

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шитикова Александра Васильевна
Должность: И.о. директора института агробиотехнологии
Дата подписания: 14.11.2025 15:27:54
Уникальный программный ключ:
fcd01ecb1fdf76898cc51f245ad12c3f716ce658

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**



**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –
МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)**

**Институт Экономики и управления АПК
Кафедра управления**

УТВЕРЖДАЮ:

**И. о. директора Института агробиотехнологии,
Шитикова А.В., д. с-х. н., профессор**

«25» 09. 2025г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.46 Менеджмент и маркетинг

для подготовки бакалавров

ФГОС ВО

Направление: 35.03.04 Агрономия

Направленности: Агробизнес, Селекция и генетика сельскохозяйственных культур, Защита растений и фитосанитарный контроль

Курс 4

Семестр 8

Форма обучения: очная

Год начала подготовки: 2025

Москва, 2025

Разработчик: Ибрагимов А. Г., д.э.н., профессор

« 25 » 08 2025г.

Рецензент: Ибиев Г.З., к.э.н., доцент

« 26 » 08 2025г.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО, по направлению подготовки 35.03.04 Агрономия и учебного плана

Программа обсуждена на заседании кафедры управления
протокол № 01 от « 26 » 08. 2025г.

Зав. кафедрой Кошелев В. М., д.э.н., профессор

« 26 » 08 2025г.

Согласовано:

Председатель учебно-методической комиссии Института агробиотехнологии,
Шитикова А.В., д. с.-х. н., профессор

« 25 » 08 2025г.

Заведующий выпускающей кафедрой

Шитикова А.В. д.с.-х.н., профессор

Заведующий выпускающей кафедрой генетики, селекции и семеноводства,
Вертикова Елена Александровна, д. с.-х. н., профессор

Заведующий выпускающей кафедрой защиты растений,
Джалилов Февзи Сеид-Умерович, д. б. н., профессор

« 26 » 08 2025г.

Заведующий отделом комплектования ЦНБ

Алиев Сидрובה А.А.

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ.....	4
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ.....	4
3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	5
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ	7
ПО СЕМЕСТРАМ.....	7
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.3 ЛЕКЦИИ/ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	10
5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	15
6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	16
6.1. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	16
6.2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ.....	19
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	19
7.1 ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА	19
7.2 ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА	20
20	
7.4 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ, РЕКОМЕНДАЦИИ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЗАНЯТИЯМ	20
8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	22
9. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ)	22
10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	22
11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	22
Виды и формы отработки пропущенных занятий.....	22
12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	23

АННОТАЦИЯ

Рабочей программы дисциплины Б1.О.46 Менеджмент и маркетинг для бакалавров очной формы обучения по направлению 35.03.04 Агрономия, направленности: Агробизнес, Селекция и генетика сельскохозяйственных культур, Защита растений и фитосанитарный контроль

Целями освоения дисциплины: Ознакомление студентов со сложными процессами формирования и развития современного менеджмента и маркетинга. Получение базовых знаний экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности. Изучение дисциплины позволяет развивать у студентов творческое мышление, умение принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности, навыки определения видов и типов профессиональных задач, структурирования задач различных групп; технологией решения задач в различных областях.

Место дисциплины в учебном плане: Дисциплина включена в обязательный раздел базовую часть учебного плана по направлению подготовки 35.03.04 Агрономия.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции (индикаторы): ОПК-2.1, ОПК-3.1, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-7.1.

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» состоит из 2 частей: 1. Менеджмент. 2. Маркетинг. В свою очередь, менеджмент состоит из разделов: Введение. Теоретические основы менеджмента, Организационно-экономические основы менеджмента, Методологические основы менеджмента, Процесс управления предприятиями и организации, а маркетинг состоит из разделов: Социально-экономические основы маркетинга, Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации, Маркетинговая среда, Анализ рынков, Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов и позиционирование товара, Товары, товарные марки, упаковка и маркировка товара, Ценовая политика. Политика распределения товара, Политика продвижения товара.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

Промежуточный контроль по дисциплине: зачет.

1. Цель освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» являются ознакомление студентов со сложными процессами формирования и развития современного менеджмента и маркетинга. Получение базовых знаний экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности. Изучение дисциплины позволяет развивать у студентов творческое мышление, умение принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности, навыки определения видов и типов профессиональных задач, структурирования задач различных групп; технологией решения задач в различных областях.

2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина Менеджмент и маркетинг включена в перечень дисциплин учебного плана в базовой части обязательных дисциплин. Дисциплина Менеджмент и маркетинг реализуется в соответствии с требованиями ФГОС ВО, профессионального стандарта и учебного плана 2025 года начала подготовки по направлению 35.03.04 Агрономия.

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Менеджмент и маркетинг» являются: Введение в профессиональную деятельность, Философия, Введение в информационные технологии, Экономическая теория. Основы экономики и организации предприятий

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» является основополагающей для изучения дисциплины Органическое растениеводство, Овощеводство, Технология хранения и переработки сельскохозяйственной продукции.

Рабочая программа дисциплины Менеджмент и маркетинг для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций, представленных в таблице 1.

