



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Казанский государственный аграрный университет»
(ФГБОУ ВО Казанский ГАУ)

Институт экономики

Кафедра управления сельскохозяйственным производством



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ»

(приложение к рабочей программе дисциплины)

по направлению подготовки

35.03.04 "Агрономия"

Направленность (профиль) подготовки

"Агробизнес"

Уровень
бакалавриата

Форма обучения
Очная, заочная

Год поступления: 2020

Казань – 2020

Составитель: Савушкина Луиза Низамовна, доцент

Фонд оценочных средств обсуждён и одобрен на заседании кафедры управления
сельскохозяйственным производством «28» апреля 2020 г. (протокол № 9)

Зав. кафедрой, к.э.н., доцент  Л.Н.Савушкина

Рассмотрен и одобрен на заседании методической комиссии Института экономики «12»
мая 2020 года (протокол №11)

Пред. метод. комиссии, к.э.н., доцент  Ф.Ф.Гатина

Согласовано:

Директор Института экономики,

к.э.н., доцент  М.М. Низамутдинов

Протокол Ученого совета Института экономики № 9 от «12» мая 2020 года

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения ОПОП бакалавриата по направлению обучения 35.03.04 «Агрономия» направленность (профиль) подготовки «Агробизнес», обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»

Код индикатора достижения компетенции	Индикатор достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений		
ИД-2. УК-2	Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений. Уметь: проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений. Владеть: решениями конкретной задачи проекта, выбирая оптимальные способы ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.
ИД-3. УК-2	Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время.	Знать: публичное представление результатов решения конкретной задачи проекта. Уметь: публично представлять результаты решения конкретной задачи проекта. Владеть: способами публичного представления результатов решения конкретной задачи проекта.
ИД-4. УК-2	Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта.	Знать: совокупность взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели проекта, обеспечивающих ее достижение; знать результаты решения выделенных задач. Уметь: формировать в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определять ожидаемые результаты решения выделенных задач. Владеть: совокупностью взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели проекта, обеспечивающих ее достижение; ожидаемыми результатами решения выделенных задач.
ОПК-6. Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности		
ИД-1.ОПК-6	Демонстрирует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства	Знать: теоретические основы базовых знаний экономики в сфере сельскохозяйственного производства Уметь: использовать базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства при решении задач менеджмента и маркетинга Владеть: практическими навыками по принятию управленческих решений в менеджменте и маркетинговой деятельности сельскохозяйственных

		организаций
ИД-2.ОПК-6	Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов производства и переработки сельскохозяйственной продукции	Знать: современные методы анализа экономических показателей, Уметь: определять экономическую эффективность применения технологических приемов производства и переработки сельскохозяйственной продукции Владеть: методами планирования и прогнозирования, анализа экономических показателей

2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Таблица 2.1 – Показатели и критерии определения уровня сформированности компетенций

Код и наименование индикатора компетенции	Планируемые результаты <определяются самостоятельно>	Оценки сформированности компетенций <Приведены примеры формулировок. Определяются самостоятельно. Необходимо обозначить связь с дисциплиной>				Дисциплина (раздел) учебного плана
		неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений						
ИД-2 _{УК-2} Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.	Уровень знаний по решению конкретной задачи проекта, по выбору оптимальных способов ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений, ниже минимальных требований, имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний по решению конкретной задачи проекта, по выбору оптимальных способов ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений, допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний по решению конкретной задачи проекта, по выбору оптимальных способов ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений в объеме, соответствующем программе подготовки, допущено несколько негрубых ошибок.	Уровень знаний по решению конкретной задачи проекта, по выбору оптимальных способов ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок .	Менеджмент и маркетинг
	Уметь: проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения, имели место грубые ошибки.	Продемонстрированы основные умения, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	
	Владеть: решениями конкретной задачи проекта, выбирая	При решении стандартных задач, при выборе оптимальных	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач, при	

Код и наименование индикатора компетенции	Планируемые результаты <определяются самостоятельно>	Оценки сформированности компетенций <Приведены примеры формулировок. Определяются самостоятельно. Необходимо обозначить связь с дисциплиной>				Дисциплина (раздел) учебного плана
		неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
	оптимальные способы ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.	способов их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений, не продемонстрированы базовые навыки, имели место грубые ошибки.	задач, при выборе оптимальных способов их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений, с некоторыми недочетами.	задач, при выборе оптимальных способов их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений, с некоторыми недочетами.	выборе оптимальных способов их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений, без ошибок и недочетов.	
ИД-З_{ук}-2 Решает конкретные задач проекта заявленного качества и за установленное время.	Знать: публичное представление результатов решения конкретной задачи проекта.	Уровень знаний публичного представления результатов решения конкретной задачи проекта ниже минимальных требований, имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний публичного представления результатов решения конкретной задачи проекта, допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний публичного представления результатов решения конкретной задачи проекта в объеме, соответствующем программе подготовки, допущено несколько негрубых ошибок.	Уровень знаний публичного представления результатов решения конкретной задачи проекта в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Менеджмент и маркетинг
	Уметь: публично представлять результаты решения конкретной задачи проекта.	При публичном представлении результатов решения конкретной задачи проекта не продемонстрированы основные умения, имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения при публичном представлении результатов решения конкретной задачи проекта с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения при публичном представлении результатов решения конкретной задачи проекта с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения при публичном представлении результатов решения конкретной задачи проекта, решены все основные задачи с отдельными незначительными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	
	Владеть: способами публичного	При решении стандартных задач не	Имеется минимальный набор навыков для	Продemonстрированы базовые навыки при	Продemonстрированы навыки при решении	

