

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Вологодская государственная молочнохозяйственная академия
имени Н.В. Верещагина»

Факультет экономический
Кафедра экономики и управления в АПК

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Специальность 35.02.16 Эксплуатация и ремонт сельскохозяйственной техники и
оборудования

Квалификация выпускника техник -механик

Программа учебной дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 35.02.16 Эксплуатация и ремонт сельскохозяйственной техники и оборудования

Организация-разработчик: ФГБОУ ВО «Вологодская государственная молочнохозяйственная академия имени Н.В. Верещагина»

Разработчик, старший преподаватель: Фатеева Н. В.

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

Зав. кафедрой: к.экон.н., доцент Шилова И. Н.

Рабочая программа дисциплины согласована и утверждена на заседании методической комиссии экономического факультета «15» февраля 2024 года, протокол № 6.

Председатель методической комиссии:
к. филол. н., доцент Дьякова Н.С.

1. Цель и задачи учебной дисциплины

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

Задачи дисциплины

1. Ознакомление студентов с теорией и практикой экономики, менеджмента и маркетинга.
2. Применение экономических 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: Дисциплина относится к дисциплинам ОПЦ. Общепрофессионального цикла. Индекс дисциплины по учебному плану – ОПЦ.12.

К числу входных знаний, навыков и компетенций студента, приступающего к изучению дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга, должно относиться следующее:

- наличие базовых теоретических знаний в сфере экономики;
- умение использовать, обобщать и анализировать информацию, ставить цели и находить пути их достижения в условиях формирования и развития информационного общества;
- наличие навыка работы с количественной и качественной информацией.

Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, необходимы для изучения последующих дисциплин: Организация производства и управление на сельскохозяйственном предприятии.

После изучения дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» студент должен:

знать:

- основные положения экономической теории;
- принципы рыночной экономики;
- современное состояние и перспективы развития отрасли;
- роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
- механизмы формирования заработной платы;
- формы оплаты труда;
- стили управления, виды коммуникации;
- принципы делового общения в коллективе;
- управленческий цикл;
- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;
- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;
- формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации,

УМЕТЬ:

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

ВЛАДЕТЬ:

- методами расчёта себестоимости и цен на создаваемый продукт;
- навыками определения производительности труда и рентабельности производства.
- навыками определения доли рынка.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины

Процесс изучения дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга направлен на формирование следующих компетенций:

а) общие (ОК):

Код компетенции	Формулировка компетенции
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

б) профессиональные (ПК)

Код компетенции	Формулировка компетенции
ПК 1.6	Выполнять оперативное планирование работ по подготовке и эксплуатации сельскохозяйственной техники
ПК 1.8	Осуществлять выдачу заданий по агрегатированию трактора и сельскохозяйственных машин, настройке агрегатов и самоходных машин.
ПК 1.9	Осуществлять контроль выполнения ежесменного технического обслуживания сельскохозяйственной техники, правильности агрегатирования и настройки машинно-тракторных агрегатов и самоходных машин, оборудования на заданные параметры работы, а также оперативный контроль качества выполнения механизированных операций.
ПК 1.10	Осуществлять оформление первичной документации по подготовке к эксплуатации и эксплуатации сельскохозяйственной техники и оборудования, готовить предложения по повышению эффективности ее использования в организации.
ПК 2.5	Выполнять оперативное планирование выполнения работ по техническому обслуживанию и ремонту сельскохозяйственной техники и оборудования.
ПК 2.6	Осуществлять выдачу заданий на выполнение операций в рамках технического обслуживания и ремонта сельскохозяйственной техники и оборудования, на постановку на хранение (снятие с хранения) сельскохозяйственной техники и оборудования.
ПК 2.10	Оформлять документы о проведении ремонта сельскохозяйственной техники и оборудования. составлять техническую документацию на списание сельскохозяйственной техники, непригодной к эксплуатации, готовить предложения по повышению эффективности технического обслуживания и ремонта сельскохозяйственной техники и оборудования в организации.

4. Структура и содержание учебной дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет – 211 часов.