Таблица 1

Требования к результатам освоения учебной дисциплины

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Индикаторы компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1	ОПК-2	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ОПК-2.1 Владеет методами поиска и анализа нормативных правовых документов, регламентирующих различные аспекты профессиональной деятельности в области сельского хозяйства	нормативно-правовые документы, регламентирующие вопросы охраны труда в сельском хозяйстве	использовать нормативно-правовых документов, регламентирующих вопросы охраны труда в сельском хозяйстве	методами поиска и анализа нормативных правовых документов, регламентирующих различные аспекты профессиональной деятельности в области сельского хозяйства
2	ОПК-3	Способен создавать и поддерживать безопасные условия выполнения производственных процессов	ОПК-3.1 Владеет методами поиска и анализа нормативных правовых документов, регламентирующих вопросы охраны труда в сельском хозяйстве	нормативно-правовые документы, регламентирующие вопросы охраны труда в сельском хозяйстве	использовать нормативно-правовых документов, регламентирующих вопросы охраны труда в сельском хозяйстве	методами поиска и анализа нормативных правовых документов, регламентирующих вопросы охраны труда в сельском хозяйстве
3	ОПК-6	Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности	ОПК-6.1 Демонстрирует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства	базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства	Применять базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства	базовым знаниям экономики в сфере сельскохозяйственного производства
			ОПК-6.2 Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур	Методы определения экономической эффективности применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур	Определять экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур	Навыками определять экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур
4	ОПК-7	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-7.1 Обладает базовыми знаниями о современных информационных технологиях и принципах их работы для решения задач профессиональной деятельности	современные информационные технологии и принципы их работы для решения задач профессиональной деятельности	современные информационные технологии и принципы их работы для решения задач профессиональной деятельности	базовыми знаниями о современных информационных технологиях и принципах их работы для решения задач профессиональной деятельности

4. Структура и содержание дисциплины

4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы (108 часов), их распределение по видам работ на восьмой семестр представлено в таблице 2.

Таблица 2

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам		
Вид учебной работы	Трудоёмкость	
	час. всего	В т. ч. по семестрам № 5
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	108	108
1. Контактная работа:	42,25	42,25
Аудиторная работа	42,25	42,25
<i>в том числе:</i>		
<i>лекции (Л)</i>	14	14
<i>практические занятия (ПЗ)</i>	28	28
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,25	0,25
2. Самостоятельная работа (СРС)	65,75	65,75
реферат (подготовка)	10	10
<i>самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)</i>	46,75	46,75
Подготовка к зачету (контроль)	9	9
Вид промежуточного контроля:	Зачет	

4.2 Содержание дисциплины

Таблица 3

Тематический план учебной дисциплины					
Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторна я работа		ПК Р	Внеаудито рная работа СР
		Л	ПЗ		
Часть 1. Менеджмент					
Раздел 1. Введение. Теоретические основы менеджмента	14,75	2	6		6,75
Тема 1.1 Введение в курс менеджмента. Теоретические основы менеджмента.	4	2			2
Тема 1.2 Развитие теории и практики менеджмента.	10,75		6		4,75
Раздел 2. Организационно-экономические основы менеджмента	12	2	4		6
Тема 2.1 Законы, принципы и функции менеджмента	5	2			3
Тема 2.2 Организационные структуры менеджмента	7		4		3
Раздел 3 Методологические основы	5	2			3

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа		ПК Р	Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ		
Часть 1. Менеджмент					
менеджмента					
Тема 3.1 Методы менеджмента.	5	2			3
Раздел 4. Процесс управления предприятий и организации	23	2	4		17
Тема 4.1 Элементы организации и процесс управления	2				2
Тема 4.2 Управленческая решения	4	2			2
Тема 4.3 Стиль руководства	4		2		2
Тема 4.4 Личность, власть и авторитет менеджера					2
Тема 4.5 Управления конфликтами и стрессами	3				3
Тема 4.6 Управления корпоративной культурой и имиджем предприятия и организации	3				3
Тема 4.7 Эффективность менеджмента	5		2		3
Часть 2. Маркетинг					
Раздел 1. Социально-экономические основы маркетинга	5	2			3
Тема 1.1. Социально-экономические основы маркетинга		2			3
Раздел 2. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации	5	2			3
Тема 1.1. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации	5	2			3
Раздел 3. Маркетинговая среда	5		2		3
Тема 3.1. Маркетинговая среда	5		2		3
Раздел 4. Анализ рынков	5		2		3
Тема 4.1. Анализ рынков	5		2		3
Раздел 5. Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов и позиционирование товара.	5	2			3
Тема 5.1. Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов и позиционирование товара.	5	2			3
Раздел 6. Товары, товарные марки, упаковка и маркировка товара	5		2		3
Тема 6.1. Товары, товарные марки, упаковка и маркировка товара	5		2		3
Раздел 7. Ценовая политика. Политика распределения товара	7		4		3
Тема 7.1. Ценовая политика. Политика распределения товара	7		4		3
Раздел 8. Политика продвижения товара			4		3
Тема 8.1. Политика продвижения товара	7		4		3
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	0,25			0,25	
Подготовка к зачёту (контроль)	9				9

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа		ПК Р	Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ		
Часть 1. Менеджмент					
Всего за 5 семестр	108	14	28	0,25	65,75
Итого по дисциплине	108	14	28	0,25	65,75

Часть 1. Менеджмент.

Раздел 1 Теоретические основы менеджмента.

Тема 1.1 Введение в курс менеджмента. Теоретические основы менеджмента.

Сущность менеджмента. Содержание понятия менеджмента Цели и задачи менеджмента. Характерные черты и стадии менеджмента. Менеджер и его функции. Содержание понятий «предпринимательства», «бизнес», предпринимательская структура».