Код и наименование индикатора компетенции	Планируемые результаты <определяются самостоятельно>	Оценки сформированности компетенций <Приведены примеры формулировок. Определяются самостоятельно. Необходимо обозначить связь с дисциплиной>				Дисциплина (раздел) учебного плана
		неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
	представления результатов решения конкретной задачи проекта.	продемонстрированы базовые навыки, имели место грубые ошибки.	решения стандартных задач с некоторыми недочетами.	решении стандартных задач с некоторыми недочетами.	нестандартных задач без ошибок и недочетов.	
ИД-4_{ук-2} Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта.	Знать: совокупность взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели проекта, обеспечивающих ее достижение; знать результаты решения выделенных задач.	Уровень знаний по формированию совокупности взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели проекта, обеспечивающих ее достижение; по определению ожидаемых результатов решения выделенных задач ниже минимальных требований, имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний по формированию совокупности взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели проекта, обеспечивающих ее достижение; по определению ожидаемых результатов решения выделенных задач, допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний по формированию совокупности взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели проекта, обеспечивающих ее достижение; по определению ожидаемых результатов решения выделенных задач в объеме, соответствующем программе подготовки, допущено несколько негрубых ошибок.	Уровень знаний по формированию совокупности взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели проекта, обеспечивающих ее достижение; по определению ожидаемых результатов решения выделенных задач в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Менеджмент и маркетинг
	Уметь: формировать в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определять ожидаемые результаты решения выделенных задач.	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения, имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	
	Владеть: совокупностью	При решении стандартных задач по	Имеется минимальный набор навыков по	Продemonстрированы базовые навыки по	Продemonстрированы навыки по формированию	

Код и наименование индикатора компетенции	Планируемые результаты <определяются самостоятельно>	Оценки сформированности компетенций <Приведены примеры формулировок. Определяются самостоятельно. Необходимо обозначить связь с дисциплиной>				Дисциплина (раздел) учебного плана
		неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
	взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели проекта, обеспечивающих ее достижение; ожидаемыми результатами решения выделенных задач.	формированию совокупности взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели проекта, обеспечивающих ее достижение; по ожидаемым результатам решения выделенных задач не продемонстрированы базовые навыки, имели место грубые ошибки.	формированию совокупности взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели проекта, обеспечивающих ее достижение; по ожидаемым результатам решения выделенных задач с некоторыми недочетами.	формированию совокупности взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели проекта, обеспечивающих ее достижение; по ожидаемым результатам решения выделенных задач с некоторыми недочетами	совокупности взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели проекта, обеспечивающих ее достижение; по ожидаемым результатам решения выделенных задач без ошибок и недочетов	
ОПК-6. Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности						
ИД-1_{опп-6} Демонстрирует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства	Знать: теоретические основы базовых знаний экономики в сфере сельскохозяйственного производства	Уровень знаний по основам базовых знаний экономики в сфере сельскохозяйственного производства ниже минимальных требований, имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний по основам базовых знаний экономики в сфере сельскохозяйственного производства, допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний по основам базовых знаний экономики в сфере сельскохозяйственного производства в объеме, соответствующем программе подготовки, допущено несколько негрубых ошибок.	Уровень знаний по основам базовых знаний экономики в сфере сельскохозяйственного производства в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Менеджмент и маркетинг
	Уметь: использовать базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства при решении задач менеджмента и маркетинга	При использовании базовых знаний экономики в сфере сельскохозяйственного производства при решении задач менеджмента и маркетинга не	Продemonстрированы основные умения при использовании базовых знаний экономики в сфере сельскохозяйственного производства при решении задач	Продemonстрированы все основные умения по использованию базовых знаний экономики в сфере сельскохозяйственного производства при решении задач	Продemonстрированы все основные умения по использованию базовых знаний экономики в сфере сельскохозяйственного производства при решении задач менеджмента и маркетинга, выполнены все	