4.1 Структура учебной дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Семестр	Семестр
		7	8
Аудиторные занятия (всего)	111	36	75
в том числе:			
Лекции (Л)	42	12	30
Практические занятия (ПЗ)	69	24	45
Самостоятельная работа (всего)	100	42	58
Вид промежуточной аттестации		зачет	экзамен
Общая трудоемкость, часы	211	78	133

4.2 Содержание разделов учебной дисциплины

Раздел 1. Основы экономики

Производство и экономика. Значение процесса производства и его место в экономике страны. Факторы производства. Издержки производства. Ограниченность ресурсов. Стадии развития производства. Структура современного производства. Классификация факторов производства. Основные понятия и классификация материально-технических ресурсов. Виды сырья, используемые в качестве сырьевой базы отрасли, организации (предприятия). Основные направления рационального использования сырьевых и топливно-энергетических ресурсов. Формы обеспечения ресурсами: через товарно-сырьевые биржи; прямые связи; аукционы, конкурсы; спонсорство; собственное производство и др. Плата за природные ресурсы. Важнейшие обобщающие показатели уровня использования материальных ресурсов. Ресурсо- и энергосберегающие технологии. Технические ресурсы отрасли, их структура и классификация.

Раздел 2. Экономика организации (предприятия)

Характеристика отрасли и предприятия. Предприятие в условиях рыночной экономики. Организационно-правовые формы предприятия. Земельные ресурсы предприятия. Значение и особенности использования земли в сельском хозяйстве. Состав, структура и состояние земельных ресурсов. Экономическая эффективность использования земли и пути ее повышения. Оценка структуры и уровня использования земельных ресурсов. Основные фонды и оборотные средства предприятия. Сущность и значение основных фондов, их структура. Оборотные средства, их экономическая сущность и состав. Расчет показателей использования основных фондов и оборотных средств. Трудовые ресурсы и эффективность их использования. Понятие и состав трудовых ресурсов, особенности их использования в АПК. Занятость и безработица. Обеспеченность трудовыми ресурсами и эффективность их использования. Оплата труда. Понятие оплаты труда, ее сущность и функции. Принципы формирования заработной платы. Формы оплаты труда.

Раздел 3. Основы менеджмента

Сущность и характерные черты современного менеджмента. Цели и задачи менеджмента. Принципы управления. Объекты и субъекты управления. Понятие организации. Законы организации. Типы организационных структур. Внутренняя и внешняя среда организации. Функции менеджмента. Организация и планирование. Контроль и мотивация. Система методов управления. Стили управления. Факторы, влияющие на управленческие решения. Этапы принятия управленческих решений.

Раздел 4. Основы маркетинга

Маркетинг и менеджмент. Маркетинговое управление. Функциональная структура маркетинга. Процесс управления маркетингом. Состояние спроса и задачи маркетинга. Принципы сегментирования. Маркетинговые исследования. Решение о товарной марке и маркировке. Решение об упаковке товара. Ассортиментная политика. Ценовые стратегии в маркетинге.

4.3 Разделы учебной дисциплины и виды занятий

№ п.п.	Наименование раздела учебной дисциплины	Лекции	Практические занятия	СР	Всего
1	Раздел 1. Основы экономики	6	12	20	38
2	Раздел 2. Экономика организации (предприятия)	6	12	22	40
3	Раздел 3. Основы менеджмента	16	22	28	66
4	Раздел 4. Основы маркетинга	14	23	30	67
Итого:		42	69	100	211

4.4. Лабораторный практикум не предусмотрен.

5. Образовательные технологии

Объем аудиторных занятий: всего –111 часов, в том числе лекций –42 часа, самостоятельная работа- 100 часов.
36 % - занятия в интерактивных формах от объема аудиторных занятий.

Семестр	Вид занятия	Используемые интерактивные образовательные технологии и тема занятия	Кол-во часов
7,8	Лекция	Лекции – визуализации с использованием презентаций (Microsoft Office Power Point.)	40
	Тесты по итогам разделов курса и итоговый	Тестирование на ПК (образовательный портал академии) Защита проектов, доклады и рефераты (презентации к ним)	
Итого:			40

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Контрольные вопросы для самопроверки семестр 8

1. Сущностная характеристика менеджмента как экономической категории; особенности менеджмента на предприятиях АПК; 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 АПК.
- 3 Понятие и характеристика основных методов управления; особенности применения методов управления в АПК.
4. Краткая характеристика административного, воспроизводственного, динамического, интеграционного, количественного, комплексного, маркетингового, нормативного, поведенческого, процессного, системного, ситуационного и функционального подходов к управлению.
5. Характеристика авторитарного, демократического и либерального стилей управления; современные стили управления организацией
6. Понятие и особенности формирования организационной структуры управления;
7. Характеристика основных требований к формированию организационной структуры управления предприятием; факторы, обуславливающие особенности организационной структуры управления предприятия.
8. Типы организационных структур управления;
9. Основные направления совершенствования и особенности организационных структур управления предприятий.
10. 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.
11. Требования, предъявляемые к управленческому решению.
12. Суть процесса принятия управленческого решения.
13. Методы принятия решений.
14. Этапы принятия управленческих решений
15. Основы стратегического менеджмента.
16. Стратегический анализ рыночной ситуации и конкуренции в отрасли.

