутый(хорошо)</b> <b>Умеет</b> составлять техническую документацию, графики работ, инструкции, планы, сметы, заявки на материалы, оборудование и отчетную документацию. <b>Высокий (отлично)</b> <b>Владеет</b> методами организации работы по применению передовых технологий для повышения эффективности технологических процессов управления водными биоресурсами и объектами аквакультуры</p>
--	---	---	--	---