Тема 1.2 Развитие теории и практики менеджмента. Основные этапы развития менеджмента. Основные школы управления. Развитие менеджмента в России.

Раздел 2. Организационно-экономические основы менеджмента

Тема 2.1 Законы, принципы и функции менеджмента

Законы и закономерности менеджмента. Принципы менеджмента. Функции менеджмента и их применения

Тема 2.2 Организационные структуры менеджмента

Организационная структура управления. Требования, предъявляемые к организационной структуре управления. Факторы, влияющие на формирование организационной структуре управления. Методы разработки организационной структуре управления. Виды организационной структуре управления.

Раздел 3 Методологические основы менеджмента

Тема 3.1 Методы менеджмента.

Сущность методов менеджмента и их характеристика. Экономические методы менеджмента. Административно-правовые методы менеджмента. Социально-психологические методы менеджмента.

Раздел 4. Процесс управления предприятий и организаций

Тема 4.1 Элементы организации и процесс управления

Понятие организации. Формальная и неформальная организация. Горизонтальное и вертикальное разделение труда. Сущность управленческой деятельности. Уровни управления. Субъекты и объекты управления.

Тема 4.2 Управленческие решения

Содержание и виды управленческих решений. Процесс принятия решений. Методы принятия решений. Индивидуальные стили принятия решений. Условия эффективности управленческих решений. Организация и контроль выполнения решений.

Тема 4.3 Стили руководства

Понятие и характеристика стилей руководства. Управленческая решетка ГРИД. Элементы управления (поведенческие элементы). Характеристика поведенческих действий менеджера. Дополнительные стили управления.

Тема 4.4 Личность, власть и авторитет менеджера

Требования к менеджеру. Власть и личное влияние. Авторитет менеджера, псевдоавторитет.

Тема 4.5 Управление конфликтами и стрессами

Природа конфликта. Типы конфликтов. Причины конфликтов. Методы разрешения конфликтов. Природа и причины стресса.

Тема 4.6 Управление корпоративной культурой и имиджем предприятия и организации

Понятие, типы и характеристики корпоративной культуры. Управление корпоративной культурой. Создание и управление имиджем предприятия и организаций.

Тема 4.7 Эффективность менеджмента

Понятие эффективности менеджмента. Экономические показатели эффективности управления. Социальная эффективность менеджмента. Признаки эффективного управления. Пути повышения эффективности менеджмента в организации.

Часть 2 Маркетинг.

Раздел 1. Социально-экономические основы маркетинга

Основные понятия и сущность маркетинга. Концепции маркетинга. Цели маркетинговой деятельности. Функции маркетинга и принципы его организации. Распространение маркетинга.

Раздел 2. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации.

Информационные подсистемы. Подсистема маркетинговой информации. Процессы маркетинговых исследований.

Раздел 3. Маркетинговая среда.

Маркетинговая микросреда. Маркетинговая макросреда.

Раздел 4. Анализ рынков.

Потребительские рынки. Рынки предприятий.

Раздел 5. Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов и позиционирование товара.

Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка и позиционирование на них товара

Раздел 6. Товары, товарные марки, упаковка и маркировка товара.

Классификация товаров. Товарные ассортимент. Товарные марки. Упаковка и маркировка товара.

Раздел 7. Ценовая политика. Политика распределения товара.

Цена и тип рынка. Исходная цена продукта. Уточнения исходной цены продукта. Каналы распределения. Интенсивность распределения. Протягивающее и проталкивающее распределение. Вертикальные маркетинговые системы. Физическое распределение. Розничная торговля.

Раздел 8. Политика продвижения товара.

Процесс создание эффективно коммуникации. Бюджет комплексного стимулирования. Характеристики элементов комплекса стимулирования

4.3 Лекции/практические занятия

Таблица 4

Содержание лекций/практических занятий и контрольные мероприятия

№ п/п	№ раздела	№ и название лекций/практических занятий	Формируемые компетенции (индикаторы)	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	Часть 1. Менеджмент				22
1.	Раздел 1. Теоретические основы менеджмента.				8
	Тема 1.1 Введение в курс менеджмента. Теоретические основы менеджмента.	Лекция №1. Введение в курс менеджмента. Теоретические основы менеджмента.	ОПК-2.1		2
		Практическое занятие №1-3. Развитие теории и практики менеджмента.	ОПК-2.1	Коллоквиум, обсуждения рефератов	6
2	Раздел 2. Организационно-экономические основы менеджмента				6