17. Инновационный процесс в организации, типы инноваций и их классификация
18. Сущностная характеристика маркетинга как экономической категории; концепции маркетинга; объект, цель маркетинга.
19. Характеристика основных функций и принципов маркетинга.
20. Сущностная характеристика стратегии и тактики маркетинга.
21. Особенности спроса на сельхоз. продукцию.
22. Понятие сегментации и особенности сегментации рынка продукции аквакультуры; характеристика основных стратегий охвата рынка; характеристика основных стратегий для выхода на рынок.
23. Понятие и основные принципы формирования маркетинговой политики предприятия; краткая характеристика основных составляющих маркетинговой политики предприятия; характеристика элементов маркетинговой микро- и макросреды предприятий.
24. Цели, задачи и функции маркетингового исследования.
25. Система маркетинговой информации.
26. Виды и технологии проведения маркетинговых исследований.
27. Понятие товарной политики предприятия; особенности формирования товарной политики предприятий.
28. Понятие товара как маркетинговой категории; особенности продукции сельского хозяйства.
29. Понятие жизненного цикла товаров и особенности жизненного цикла продукции.
30. Образ товара, качество и популярность как основные характеристики восприятия товара, понятие «товарная марка» и основные виды товарных марок; критерии выбора товарных марок
31. Понятие цены как маркетинговой категории; классификация цен в зависимости от уровня установления и разновидности цен на продукцию.
32. 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.
33. Понятие и общая характеристика каналов сбыта (распределения); особенности сбыта продукции; комплекс мероприятий, связанных с движением товара (обработка заказов, складирование, транспортировка); особенности организации продвижения продукции.
34. Особенности планирования распределения товара; организация сбыта товаров и услуг; понятие и основные направления стимулирования сбыта товара; особенности стимулирования продукции.

Примерные тестовые задания

Примерное тестовое задание по разделу 1 «Основы экономики» семестр 7

1. Экономическая наука изучает:
 - 1) экономические (производственные) отношения;**
 - 2) правовые отношения;
 - 3) дружественные связи между странами;
 - 4) исторические события.
2. Объектом исследования в экономике является поведение человека:
 - 1) естественного;
 - 2) экономического;**
 - 3) политического;
 - 4) руководствующегося этическими ценностями.
3. Экономический закон отражает:
 - 1) содержание абстрактных категорий;
 - 2) переходные состояния экономических отношений;
 - 3) обобщенное толкование экономического явления;
 - 4) устойчивые, повторяющиеся, объективные, функциональные связи и взаимозависимости в экономических явлениях.**
4. Экономическая наука пригодна для изучения:

- 1) капиталистической системы хозяйствования;
- 2) всех экономических систем;**
- 3) экономических отношений, свойственных социализму;
- 4) смешанной экономики.
5. Какой тип экономических систем, характерен для стран с развитой рыночной экономикой:
 - 1) традиционный;
 - 2) чисто рыночный;
 - 3) командно-административный;
 - 4) смешанный.**
6. Для рыночной экономики свойственно:
 - 1) ограниченное вмешательство государства;**
 - 2) абсолютное государственное регулирование;
 - 3) полное невмешательство государства в экономику;
 - 4) смешанное воздействие.
7. Для смешанной экономической системы характерно преобладание:
 - 1) общественной собственности;
 - 2) смешанной формы собственности;
 - 3) частной собственности;
 - 4) многообразие форм и типов собственности.**
8. Общенаучным методом исследования экономической науки является:
 - 1) научная абстракция;**
 - 2) математические модели;
 - 3) статистические данные;
 - 4) нормативный анализ.
9. Методологический принцип, основанный на использовании предельных величин для исследования экономических категорий и законов называется:
 - 1) институционализм;
 - 2) маржинализм;**
 - 3) физиократизм;
 - 4) классическая политэкономия.
10. Фундаментальная проблема, с которой сталкиваются все экономические системы:
 - 1) распределение;
 - 2) производство;
 - 3) ограниченность ресурсов;**
 - 4) потребление.
11. Предметом исследования меркантилистов явилась сфера:
 - 1) распределения;
 - 2) обращения;**
 - 3) производства;
 - 4) потребления.
12. основополагающими принципами функционирования плановой экономики являются:
 - 1) разделение труда и специализация производства;
 - 2) составление и изменение макроэкономических пропорций;
 - 3) высокий уровень обобществления производства и наличие единого экономического центра;**
 - 4) свобода предпринимательства.
13. Общность экономических законов и законов природы состоит в том, что они:
 - 1) создаются людьми и используются в практической деятельности;
 - 2) устанавливаются государством;
 - 3) действуют независимо от воли и сознания людей;**
 - 4) применяются в экономической деятельности;