Код и наименование индикатора компетенции	Планируемые результаты <определяются самостоятельно>	Оценки сформированности компетенций <Приведены примеры формулировок. Определяются самостоятельно. Необходимо обозначить связь с дисциплиной>				Дисциплина (раздел) учебного плана
		неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
		продемонстрированы основные умения, имели место грубые ошибки.	менеджмента и маркетинга с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме	менеджмента и маркетинга с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	задания в полном объеме	
	Владеть: практическими навыками по принятию управленческих решений в менеджменте и маркетинговой деятельности сельскохозяйственных организаций	При решении стандартных задач по принятию управленческих решений в менеджменте и маркетинговой деятельности сельскохозяйственных организаций, имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач менеджмента и маркетинговой деятельности сельскохозяйственных организаций, имеются недочеты	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач менеджмента и маркетинговой деятельности сельскохозяйственных организаций с некоторыми недочетами	Продemonстрированы навыки по принятию управленческих решений в менеджменте и маркетинговой деятельности сельскохозяйственных организаций без ошибок и недочетов	
ИД-2_{онк-6} Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур	Знать: теоретические основы определения экономической эффективности применения технологических приемов производства и переработки сельскохозяйственной продукции	Уровень знаний по основам определения экономической эффективности применения технологических приемов производства и переработки сельскохозяйственной продукции ниже минимальных требований, имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний по основам определения экономической эффективности применения технологических приемов производства и переработки сельскохозяйственной продукции, допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний по основам определения экономической эффективности применения технологических приемов производства и переработки сельскохозяйственной продукции в объеме, соответствующем программе подготовки, допущено несколько негрубых ошибок.	Уровень знаний по основам определения экономической эффективности применения технологических приемов производства и переработки сельскохозяйственной продукции в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Менеджмент и маркетинг
	Уметь: определять	Не умеет определять	Частично умеет	Способен определять	Способен на практике	

Код и наименование индикатора компетенции	Планируемые результаты <определяются самостоятельно>	Оценки сформированности компетенций <Приведены примеры формулировок. Определяются самостоятельно. Необходимо обозначить связь с дисциплиной>				Дисциплина (раздел) учебного плана
		неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
	экономическую эффективность применения технологических приемов производства и переработки сельскохозяйственной продукции	экономическую эффективность применения технологических приемов производства и переработки сельскохозяйственной продукции	определять экономическую эффективность применения технологических приемов производства и переработки сельскохозяйственной продукции	экономическую эффективность применения технологических приемов производства и переработки сельскохозяйственной продукции	определять экономическую эффективность применения технологических приемов производства и переработки сельскохозяйственной продукции и предлагать пути повышения экономической эффективности	
	Владеть: методами планирования и прогнозирования, анализа экономических показателей	Не владеет методами планирования и прогнозирования, анализа экономических показателей	Частично владеет методами планирования и прогнозирования, анализа экономических показателей	Владеет методами планирования и прогнозирования, анализа экономических показателей	Свободно владеет методами планирования и прогнозирования, анализа экономических показателей	

3. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Таблица 3.1 – Типовые контрольные задания соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

Индикатор достижения компетенции	№№ заданий (вопросов, билетов, тестов и пр.) для оценки результатов обучения по соотнесенному индикатору достижения компетенции
ИД-2УК-2 Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.	Контрольная работа по темам №№ 1-20 Темы самостоятельной работы №№ 1-12 Вопросы к зачету №№ 1-22
ИД-3УК-2 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время.	Контрольная работа по темам №№ 21-40 Темы самостоятельной работы №№ 13-24 Вопросы к зачету №№ 23-44
ИД-4УК-2 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта.	Контрольная работа по темам №№ 41-60 Темы самостоятельной работы №№ 25-36 Вопросы к зачету №№ 24-66
ИД-1 _{опк-6} Демонстрирует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства	Контрольная работа по темам №№ 61-80 Темы самостоятельной работы №№ 37-48 Вопросы к зачету №№ 67-88
ИД-2 _{опк-6} Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур	Контрольная работа по темам №№ 81-100 Темы самостоятельной работы №№ 49-60 Вопросы к зачету №№ 89-110

Тематика контрольных работ

1. Роль и значение школ менеджмента.
2. Модель управления в России: состояние и пути совершенствования
3. Становление российской науки управления
4. Основные теории тенденции развития современного менеджмента.
5. Концепции и модели стратегического менеджмента.
6. Структура стратегического планирования. Процесс стратегического планирования. Этапы процесса.
7. Сущность стратегического управления. Преимущества и недостатки.
8. Управление качеством: принципы, цель, задачи, функции.
9. Функции финансового менеджмента.
10. Стратегия и тактика финансового менеджмента.
11. Базовые принципы, концепции, функции и методы финансового менеджмента.
12. Особенности управления инвестициями.
13. Модели и методы принятия управленческих решений.