№ п/п	№ раздела	№ и название лекций/ практических занятий	Формируемые компетенции (индикаторы)	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	Тема 2.1 Законы, принципы и функции менеджмента	Лекция №2. Законы, принципы и функции менеджмента	ОПК-2.1		2
		Практическое занятие №4-5. Построение организационной структуре управления. Оценка рациональности организационных структур управления.	ОПК-3.1	Коллоквиум, обсуждения рефератов	4
3	Раздел 3. Методологические основы менеджмента				2
	Тема 3.1 Методы менеджмента	Лекция №3. Методы менеджмента	ОПК-3.1,		2
4	Раздел 4. Процесс управления предприятий и организации				6
	Тема 4.2. Управленческая решения	Лекция №4. Управленческая решения	ОПК-3.1,		2
	Тема 4.3. Стил ь руководства	Практическое занятие №6 Стил ь руководства	ОПК-6.1	Коллоквиум, обсуждения рефератов	2
	Тема 4.7. Эффективность менеджмента	Практическое занятие №7. Эффективность менеджмента	ОПК-6.1	Коллоквиум, обсуждения рефератов	2
	Часть 2. Маркетинг				20
5	Раздел 1. Социально-экономические основы маркетинга				2
	Тема 1.1. Социально-экономические основы маркетинга	Лекция 5. Социально-экономические основы маркетинга	ОПК-6.1	Коллоквиум, обсуждения рефератов	2
6	Раздел 2. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации				2
	Тема 2.1. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации	Лекция 6. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации	ОПК-6.2	Коллоквиум, обсуждения рефератов	2
7	Раздел 3. Маркетинговая среда				2
	Тема 3.1. Маркетинговая среда	Практическое занятие 8. Маркетинговая среда	ОПК-6.2	Коллоквиум, обсуждения рефератов	2
8	Раздел 4. Анализ рынков				2
	Тема 4.1. Анализ	Практическое занятие 9.	ОПК-6.2	Коллоквиум,	2

№ п/п	№ раздела	№ и название лекций/практических занятий	Формируемые компетенции (индикаторы)	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	рынков	Анализ рынков		обсуждения рефератов	
9	Раздел 5. Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов и позиционирование товара.				2
	Тема 5.1. Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов и позиционирование товара.	Лекция 7. Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов и позиционирование товара.	ОПК-7.1	Коллоквиум, обсуждения рефератов	2
10	Раздел 6. Товары, товарные марки, упаковка и маркировка товара				2
	Тема 6.1. Товары, товарные марки, упаковка и маркировка товара	Практическое занятие 10. Товары, товарные марки, упаковка и маркировка товара	ОПК-7.1	Коллоквиум, обсуждения рефератов	2
11	Раздел 7. Ценовая политика. Политика распределения товара				4
	Тема 7.1. Ценовая политика. Политика распределения товара	Практическое занятие 11-12. Ценовая политика. Политика распределения товара	ОПК-7.1	Коллоквиум, обсуждения рефератов	4
12	Раздел 8. Политика продвижения товара				4
	Тема 8.1. Политика продвижения товара	Практическое занятие 13-14. Политика продвижения товара	ОПК-7.1	Коллоквиум, обсуждения рефератов	4

Таблица 5

Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины

№ п/п	№ раздела и темы	Формируемые компетенции (индикаторы)	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
Часть 1. Менеджмент			
Раздел 1. Теоретические основы менеджмента.			
1.	Тема 1.1. Введение в курс менеджмента.	ОПК-2.1	Понятия менеджмента. Цели и задачи менеджмента. Менеджер и его функции. Содержание понятий «предпринимательства»,

№ п/п	№ раздела и темы	Формируемые компетенции (индикаторы)	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
	Теоретические основы менеджмента.		«бизнес», предпринимательская структура».
2.	Тема 1.2. Развитие теории и практики менеджмента.	ОПК-2.1	Основные этапы развития менеджмента. Основные школы управления. Развитие менеджмента в России.
Раздел 2. Организационно-экономические основы менеджмента.			
3	Тема 2.1. Законы, принципы и функции менеджмента	ОПК-2.1	Законы и закономерности менеджмента. Принципы менеджмента. Общие функции менеджмента и их применения.
4	Тема 2.2. Организационные структуры менеджмента	ОПК-3.1	Организационная структура управления. Требования, предъявляемые к организационной структуре управления. Факторы, влияющие на формирование организационной структуре управления. Методы разработки организационной структуре управления. Виды организационной структуре управления.
Раздел 3. Методологические основы менеджмента.			
5	Тема 3.1. Методы менеджмента	ОПК-6.1	Сущность методов менеджмента и их характеристика. Экономические методы менеджмента. Административно-правовые методы менеджмента. Социально-психологические методы менеджмента.
Раздел 4. Процесс управления предприятий и организаций			
6	Тема 4.1. Элемент организации и процесс управления	ОПК-6.1	Элемент организации и процесс управления. Понятие организации. Формальная и неформальная организация. Горизонтальное и вертикальное разделение труда. Сущность управленческой деятельности. Уровни управления. Субъекты и объекты управления.
7	Тема 4.2. Управленческие решения	ОПК-6.1	Содержание и виды управленческих решений. Процесс принятия решений. Методы принятия решений. Индивидуальные стили принятия решений. Условия эффективности управленческих решений. Организация и контроль выполнения решений.
8	Тема 4.3. Стили руководства	ОПК-6.1	Понятие и характеристика стилей руководства. Управленческая решетка ГРИД. Элементы управления (поведенческие элементы). Характеристика поведенческих действий менеджера. Дополнительные стили управления.
9	Тема 4.4. Личность, власть и авторитет	ОПК-6.1	Личность, власть и авторитет менеджера. Требования к менеджеру. Власть и личное влияние. Авторитет менеджера, псевдоавторитет.