14. В смешанной экономике государство при проведении своей экономической политики должно:
- 1) ограничивать прибыль частному капиталу;
 - 2) поддерживать конкуренцию с частным бизнесом;
 - 3) брать на себя лишь то, что не способен осуществить частный бизнес;**
 - 4) управлять предприятиями частного бизнеса из единого центра.
15. Принцип, когда из явления А вытекает явление В, которое является следствием явления С называется:
- 1) принцип «при прочих равных условиях»;
 - 2) принцип единства исторического и логического;
 - 3) принцип рациональности;
 - 4) принцип причинно-следственных связей.**
16. Одна из экономических школ источником богатства считала торговлю:
- 1) меркантилизм;**
 - 2) физиократы;
 - 3) классическая школа;
 - 4) институционализм.
17. Предметом исследования физиократов явилась сфера:
- 1) производства;**
 - 2) распределения;
 - 3) обмена;
 - 4) потребления.
18. Какая из функций экономической науки позволяет углублять наши познания в области сложных экономических явлений и процессов:
- 1) методологическая;
 - 2) практическая;
 - 3) прогностическая;
 - 4) познавательная.**
19. В чем видели основное богатство народов представители классической политэкономической школы:
- 1) производство материальных благ;**
 - 2) накопление денег;
 - 3) продажа природных ресурсов;
 - 4) владение информацией.
20. В основе шведской модели лежат рыночные отношения, базирующиеся на:
- 1) конкурентных началах с активным использованием государственного регулирования;**
 - 2) государственном патернализме;
 - 3) свободе предпринимательства;
 - 4) относительно низком уровне перераспределения ВВП через государственный бюджет.
21. Непосредственно к процессу приватизации относится:
- 1) денационализация;**
 - 2) смешанное предпринимательство;
 - 3) либерализация;
 - 4) коммерциализация.
22. Целью приватизации не является:
- 1) совершенствование структуры общественного производства;**
 - 2) улучшение благосостояния народа;
 - 3) формирование слоя частных собственников;
 - 4) повышение эффективности общественного производства.
23. Собственность как экономическая категория, выражает:
- 1) отношение хозяйственного использования собственности;

- 2) сложившиеся на деле имущественные связи, закреплённые в правовых нормах и законах;
- 3) отношения между людьми по поводу присвоения-отчуждения факторов и результатов производства;**
- 4) пользование, владение и распоряжение.
24. Накопленные человеком знания, умения и навыки относятся к собственности:
- 1) интеллектуальной;**
- 2) частной;
- 3) рабочей;
- 4) государственной.
25. Государство, коллектив, отдельные граждане являются.....собственности
- 1) владельцами;
- 2) субъектами;**
- 3) объектами;
- 4) выразителями.
26. Единичная форма собственности:
- 1) предприятие, капитал которого представлен пакетом акций;
- 2) предприятие, созданное на долевой основе;
- 3) предприятие, принадлежащее единственному собственнику и использующее наемный труд;
- 4) предприятие, на котором трудится хозяин и члены его семьи.**
27. В какой из вариантов включены фундаментальные вопросы экономики:
- 1) кто производит, как производит, что потребляется;
- 2) что производится, как производится, для кого производится;**
- 3) как производится, кем производится, как потребляется;
- 4) кто производит, что потребляется, кем потребляется.
28. Если исследуется экономика как целостная система, то это анализ:
- 1) микроэкономический;
- 2) позитивный;
- 3) нормативный;
- 4) макроэкономический.**
29. Достижение максимальных результатов при минимальных затратах это:
- 1) Рациональное ведение хозяйства;
- 2) Повышение производительности труда;
- 3) Максимальное удовлетворение потребностей;
- 4) Эффективность общественного производства.**

