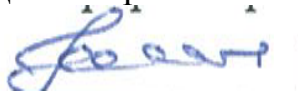


Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Алтайский государственный аграрный университет»

СОГЛАСОВАНО

Декан агрономического факультета



И.А. Косачев

«11» июня 2019г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе



С.И. Завалишин

«11» июня 2019г.

Кафедра государственного и муниципального управления

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Менеджмент и маркетинг»

Направление подготовки

35.03.04 Агрономия

Направленность (профиль)

Современные технологии производства и защиты растений

Квалификация (степень)– бакалавр

Программа подготовки – бакалавриат

Форма обучения – очная, заочная

Барнаул 2019

Рабочая программа учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг» составлена на основе требований федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ № 699 от 26.07.2017 г. по направлению подготовки 35.03.04 Агрономия.

Рассмотрена на заседании кафедры, протокол № 6 от 26 апреля 2019 г.
Зав. кафедрой,

к.э.н, доцент



Е.И. Жидких

Одобрена на заседании методической комиссии агрономического факультета, протокол № 7 от 04 июня 2019 г.

Председатель методической комиссии,

к. с.-х. н., доцент



О.М. Завалишина

Составитель:

к.э.н, доцент



Е.И. Жидких

Оглавление

1. Цель и задачи освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО.....	4
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
4. Требования к результатам освоения содержания дисциплины	4
5. Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий	5
6. Тематический план изучения дисциплины.....	6
7. Образовательные технологии	9
8. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и про- межуточной аттестации	9
9. Ресурсное обеспечение	10
9.1. Перечень изданий основной и дополнительной учебной литера- туры	10
9.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	10
9.3. Перечень информационных технологий, используемых при осу- ществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	10
9.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	10
9.5. Описание материально-технической базы	10
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	11
Приложения	

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины – дать знания теоретических основ менеджмента и маркетинга, развить практические умения и навыки, сформировать компетенции, необходимые для подготовки выпускника к организационно-управленческой профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть функции, методы и технологии менеджмента и маркетинга;
- изучить теоретические и практические аспекты маркетинга в АПК;
- сформировать умения построения систем управления;
- развить практические навыки структурирования отношений в сфере менеджмента и маркетинга.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана.

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

Перечень дисциплин к предшествующим знаниям изучаемой дисциплины: правоведение, экономика и организация предприятий АПК

Знания и навыки, полученные в процессе изучения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» будут использованы обучающимися при выполнении выпускной квалификационной работы.

4. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Таблица 1 – ИНДИКАТОРЫ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Содержание компетенций, формируемых полностью или частично данной дисциплиной	Коды компетенций в соответствии с ФГОС ВО	Индикаторы достижения компетенций		
		По завершении изучения данной дисциплины выпускник должен		
		знать	уметь	владеть

Способен организовать проведение маркетинговых исследований на сельскохозяйственных рынках	ПКР-4	теоретические аспекты менеджмента в рыночной экономике, сущность маркетинга как системы управления производственно-сбытовой деятельностью	осуществлять функции менеджмента, сегментировать рынков, осуществлять позиционирование на рынке, проводить маркетинговые исследования сельскохозяйственных рынков	навыками проведения маркетинговых исследований рынка, формирования товарной и ценовой политики, стимулирования сбыта, осуществления маркетинговых коммуникаций
--	-------	---	---	--

5. Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий

Для освоения программы предусматриваются следующие виды занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Распределение программного материала по видам занятий и последовательность его изучения определяются учебным планом (табл. 2).