№ п/п	№ раздела и темы	Формируемые компетенции (индикаторы)	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
	менеджера		
10	Тема 4.5. Управления конфликтами и стрессами	ОПК-6.1	Управления конфликтами и стрессами. Природа конфликта. Типы конфликтов. Причины конфликтов. Методы разрешения конфликтов. Природа и причины стресса.
11	Тема 4.6. Управления корпоративной культурой и имиджем предприятия и организации	ОПК-6.1	Понятие, типы и характеристики корпоративной культуры. Управление корпоративной культурой. Создание и управление имиджем предприятия и организаций.
12	Тема 4.7. Эффективность менеджмента	ОПК-6.1	Понятие эффективности менеджмента. Экономические показатели эффективности управления. Социальная эффективность менеджмента. Признаки эффективного управления. Пути повышения эффективности менеджмента в организации.
	Часть 2. Маркетинг		
	Раздел 1. Социально-экономические основы маркетинга		
13	Тема 1.1. Социально-экономические основы маркетинга	ОПК-6.1	Основные понятия и сущность маркетинга. Концепции маркетинга. Цели маркетинговой деятельности. Функции маркетинга и принципы его организации. Распространение маркетинга.
	Раздел 2. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации.		
14	Тема 2.1. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации.	ОПК-6.2	Информационные подсистемы. Подсистема маркетинговой информации. Процессы маркетинговых исследований.
	Раздел 3. Маркетинговая среда.		
15	Тема 3.1. Маркетинговая среда.	ОПК-6.2	Маркетинговая микросреда. Маркетинговая макросреда.
	Раздел 4. Анализ рынков.		
16	Тема 4.1. Анализ рынков.	ОПК-6.2	Потребительские рынки. Рынки предприятий.
	Раздел 5. Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов и позиционирование товара.		
17	Тема 5.1. Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов	ОПК-6.2	Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка и позиционирование на них товара

№ п/п	№ раздела и темы	Формируемые компетенции (индикаторы)	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
	и позиционирование товара.		
Раздел 6. Товары, товарные марки, упаковка и маркировка товара.			
18	Тема 6.1. Товары, товарные марки, упаковка и маркировка товара.	ОПК-6.2	Классификация товаров. Товарные ассортимент. Товарные марки. Упаковка и маркировка товара.
Раздел 7. Ценовая политика. Политика распределения товара.			
19	Тема 7.1. Ценовая политика. Политика распределения товара.	ОПК-6.2	Цена и тип рынка. Исходная цена продукта. Уточнения исходной цены продукта. Каналы распределения. Интенсивность распределения. Протягивающее и проталкивающее распределение. Вертикальные маркетинговые системы. Физическое распределение. Розничная торговля.
Раздел 8. Политика продвижения товара.			
20	Тема 8.1. Политика продвижения товара.	ОПК-7.1	Процесс создание эффективно коммуникации. Бюджет комплексного стимулирования. Характеристики элементов комплекса стимулирования

5. Образовательные технологии

Таблица 6

Применение активных и интерактивных образовательных технологий

№ п/п	Тема и форма занятия		Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий
1	Развитие теории и практики менеджмента.	ПЗ	Активное обучение, разбор конкретных ситуаций
2	Построение организационной структуре управления. Оценка рациональности организационных структур управления.	ПЗ	Активное обучение, разбор конкретных ситуаций
3	Методы менеджмента	ЛК	Активное обучение, разбор конкретных ситуаций
4	Стиль руководства	ПЗ	Активное обучение, разбор конкретных ситуаций
5	Управления корпоративной культурой и имиджем предприятия и организации	ПЗ	Активное обучение, разбор конкретных ситуаций
6	Управленческие решения	ПЗ	Активное обучение, разбор конкретных ситуаций

№ п/п	Тема и форма занятия		Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий
7	Стиль руководства	ПЗ	Активное обучение, разбор конкретных ситуаций
8	Эффективность менеджмента	ПЗ	Активное обучение, разбор конкретных ситуаций
9	Маркетинговая среда	ПЗ	Активное обучение, разбор конкретных ситуаций
10	Анализ рынков	ПЗ	Активное обучение, разбор конкретных ситуаций
11	Ценовая политика. Политика распределения товара	ПЗ	Активное обучение, разбор конкретных ситуаций
12	Политика продвижения товара	ПЗ	Активное обучение, разбор конкретных ситуаций

6. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины

6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

1) Вопросы для коллоквиума

Примерные вопросы для коллоквиума

Раздел 1. Теоретические основы менеджмента.

1. Сущность менеджмента
2. Содержание понятия менеджмента
3. Цели и задачи менеджмента
4. Характерные черты и стадии менеджмента
5. Менеджер и его функции
6. Содержание понятий предпринимательства, бизнес и предпринимательская структура
7. Основные этапы развития менеджмента
8. Школа научного управления
9. Административная школа управления
10. Школа человеческих отношений
11. Системный и ситуационный подход к управлению
12. Количественная школа
13. Развитие менеджмента в России

2) Темы рефератов

Примерные темы рефератов

1. Системный подход к управлению организацией в современных условиях
2. Роль миссии в управлении организацией
3. Разделение труда в управлении организацией
4. Организационные структуры в современном менеджменте и принципы их построения
5. Информация и коммуникации в управлении организацией
6. Анализ моделей и методов выбора решений в процессе управления
7. Мотивы, потребности и стимулы в управлении организацией

8. Роль организационной культуры в системе менеджмента
9. Авторитет, лидерство и власть в управлении организацией
10. Управленческий учет и контроль в менеджменте