Вопросы для зачета 7 семестр

1. Производство и экономика. Значение процесса производства и его место в экономике страны.
2. Факторы производства.
3. Издержки производства. Ограниченность ресурсов.
4. Стадии развития производства. Структура современного производства.
5. Основные понятия и классификация материально-технических ресурсов. Виды сырья, используемые в качестве сырьевой базы отрасли, организации (предприятия).
6. Основные направления рационального использования сырьевых и топливно-энергетических ресурсов.
7. Формы обеспечения ресурсами: через товарно-сырьевые биржи; прямые связи; аукционы, конкурсы; спонсорство; собственное производство и др.
8. Плата за природные ресурсы. Важнейшие обобщающие показатели уровня использования материальных ресурсов.
9. Ресурсо- и энергосберегающие технологии.

10. Технические ресурсы отрасли, их структура и классификация.
11. Характеристика отрасли и предприятия
12. Предприятие в условиях рыночной экономики.
13. Организационно-правовые формы предприятия.
14. Земельные ресурсы предприятия. Значение и особенности использования земли в сельском хозяйстве. Состав, структура и состояние земельных ресурсов.
15. Экономическая эффективность использования земли и пути ее повышения. Оценка структуры и уровня использования земельных ресурсов.
16. Сущность и значение основных фондов, их структура.
17. Оборотные средства, их экономическая сущность и состав.
18. Расчет показателей использования основных фондов и оборотных средств.
19. Трудовые ресурсы и эффективность их использования. Понятие и состав трудовых ресурсов, особенности их использования в АПК.
20. Занятость и безработица.
21. Обеспеченность трудовыми ресурсами и эффективность их использования.
22. Оплата труда. Понятие оплаты труда, ее сущность и функции. Принципы формирования заработной платы.
23. Формы оплаты труда.

Вопросы для экзамена семестр 8

1. История, проблемы и перспективы развития маркетинга в России.
2. Использование маркетинга в практической деятельности российских предприятий.
3. Сущность, содержание и основные социально-экономические понятия маркетинга.
4. Основные виды маркетинга
5. Основные принципы маркетинга
6. Характеристика основных маркетинговых концепций.
7. Характеристика маркетинговой среды фирмы.
8. Основные направления маркетинговых исследований.
9. Информационное обеспечение маркетинговых исследований.
10. Цели, принципы и методы маркетинговых исследований.
11. Роль и классификация потребителей на рынке.
12. Теории мотивации, используемые в маркетинге.
13. Значение и классификация потребностей.
14. Анализ основных факторов, определяющих поведение потребителей.
15. Основные направления изучения потребителей.
16. Определение и оценка емкости рынка и рыночного потенциала.
17. Методы определения и прогнозирования рыночной доли предприятия.
18. Конкурентоспособность предприятия на рынке производимой продукции.
19. Понятие, значение и задачи сегментации рынка.
20. Формирование сегмента рынка.
21. Ниша рынка: понятие, виды и методика поиска.
22. Стратегия маркетинговой деятельности на целевых рынках.
23. Позиционирование товара.
24. Сущность и объективная необходимость процесса управления организацией.
25. Этапы развития науки управления за рубежом и у нас в стране.
26. Особенности управленческого труда. Специфика управленческой деятельности в пищевой промышленности.
27. Почему объективно необходимо постоянно совершенствовать практику управления организацией?
28. Цели организации. Требования формулировке организационных целей. Миссия фирмы.
29. Цели руководства. Система руководящей деятельности, её назначение и структура.