Таблица 2 – Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий, реализуемой по учебным планам

Вид занятий	Очное			Заочное		
	Всего	Сем8		Всего	Сем. 5	
1. Аудиторные занятия, часов, всего	54		54	14	14	
в том числе	28		28	6	6	
1.1. Лекции						
1.2. Лабораторные работы						
1.3. Практические (семинарские) занятия	26		26	8	8	
2. Контактная работа	54		54	14	14	
3. Самостоятельная работа, часов, всего	54		54	94	94	
в том числе						
3.1. Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)						
3.2. Расчетно-графическая работа (РГР)						
3.3. Контрольная работа				20	20	
3.4. Промежуточная аттестация (сдача зачета)	12		12	4	4	
4. Промежуточная аттестация (сдача экзамена)						
Итого часов (стр. 2 + стр. 3 + 4)	108		109	108	108	
Форма промежуточной аттестации	30		30	30	30	
Общая трудоемкость, зачетных единиц	3		3		3	

*3 – зачет, Э – экзамен, 30 – зачет с оценкой

6. Тематический план изучения дисциплины

Таблица 3 – Тематический план изучения дисциплины по учебным планам

Наименование темы	Изучаемые вопросы	Объем часов				Форма теку- щего кон- троля	Код компе- тенции
		Лекции	Лаборатор-	Практиче- ские (семи- нары)	Самостоя- тельная ра- бота		
1. Организация как социально-экономическая система	Понятие менеджмента и менеджера. Практическое значение знаний по менеджменту. Объект, предмет и методы изучения проблем менеджмента. Управление и его элементы. Понятие организации. Внутренняя и внешняя среда организации.	2/0,5		2/1	4/7	УО, ИЗ/УО, ИЗ	ПКР-4
2. Менеджеры в организациях	Классификация органов управления организацией. Классификация управленческого персонала. Задачи менеджеров организации. Разновидности групп в организации. Методы управления формальными и неформальными группами. Понятие и основы власти в организации. Формы власти в организации. Стили управления.	4/1		4/1	4/9	УО, ИЗ/УО, ИЗ	ПКР-4
3. Функции менеджмента	Сущность планирования. Понятие организационной структуры. Построение подразделений. Уровни управления. Типы связей в организации. Распределение полномочий. Понятие и сущность мотивационного процесса. Понятие, виды и процесс контроля.).	4/1		4/1	6/9	УО, ГЗ/УО, ИЗ	ПКР-4
4. Интеграционные процессы в менеджменте	Понятие интеграционных процессов в менеджменте. Понятие и значение коммуникаций в управлении. Классификация коммуникаций в организации. Методы совершенствования коммуникаций в организации. Понятие управленческого решения. Классификация управленческих решений. Требования к управленческому решению. Эффективность управленческих решений.	4/1		4/1	10/9	УО, ДИ, Т/УО, ИЗ	ПКР-4
5. Сущность и современная концепция маркетинга	История возникновения и эволюция концепции маркетинга. Функции, принципы и категории маркетинга. Маркетинг как система управления производственно-сбытовой деятельностью.	2/0,5		2/1	4/9	УО/УО	ПКР-4

6. Основы маркетинговых исследований	Сущность и основные категории маркетинговых исследований. Алгоритм, организация и методы маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система. Исследование рынка услуг.	4/1		4/1	5/9	УО/УО	ПКР-4
7. Сегментирование рынка. Товар.	Сущность и способы сегментирования рынка. Конъюнктура товарного рынка. Позиционирование на рынке. Товар в системе маркетинга. Жизненный цикл товара (услуги).	4/0,5		3/1	5/9	УО/УО	
8. Служба маркетинга на предприятии	Управление производственно-сбытовой деятельностью организаций АПК. Комплекс маркетинга. Товарная политика. Политика цен. Продвижение услуг. Стимулирование сбыта. Маркетинговый контроль. Маркетинговая коммуникация. Реклама.	4/0,5		3/1	4/9	УО/УО	ПКР-4
	Выполнение контрольной работы (для заочной формы обучения)	-			-/20	х	
	Подготовка к зачету	-			12/4		
	Всего	28/6		26/8	54/94	х	

* - в числителе очное, знаменателе – заочное

Формы текущего контроля: устный опрос (УО), индивидуальное задание (ИЗ), групповое задание (ГЗ), тест (Т), деловая игра