3) Типовой перечень вопросов к зачету по дисциплине

Часть 1. Менеджмент

1. Сущность менеджмента
2. Содержание понятия менеджмента
3. Цели и задачи менеджмента
4. Характерные черты и стадии менеджмента
5. Менеджер и его функции
6. Содержание понятий предпринимательства, бизнес и предпринимательская структура
7. Основные этапы развития менеджмента
8. Школа научного управления
9. Административная школа управления
10. Школа человеческих отношений
11. Системный и ситуационный подход к управлению
12. Количественная школа
13. Развитие менеджмента в России
14. Законы и закономерности менеджмента
15. Принципы менеджмента
16. Функция планирование
17. Функция организация
18. Функция регулирование
19. Функция координация
20. Функция мотивация
21. Функция руководства
22. Функция контроль
23. Матрица разделения административных задач управления
24. Экономические методы менеджмента
25. Административно – правовые методы менеджмента
26. Социально-психологические методы менеджмента
27. Анализ организации менеджмента
28. Организационное проектирование менеджмента
29. Предприятия и организации – объекты менеджмента
30. Понятие организации
31. Формальная и неформальная организация
32. Горизонтальные и вертикальные разделения труда
33. Сущность управленческой деятельности
34. Уровни управления
35. Субъекты и объекты управления
36. Организационная структура менеджмента (ОСУ)
37. Требования, предъявляемые ОСУ
38. Факторы, влияющие на формирование ОСУ
39. Методы разработки ОСУ

40. Виды ОСУ
41. Содержание и виды управленческих решений
42. Процесс принятия решений
43. Индивидуальные стили принятия решений
44. Методы принятия решений
45. Условия эффективности управленческих решений
46. Организация и контроль выполнения решений
47. Понятия и характеристика стилей руководства
48. Управленческая решетка ГРИД
49. Элементы управления (поведенческие элементы)
50. Дополнительные стили управления
51. Требования к менеджеру
52. Власть и личное влияние
53. Авторитет менеджера
54. Природа и типы конфликтов
55. Причины конфликтов
56. Методы разрешения конфликтов
57. Природа и причины стресса
58. Типы и характеристики корпоративной культуры
59. Управление корпоративной культурой
60. Создание и управление имиджем предприятия и организации
61. Понятия эффективность менеджмента.
62. Экономические показатели эффективности управления.

Часть 2. Маркетинг

63. Социальная эффективность менеджмента.
64. Признаки эффективного менеджмента.
65. Пути повышения эффективности менеджмента в организации.
66. Основные понятия и сущность маркетинга.
67. Концепции маркетинга.
68. Цели маркетинговой деятельности.
69. Функции маркетинга и принципы его организации.
70. Распространение маркетинга.
71. Информационные подсистемы.
72. Подсистема маркетинговой информации.
73. Процессы маркетинговых исследований.
74. Маркетинговая микросреда.
75. Маркетинговая макросреда.
76. Потребительские рынки.
77. Рынки предприятий.
78. Сегментирование рынка.
79. Выбор целевых сегментов рынка и позиционирование на них товара
80. Классификация товаров.
81. Товарный ассортимент.
82. Товарные марки.
83. Упаковка и маркировка товара.
84. Цена и тип рынка.
85. Исходная цена продукта.
86. Уточнения исходной цены продукта.
87. Каналы распределения.

88. Интенсивность распределения.
89. Протягивающее и проталкивающее распределение.
90. Вертикальные маркетинговые системы.
91. Физическое распределение.
92. Розничная торговля.
93. Процесс создание эффективно коммуникации.
94. Бюджет комплексного стимулирования.
95. Характеристики элементов комплекса стимулирования

6.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Контроль усвоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» осуществляется с использованием традиционной системы.

Критерии оценивания результатов обучения (зачет)

Таблица 7

Оценка	Критерии оценивания
Зачёт	заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Незачёт	заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Основная литература

1. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507921>
2. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 422 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19913-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560125>
3. Менеджмент: учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.]; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 448 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03372-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450343>
4. Менеджмент в 2 ч. Часть 2: учебник для вузов / А. Н. Петров [и др.]; ответственный редактор А. Н. Петров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02084-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470423>
5. ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА = Fundamentals of Management: учебное пособие / М. А. Романюк, М. А. Сухарникова, Н. В. Чекмарева, Н. Г. Платоновский; Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва). — Электрон. текстовые дан. — Москва, 2023. 221 с. — Коллекция: Учебная и учебно-

методическая литература. — Свободный доступ из сети Интернет (чтение, печать, копирование). — Режим доступа : <http://elib.timacad.ru/dl/full/s28112023menegment.pdf>.

7.2. Дополнительная литература

1. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 478 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20372-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559733>
2. Петров, А. Н. Менеджмент в 2 ч. Часть 1: учебник для вузов / А. Н. Петров; ответственный редактор А. Н. Петров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 349 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02082-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452008>.
3. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М, Изда. дом Вильямс, 2012. — 665с.
4. Герчикова И.Н. Менеджмент. М, ЮНИТ, 2009. - 499с.
5. Фатхутдинов Р.А. Управленческие решения: учебник для вузов. М, Инфра – М, 2008. - 342с.
6. Рекс Л.М., Ибрагимов А.Г. Менеджмент деятельно-техноприродной системы. М.: МГУП. 2012. - 205с.