30. Эффективность руководящей деятельности.
31. Базовые правила (принципы) совместной работы в организации. Идеология фирмы. Её практическая значимость.
32. Функции управления: Содержание и практическая значимость.
33. Методы руководства (экономические, организационно – распорядительные, социально – психологические).
34. Требования к постановке задачи к подчинённому. Методы распорядительства.
35. Сущность процесса принятия решений.
36. Этапы и методы принятия решений. Искусство принятия решений.
37. Принятие решений руководителем с помощью коллектива.
38. Контроль как функция управления. Требования к эффективному контролю. Система контроля в организации.
39. Регулирование деятельности организации. Методы регулирования.
40. Понятие стиля руководства. Положительные и негативные стили.
41. Бюрократический стиль руководства его сущность и последствия. Стратегия и тактика борьбы с бюрократизмом.
42. Демократический стиль руководства. Как его формировать.
43. Системный подход к управлению организацией. Пример его практического применения.
44. Стратегия организации. Как его формировать?
45. Социальная психология личности. Факторы, определяющие поведение личности.
46. Первичный коллектив (малая группа). Как формировать эффективные группы?
47. Мотивация. Теории мотивации.
48. Формирование сознательной дисциплины в коллективе.
49. Условия удовлетворённости работника своим трудом. Как управлять поведением личности в организации.
50. Понятие организационной культуры, её содержание способы формирования.
51. Созидательный и разделительный типы организаций, их характеристика.
52. Конфликт, профилактика и управление конфликтами. Этика служебных отношений.
53. Управление стрессами и организационными изменениями.
54. Сущность организации управления. Метод «коллективная организация управления».
55. Как разработать структуру управления в организации?
56. Типы организационных структур управления, их характеристика.
57. Особенности структур управления в сельскохозяйственных предприятиях.
58. Распределение полномочий в системе управления. Должностное регламентирование.
59. Содержание, порядок разработки и утверждения должностной инструкции.
60. Содержание, порядок разработки и утверждения положения о подразделении.
61. Организация труда управленческого персонала: задачи и содержание.
62. Техника личной работы управленца. Организация и проведение совещания.
63. Эффективное использование рабочего времени управленца. Планирование личной работы.
64. Организация рабочего места управленца.
65. Определение численности управленческого персонала. Смета административно-управленческих расходов: содержание и порядок разработки.
66. Сущность оперативного управления организацией. Создание диспетчерской службы: порядок её работы.
67. Организация и проведение оперативного совещания (планёрки).
68. Методика оценки эффективности системы управления в хозяйственной организации.
69. Как оценить экономическую эффективность управления в организации?
70. Особенности организации управления в условиях различно организационно-правовых форм хозяйствования.
71. Формирование и задачи ценовой политики предприятия.

72. Классификация цен и характеристика стратегий ценообразования
73. Разработка стратегий ценообразования. Методы ценообразования.
74. Сущность, принципы и методы маркетинговых коммуникаций.
75. Понятие рекламы, ее виды и функции на рынке товаров и услуг. Разработка рекламного обращения.
76. Обоснование выбора средств распространения рекламы, времени и частоты выхода рекламного сообщения. Оценка эффективности рекламы.
77. Позиционирование товара на рынке.
78. Характеристика жизненного цикла товара.
79. Формирование товарной политики предприятия.
80. Ассортиментная политика предприятия
81. Методы оптимизации ассортимента предприятия.
82. Инновационная политика предприятия, разработка новых товаров.
83. Упаковка и маркировка товаров. Товарно-знаковая символика.
84. Организация товародвижения на предприятии.
85. Характеристика и особенности построения каналов сбыта продукции. Организация оптовой торговли. Розничная торговля.
86. Стимулирование сбыта
87. Понятие и особенности функционирования предприятий на рынке услуг. Основные отличительные характеристики услуг от материальных товаров. Факторы, влияющие на выбор услуги потребителем. Особенности планирования маркетинга услуг.
88. Сущность, цели и особенности международного маркетинга. Принципы и методы выхода фирмы на международный рынок. Стратегии предприятий на международном рынке.
89. Управление, планирование и контроль в маркетинге.
90. Маркетинговые организационные структуры. Этапы совершенствования организационных структур маркетинга на предприятии.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Овчаренко, Надежда Александровна. Основы экономики, менеджмента и маркетинга [Электронный ресурс] : учебник / Н. А. Овчаренко. - 2-е изд. - Электрон.дан. - Москва : Дашков и К, 2021. - 162 с. -
Внешняя ссылка: <http://znanium.com/catalog/document?id=371142>
2. Порфирьев, Д. Н. Основы экономики, менеджмента и маркетинга [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов СПО / Д. Н. Порфирьев. - Электрон.дан. - Пенза : ПГАУ, 2022. - 192 с. - Внешняя ссылка: <https://e.lanbook.com/book/270962>
3. Слагода, Вадим Георгиевич. Основы экономической теории [Электронный ресурс] : учебник / В. Г. Слагода. - 3-е изд. - Электрон.дан. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2023. - 269 с. - (Среднее профессиональное образование). -
Внешняя ссылка: <https://znanium.com/catalog/document?id=418859>
4. Виханский, Олег Самуилович. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебник для спо / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Электрон.дан. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2023. - 288 с. - (Среднее профессиональное образование). -
Внешняя ссылка: <https://znanium.com/catalog/document?id=426445>
5. Вазим, А. А. Основы экономики [Электронный ресурс] : учебник для спо / А. А. Вазим. - 3-е изд., стер. - Электрон.дан. - Санкт-Петербург : Лань, 2023. - 224 с. -
Внешняя ссылка: <https://e.lanbook.com/book/302279>
6. Цветков, А. Н. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебник для спо / А. Н. Цветков. - 3-е изд., стер. - Электрон.дан. - Санкт-Петербург : Лань, 2023. - 192 с. -
Внешняя ссылка: <https://e.lanbook.com/book/316985>