Таблица 4 – Темы лабораторных работ

№	Наименование темы	Количество часов
	Не предусмотрены учебным планом	

* - в числителе очное, знаменателе – заочное

Таблица 5 – Темы практических (семинарских) работ

№	Наименование темы	Количество часов
1	Организация как социально-экономическая система	2/1
2	Менеджеры в организациях	4/1
3	Функции менеджмента	4/1
4	Интеграционные процессы в менеджменте	4/1
5.	Сущность и современная концепция маркетинга	2/1
6.	Основы маркетинговых исследований	4/1
7.	Сегментирование рынка. Товар.	3/1
8.	Служба маркетинга на предприятии	3/1
	Итого	26/8

* - в числителе очное, знаменателе – заочное

Таблица 6 – Вид, контроль выполнения и методическое обеспечение СРС

Вид СРС	Количество часов	Контроль выполнения	Методическое обеспечение
Устный опрос	20/40	Устный опрос	Основная и дополнительная литература (приложение 2)
Тестирование по темам	8/10	Проверка теста	Основная и дополнительная литература (приложение 2)
Деловая игра	8/10	Проведение деловой игры	Основная и дополнительная литература (приложение 2)
Групповое задание	6/10	Выполнение группового задания	Основная и дополнительная литература (приложение 2)
Выполнение к контрольной работе	-/20	Проверка контрольной работы	Основная и дополнительная литература (приложение 2)
Подготовка к зачету	12/4	Зачет	Основная и дополнительная литература (приложение 2)
Итого	54/94	X	X

Обучение студентов с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Положением об организации обучения студентов с ограниченными возможностями здоровья в ФГБОУ ВО Алтайский ГАУ».

7. Образовательные технологии

Таблица 7 –Интерактивные формы проведения занятий, используемые на аудиторных занятиях

Семестр	Вид занятия	Интерактивные формы проведения занятий	Количество часов*
семестр 10/5	Лекция		4/2
	ПР	Анализ деловых ситуаций. Анализ ситуаций позволяет развивать навыки принятия решений	-/-
	Итого за семестр		4/2

* - в числителе очное, знаменателе – заочное

8. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Фонд оценочных средств по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» приведен в отдельном документе.

9. Ресурсное обеспечение

9.1. Перечень изданий основной и дополнительной учебной литературы

Список имеющихся в библиотеке университета изданий основной и дополнительной учебной литературы по дисциплине приведен в приложении 2.

9.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

1. Беляев, В. И. Маркетинг : основы теории и практики : учебник для вузов / В. И. Беляев. - М. : КНОРУС, 2005. - 672 с.
2. Сапрыкина, Е. В. Организация предпринимательской деятельности : учебно-методическое пособие / Е. В. Сапрыкина ; Алтайский ГАУ. - Барнаул : Алтайский ГАУ, 2015 - Ч. 2 : Организация и ведение предпринимательства. - 2015. - 46 с.
3. Стратегический менеджмент / Ю.Н. Назаркина, Е.И. Жидких. – Барнаул: Изд-во АГАУ, 2015

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

1. Функционирующая в вузе электронная информационно-образовательная среда, которая обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий.
2. Пакет программ OpenOffice для работы с текстовыми документами, электронными таблицами и для создания презентаций.
3. Электронные версии учебников, пособий, методических разработок, указаний и рекомендаций по всем видам учебной работы, предусмотренной рабочей программой дисциплины, находящиеся в свободном доступе через электронный каталог библиотеки Алтайского ГАУ.
4. ЭБС:ЛАНЬ– e.lanbook.com; ZNANIUM.COM– znanium.com; BOOK.RU– book.ru; РУКОНТ – lib.rucont; научная электронная библиотека – elibrary.ru

Информационные справочные системы:

1. Компания «Консультант Плюс» (нормативно-правовые акты): [сайт].- URL: <http://www.consultant.ru/online>.
2. Компания «Гарант» (нормативно-правовые акты): [сайт]. – URL: <http://garant.park.ru/>.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет

1. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю. – [http:// ak.gks.ru](http://ak.gks.ru)
2. Федеральная служба государственной статистики по Российской Федерации. - [http:// www.gks.ru](http://www.gks.ru)
3. Центр поддержки предпринимательства: Алтайский край - <http://www.altaicpp.ru/>
4. Управление Алтайского края по развитию предпринимательства и рыночной инфраструктуры - <http://www.altsmb>.
5. HR-портал - <http://www.hr-portal.ru>
6. 5. Административно-управленческий портал – [http:// aup.ru](http://aup.ru)

9.4. Описание материально-технической базы

Для проведения занятий лекционного типа, лабораторных занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации имеются учебные аудитории, а также помещения для выполнения самостоятельной работы, хранения и обслуживания учебного оборудования.