7.3. Нормативные правовые акты

1. Федеральный закон "О стратегическом планировании в Российской Федерации" от 28.06.2014 N 172-ФЗ [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://base.garant.ru/70684666/>
2. Госпрограмма развития сельского хозяйства на 2013 – 2025 годы - [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://mcx.ru/upload/iblock/f3f/f3f6ff955102d66d3c193d811170b975.pdf>
3. Государственная программа Российской Федерации «Комплексное развитие сельских территорий на 2020-2025 годы» - [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://mcx.ru/upload/iblock/f31/f31f147cde547c84d723ab425a340a3c.pdf>
4. Государственная программа «Развитие рыбохозяйственного комплекса на 2013-2024 годы» [Электронный ресурс]- Режим доступа: - <http://mcx.ru/upload/iblock/167/167f42b81efe595c14b9802bc8ddb6e0.pdf>
5. Стратегия развития АПК и РК до 2030 года [Электронный ресурс]- Режим доступа: (<http://docs.cntd.ru/document/564654448>)
6. Федеральная научно-техническая программа развития сельского хозяйства на 2017-2025 годы - [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://mcx.ru/upload/iblock/1e9/1e97bd2630e613804cf5ef016063bd60.pdf>

7.4. Интернет-ресурсы

1. www.mcx.ru – официальный сайт Министерства сельского хозяйства РФ, [Электронный ресурс] - свободный доступ.
2. www.agro.ru – Агропортал сельское хозяйство в России и за рубежом, [Электронный ресурс] - свободный доступ.
3. www.agropomtu.ru – портал о сельском хозяйстве в России, [Электронный ресурс] - свободный доступ.
4. www.aris.ru –аграрная российская информационная система, [Электронный ресурс] - свободный доступ.
5. www.agronews.ru – новости сельского хозяйства России, [Электронный ресурс] - свободный доступ.

6. www.rbc.ru – Росбизнесконсалтинг, информация о состоянии финансовых и торговых рынков, [Электронный ресурс] - свободный доступ.
7. www.ptpi.ru Международный журнал «Проблемы теории и практики управления», [Электронный ресурс] - свободный доступ.
8. www.economy.gov.ru – официальный сайт Министерства экономического развития РФ, [Электронный ресурс] - свободный доступ.

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

1. <http://elibr.timacad.ru> Электронно-библиотечная система РГАУ-МСХА имени К.А.Тимирязева (открытый доступ).
2. www.cnsnb.ru ФГБНУ Центральная научная сельскохозяйственная библиотека (открытый доступ).
3. <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/reestr-professionalnykh-standartov/>
4. Реестр профессиональных стандартов (открытый доступ).

9. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Для проведения лекций, практических занятий, выполнения самостоятельной работы по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» необходимы ПК, имеющие интегрированный пакет программ Microsoft Office for Windows (версии 2003 и 2007) со следующими приложениями (табл.8):

Таблица 8

Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование раздела учебной дисциплины	Наименование программы	Тип программы	Автор	Год разработки
1	Разделы 1 - 4.	Microsoft office WORD	оформительская	Корпорация Майкрософт	2003
2	Разделы 1 - 4.	Microsoft office EXCEL	расчетная	Корпорация Майкрософт	1984
3	Разделы 1 - 4.	Microsoft office POWER POINT	системы по создание красочных наглядных презентаций	Корпорация Майкрософт	1987

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Таблица 9

Сведения об обеспеченности специализированными аудиториями, кабинетами, лабораториями

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы (№ учебного корпуса, № аудитории)	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	2
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной	1 Проектор – 1 шт. (Инв. № 35203) 2. Стол письменный 1 шт. 3 Стол двухместный 24 шт. (Инв. № 332088) 4 Доска белая– 1 шт. (Инв. № 332050) 5 Экран на электроприводе - 1 шт. (Инв. № 332049)

аттестации уч. Корп. № 1 (Лиственничная аллея, 4а), № 502	6. Демонстративный альбом - флипчарт – 1 шт. (Инв. № 332078) 7. Системный блок 1 шт. с монитором 8. Антивандальный шкаф
Учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации уч. корп. № 1 (Лиственничная аллея, 4а), № 513	1. Проектор – 1 шт. (Инв. № 35203) 2. Стол письменный 1 шт. 3. Стол двухместный 12 шт. (Инв. № 332088) 4. Доска белая– 1 шт. (Инв. № 332050) 5. Экран на электроприводе - 1 шт. (Инв. № 332049) 6. Демонстративный альбом - флипчарт- – 1 шт. (Инв. № 332078) 7. Системный блок 1 шт. с монитором
Центральная научная библиотека имени Н.И. Железнова (Лиственничная аллея, д.2, к.1)	Читальный зал

11. Методические рекомендации студентам по освоению дисциплины

Необходимым условием эффективной работы студентов на практических занятиях по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» является изучение необходимого теоретического материала. При изучении каждой темы дисциплины проводится контроль знаний с целью проверки и коррекции хода освоения теоретического материала и практических умений и навыков. Контроль знаний проводится по графику в часы практических занятий по основному расписанию. Студент обязан отчитаться по всем учебным разделам дисциплины; к промежуточной аттестации допускаются студенты, сдавшие все задания, предусмотренные программой.

Выполнение большинства практических и домашних заданий потребует от студента самостоятельного поиска информации по теме изучения.

Методические рекомендации к практическим занятиям

При подготовке к практическим занятиям, обучающимся необходимо изучить основную и дополнительную литературу, рекомендации преподавателя и требования учебной программы. В ходе подготовки к практическим занятиям необходимо освоить основные понятия и методики, ответить на контрольные вопросы. В течение практического занятия студенту необходимо выполнить задания, выданные преподавателем.

В ходе занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия: вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению; задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студента

Самостоятельная работа студентов организуется в соответствии с настоящей рабочей программой. Студент обязан в полном объеме использовать предусмотренное время для изучения вопросов, вынесенных на самостоятельное изучение.