7. Океанова, Зинаида Константиновна. Основы экономики [Электронный ресурс] : учебное пособие для спо / З. К. Океанова. - 5-е изд., перераб. и доп. - Электрон.дан. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2023. - 287 с. - (Среднее профессиональное образование). - Внешняя ссылка: <https://znanium.com/catalog/document?id=427482>
8. Герасимов, Борис Иванович. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Б. И. Герасимов, В. В. Жариков, М. В. Жарикова. - 2-е изд. - Электрон.дан. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. - 320 с. - (Среднее профессиональное образование). - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/catalog/document?id=398315>

б) дополнительная литература:

1. Слагода, Вадим Георгиевич. Основы экономической теории [Электронный ресурс] : учебник / В. Г. Слагода. - 3-е изд. - Электрон.дан. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2023. - 269 с. - (Среднее профессиональное образование). - Внешняя ссылка: <https://znanium.com/catalog/document?id=418859>
2. Виханский, Олег Самуилович. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебник для спо / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Электрон.дан. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2023. - 288 с. - (Среднее профессиональное образование). - Внешняя ссылка: <https://znanium.com/catalog/document?id=426445>
3. Вазим, А. А. Основы экономики [Электронный ресурс] : учебник для спо / А. А. Вазим. - 3-е изд., стер. - Электрон.дан. - Санкт-Петербург : Лань, 2023. - 224 с. - Внешняя ссылка: <https://e.lanbook.com/book/302279>
4. Цветков, А. Н. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебник для спо / А. Н. Цветков. - 3-е изд., стер. - Электрон.дан. - Санкт-Петербург : Лань, 2023. - 192 с. - Внешняя ссылка: <https://e.lanbook.com/book/316985>
5. Океанова, Зинаида Константиновна. Основы экономики [Электронный ресурс] : учебное пособие для спо / З. К. Океанова. - 5-е изд., перераб. и доп. - Электрон.дан. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2023. - 287 с. - (Среднее профессиональное образование). - Внешняя ссылка: <https://znanium.com/catalog/document?id=427482>
6. Герасимов, Борис Иванович. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Б. И. Герасимов, В. В. Жариков, М. В. Жарикова. - 2-е изд. - Электрон.дан. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. - 320 с. - (Среднее профессиональное образование). - Внешняя ссылка: <http://znanium.com/catalog/document?id=3983151>.
7. Основы экономики, менеджмента и маркетинга: Практикум. Издание испр. / Сост. Н. В. Фатеева. - Вологда – Молочное: ИЦ ВГМХА, 2022 – 29 с.
8. Рабочая тетрадь по Основам экономики, менеджмента и маркетинга/ Сост. Н. В. Фатеева. - Вологда – Молочное: ИЦ ВГМХА, 2022 – 22 с.

в) Информационное обеспечение реализации программы

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](http://window.edu.ru/) – 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://gtexam.ru/>

Профессиональные базы данных

– Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – режим доступа:
<http://elibrary.ru>

– Наукометрическая 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://mex.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

– 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/>

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендованные ФУМО, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Стандартно оборудованные лекционные аудитории Технологического колледжа для проведения интерактивных лекций: видеопроектор, экран настенный либо переносной экран, колонки. Компьютер или ноутбук. Компьютеры колледжа оснащены средствами MS Office _ :Word, Excel, PowerPoint и др. для работы с мультимедийными средствами.

9. 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:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.