Таблица 8 – Перечень материально-технического обеспечения

№ауд.	Наименование аудиторий, кабинетов, лабораторий и пр.	Перечень оборудования
003, 316, 318 корп.6	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
101, 105, 106, 207, 209, 211, 317 корп. 6	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска), набор демонстрационного оборудования
245а гл.к., 245б гл.к.	Помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель, компьютеры с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АГАУ

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение учебной дисциплины обучающимися предусматривает два вида работ:

- работа с преподавателем;
- самостоятельная работа.

Работа с преподавателем включает в себя лекционные занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются теоретические вопросы, связанные с менеджментом. Обучающиеся составляют конспект лекций: кратко, схематично, последовательно фиксируют основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечают важные мысли, выделяют ключевые слова, термины. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на

практическом занятии.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания по рассмотренным на лекциях вопросам, развиваются навыки инновационного менеджмента на практике.

При подготовке к практическим занятиям обучающийся должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить необходимые нормативно-правовые документы;
- изучить конспекты лекций.

При самостоятельной работе с учебниками и учебными пособиями рекомендуется придерживаться определенной последовательности. Читая и конспектируя тот или иной раздел учебника, необходимо твердо усвоить основные определения, понятия и классификации. Формулировки определений и основные классификации надо знать на память. После усвоения соответствующих понятий и закономерностей следует решить задачи или проанализировать примеры их практического применения на опыте зарубежных и российских предприятий, закрепляя тем самым проработанный теоретический материал.

Цель контрольной работы - проверка развития навыков, усвоения и закрепления материала, полученных при изучении дисциплины, и выполняется студентами заочного обучения. Работа дает возможность установить степень усвоения материала и умение применять знания, полученные при изучении дисциплины. Работа способствует овладению материалом, прививает навыки в самостоятельном решении практических вопросов и в работе с литературой.

При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, материалы по проблемам менеджмента, выполненные на практических занятиях, рекомендуемую литературу и др.

Аннотация дисциплины «Менеджмент и маркетинг»

Направление подготовки 35.03.04 Агрономия

Цель дисциплины: дать знания теоретических основ менеджмента и маркетинга, развить практические умения и навыки, сформировать компетенции, необходимые для подготовки выпускника к организационно-управленческой профессиональной деятельности..

Освоение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

№ п/п	Содержание компетенций, формируемых полностью или частично данной дисциплиной
1	ПКР -4 - Способен организовать проведение маркетинговых исследований на сельскохозяйственных рынках

Трудоемкость дисциплины, реализуемой по учебному плану

Вид занятий	Очное			Заочное		
	Всего	Сем8		Всего	Сем. 5	
1. Аудиторные занятия, часов, всего	54		54	14	14	
в том числе	28		28	6	6	
1.1. Лекции						
1.2. Лабораторные работы						
1.3. Практические (семинарские) занятия	26		26	8	8	
2. Контактная работа	54		54	14	14	
3. Самостоятельная работа, часов, всего	54		54	94	94	
в том числе						
3.1. Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)						
3.2. Расчетно-графическая работа (РГР)						
3.3. Контрольная работа				20	20	
3.4. Промежуточная аттестация (сдача зачета)	12		12	4	4	
4. Промежуточная аттестация (сдача экзамена)						
Итого часов (стр. 2 + стр. 3 + 4)	108		109	108	108	
Форма промежуточной аттестации	ЗО		ЗО	ЗО	ЗО	
Общая трудоемкость, зачетных единиц	3		3		3	