Во время самостоятельной работы студент прорабатывает материал обязательной и дополнительной учебной литературы. В случае возникновения затруднений в освоении материала студент обращается к преподавателю за разъяснением вовремя, отведенное для индивидуальных консультаций.

Подготовка к контрольным мероприятиям

Текущий контроль проводится на каждом аудиторном занятии. Формы и методы текущего контроля: коллоквиумов, примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине.

Виды и формы отработки пропущенных занятий

Формой отработки пропущенных занятий может быть представление преподавателю рукописного конспекта лекции или соответствующего раздела выполняемой контрольной работы, и собеседование по данной теме. Контроль теоретических знаний по пропущенной теме занятия может быть проведен в устной или письменной форме.

12. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине

При разработке рабочей программы дисциплины «Менеджмент и маркетинг» могут быть сформированы различные варианты тематических планов лекций и форм их проведения. При этом должна обеспечиваться координация, согласованность этих видов занятий, разграничение рассматриваемых на них вопросов. Некоторые вопросы по усмотрению автора рабочей программы в зависимости от методического обеспечения учебного процесса сгруппированы в укрупненные темы, использованы для формулировки тем дискуссий, тематических лекций. Тематика может корректироваться, уточняться.

В лекциях рассматриваются только те вопросы, которые не выносятся на самостоятельное изучение. Определенная часть времени лекции выделяется на то, чтобы сориентировать студентов в использовании рекомендуемой литературы и других элементов учебно-методического комплекса, предоставляемых в их распоряжение. Детально рассматриваются основные термины и категории, что позволяет студентам освоить профессиональную терминологию и легко адаптироваться к реальным условиям производственной, научной и образовательной деятельности.

Оценивание знаний, умений и навыков по учебной дисциплине осуществляется посредством использования различных видов оценочных средств. Устные опросы целесообразно проводить во время практических занятий, а также при проведении зачета в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала.

Задания, требующие изучения значительного объема материала, необходимо относить на самостоятельную работу студентов, с непременно разбором результатов во время практических занятий.

Программу разработал:

Ибрагимов А.Г., д. э. н., профессор _____
(подпись)

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины Б1.О.46 Менеджмент и маркетинг для бакалавров очной формы обучения по направлению 35.03.04 Агрономия, направленности: Агробизнес, Селекция и генетика сельскохозяйственных культур, Защита растений и фитосанитарный контроль

Ибиевым Гани Закаевичем, кандидатом экономических наук, доцентом кафедры Экономики и организации производства ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева» (далее по тексту рецензент), проведено рецензирование рабочей программы дисциплины Менеджмент и маркетинг ОПОП ВО для бакалавров очной формы обучения по направлению 35.03.04 Агрономия, направленности: Агробизнес, Селекция и генетика сельскохозяйственных культур, Защита растений и фитосанитарный контроль, разработанной в ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», на кафедре управления (разработчик – Ибрагимов А. Г., профессор кафедры управления, д. э. н.). Рассмотрев представленные на рецензирование материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

1. Предъявленная рабочая программа дисциплины Менеджмент и маркетинг (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 35.03.04 Агрономия. Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам.
2. Представленная в Программе актуальность учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к базовой части учебного цикла – Б1.О.
3. Представленные в Программе цели дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления 35.03.04 Агрономия
4. В соответствии с Программой за дисциплиной Менеджмент и маркетинг закреплена 5 компетенций (индикаторы). Дисциплина Менеджмент и маркетинг и представленная Программа способна реализовать их в объявленных требованиях.
5. Результаты обучения, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.
6. Общая трудоёмкость дисциплины Менеджмент и маркетинг составляет 3 зачётные единицы (108 часов).
7. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина Менеджмент и маркетинг не взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 35.03.04 Агрономия и возможность дублирования в содержании отсутствует. Поскольку дисциплина не предусматривает наличие специальных требований к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, хотя может являться предшествующей для специальных, в том числе профессиональных дисциплин, использующих знания в области профессиональной деятельности бакалавра по данному направлению подготовки.
8. Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемые при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.
9. Программа дисциплины Менеджмент и маркетинг предполагает занятия в интерактивной форме.
10. Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников,

содержащимся во ФГОС ВО по направлению 35.03.04 Агрономия

11. Представленные и описанные в Программе формы текущей оценки знаний (опрос, как в форме обсуждения отдельных вопросов), соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме зачета, что соответствует статусу дисциплины, как дисциплины базовой части цикла – Б1.О. ФГОС ВО направления 35.03.04 Агрономия.

12. Формы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.
13. Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 5 источников (базовый учебник), дополнительной литературой – 6 наименований, Интернет-ресурсы – 8 источников и соответствует требованиям ФГОС ВО направления 35.03.04 Агрономия.
14. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины Менеджмент и маркетинг и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.
15. Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине Менеджмент и маркетинг.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенного рецензирования можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Менеджмент и маркетинг» ОПОП ВО по направлению 35.03.04 Агрономия, направленности: Агробизнес, Селекция и генетика сельскохозяйственных культур, Защита растений и фитосанитарный контроль, (квалификация выпускника – бакалавр), разработанный профессором кафедры управления Ибрагимовым А.Г., соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент: Ибиев Гани Закаевич, кандидат экономических наук, доцент кафедры Экономики и организации производства ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева» _____

« _____ » _____ 2025 г.