*З – зачет, Э – экзамен, ЗО – зачет с оценкой

Формы промежуточной аттестации: зачет с оценкой

Перечень изучаемых тем:

1. Организация как социально-экономическая система
2. Менеджеры в организациях
3. Функции менеджмента
4. Интеграционные процессы в менеджменте
5. Сущность и современная концепция маркетинга
6. Основы маркетинговых исследований
7. Сегментирование рынка. Товар.
8. Служба маркетинга на предприятии

Приложение 2 к программе дисциплины
«Менеджмент и маркетинг»

Список имеющихся в библиотеке университета изданий основной учебной литературы по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»

№ п/п	Библиографическое описание издания	Примечание
1	Беляев, В. И. Маркетинг : основы теории и практики : учебник для вузов / В. И. Беляев. - М. : КНОРУС, 2005. - 672 с.	145
2	Блинов, А.О. Теория менеджмента : учебник / А.О. Блинов, Н.В. Угрюмова. — Москва : Дашков и К, 2016. — 304 с. — ISBN 978-5-394-02404-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: https://e.lanbook.com/book/93288	ЭБС «Лань»
3	Маслова, Е.Л. Теория менеджмента: Практикум для бакалавров : учебное пособие / Е.Л. Маслова. — Москва : Дашков и К, 2017. — 160 с. — ISBN 978-5-394-02217-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: https://e.lanbook.com/book/93441	ЭБС «Лань»
4	Юкаева, В. С. Менеджмент [Электронный ресурс] : краткий курс : учебное пособие / В. С. Юкаева. - 4-е изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл). - М. : Дашков и К, 2014. - 104 с. - Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/56251	ЭБС «Лань»

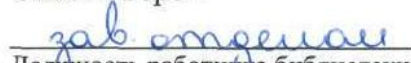
Список имеющихся в библиотеке университета изданий дополнительной учебной литературы по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»

№ п/п	Библиографическое описание издания	Примечание
1	Беляев, В. И. Маркетинговые исследования: сбор данных и производство знаний: учебник для вузов / В. И. Беляев. - Барнаул : Азбука, 2010. - 802 с.	30
2	Креативный менеджмент : учебник / А.А. Степанов, М.В. Савина, Н.Л. Красюкова [и др.] ; под редакцией А.А. Степанова и М.В. Савиной. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2018. — 252 с. — ISBN 978-5-394-02983-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: https://e.lanbook.com/book/103772	ЭБС «Лань»
3	Кузнецов, И.Н. Эффективный руководитель : учебное пособие / И.Н. Кузнецов. — 5-е изд., пересм. — Москва : Дашков и К, 2018. — 596 с. — ISBN 978-5-394-02912-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: https://e.lanbook.com/book/110747	ЭБС «Лань»
4	Назаркина, Ю. Н. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Ю. Н. Назаркина, Е. И. Жидких ; Алтайский ГАУ. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 601 КБ). - Барнаул : Алтайский ГАУ, 2015. - 58 с.	Сайт Алтайского ГАУ ЭК биб-ки
5	Сапрыкина, Е. В. Организация предпринимательской деятельности : учебно-методическое пособие / Е. В. Сапрыкина ; Алтайский ГАУ. - Барнаул : Алтайский ГАУ, 2015 - Ч. 2 : Организация и ведение предпринимательства. - 2015. - 46 с.	30
6	Сапрыкина, Е. В. Организация предпринимательской деятельности [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / Е. В. Сапрыкина; Алтайский ГАУ. - Электрон. текстовые дан. (563 КБ). Ч. 2: Организация и ведение предпринимательства. - 2015. - 45 с. — 1 эл. жестк. диск	Сайт Алтайского ГАУ ЭК биб-ки

Составитель:

К.Э.Н., доцент

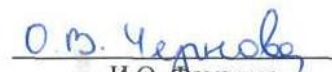
Список верен


Должность работника библиотеки



Е.И. Жидких


Подпись


И.О. Фамилия