14. Субъекты и типология управленческих решений.
15. Этапы разработки управленческих решений
16. Процесс принятия рациональных решений в системе менеджмента.
17. Участие работников в управлении.
18. Роль и значение управленческой информации.
19. Место маркетинга в управлении организацией.
20. Управление разработкой товара. Управление инновациями.
21. Риск-менеджмент. Страхование рисков в управлении.
22. Разработка бизнес-плана
23. Методы прогнозирования спроса.
24. Организация и управление процесса товародвижения.
25. Основные и специфические виды функций менеджмента
26. Необходимость делегирования полномочий.
27. Функции менеджера организации
28. Централизация и децентрализация задач управления.
29. Функции менеджера организации
30. Централизация и децентрализация задач управления.
31. Инновации в мотивации персонала организации.
32. Взаимодействие микро и макросреды. Влияние этого взаимодействия на эффективность функционирования организации.
33. Роль и значение планирования как одной из основных функций менеджмента.
34. Организационные структуры управления: принципы и методы построения.
35. Организация управления маркетингом
36. Организация сбыта продукции
37. Инфраструктуры менеджмента
38. Ключевые факторы успеха фирмы на рынке
39. Стратегия разработки нового товара: цель, идея, концепция, процедура
40. Реклама в системе товародвижения: виды, назначения, формы воздействия
41. Прямой маркетинг
42. Рыночные посредники как направление маркетинговой деятельности
43. Маркетинговая среда и ее роль в выборе маркетинговой стратегии
44. Система и средства стимулирования сбыта стратегические хозяйственные подразделения: типы, назначение
45. Аграрный маркетинг
46. Международный маркетинг: формы и их содержание
47. Маркетинговый контроль
48. Основные факторы и средства ценового маркетинга
49. Цели и особенности маркетинга для товаров потребительского и производственного назначения.
50. Интеграция и дифференциация в менеджменте.
51. Современные методы менеджмента.
52. Организационная культура в менеджменте.
53. Лидерство. Типы отношений лидерства.
54. Роль лидерства
55. Неформальные группы и лидеры коллектива.
56. Социальная эффективность менеджмента
57. Стил и имидж менеджера.
58. Этика современного бизнеса.
59. Деловой этикет менеджера.
60. Мотивации в управлении
61. Инновации в мотивации персонала организации.

62. Необходимость делегирования полномочий.
63. Контроль в управлении: мониторинг, диагностика и регулирование.
64. Конфликты в коллективе и способы их разрешения.
65. Функции и методы управления персоналом.
66. Современные тенденции в управлении персоналом.
67. Концепции ситуационного лидерства.
68. Мотивация деятельности человека.
69. Оперативное управление организаций.
70. Повышение квалификации и профессиональная переподготовка управленческих кадров.
71. Влияние внешней и внутренней среды на управление организации.
72. Правовое регулирование управленческой деятельности организации
73. Причины сопротивления организационным преобразованиям.
74. Процессуальные теории мотивации.
75. Психологическая эффективность управленческого контроля.
76. Содержательные теории мотивации.
77. Стресс и управление им в деятельности руководителя.
78. Современные научные подходы к управлению, их анализ.
79. Информационное обеспечение систем управления.
80. Этапы жизненного цикла организации
81. Сущность этики управления.
82. Технологии контроля в управлении.
83. Этапы процесса контроля. Внешний и внутренний контроль.
84. Этика делового общения
85. Руководитель и подчинённые: основные качества руководителя; основные типы подчинённых.
86. Делегирование прав и ответственности подчиненным.
87. Система управления персоналом: структура, состав, и функции кадровых подразделений
88. Сущность и содержание маркетинга
89. Концепция маркетинговой деятельности предприятия
90. Комплексное изучение рынка - основа маркетинговой деятельности
91. Сегментация рынка - основной принцип маркетинговых исследований.
92. Рынок в системе маркетинга
93. Конкуренты и конкурентная борьба-элемент маркетинговой политики
94. Оценка конкурентоспособности
95. Потребители и их поведение: маркетинговые аспекты проблем
96. Виды товаров и товарных рынков, их маркетинговая разработка и оценка
97. Хозяйственная конъюнктура и ее роль в маркетинговой деятельности предприятия
98. Международное маркетинговое исследование
99. Международная политика цен
100. Влияние международного маркетинга на структуру, планирование и контроль в масштабах предприятия

Темы для самостоятельной работы (эссе)

1. Стратегическое планирование. Бизнес-план как отражение стратегии организации.
2. Разработка бизнес-плана
3. Эффективность менеджмента и пути ее повышения.
4. Концепция маркетинговой деятельности предприятия
5. Рынок в системе маркетинга

6. Сущность и содержание маркетинга
7. Сущность и роль управленческих решений, их классификация.
8. Организационные структуры управления и тенденции их развития.
9. Организация будущего, ее основные черты и организационные структуры.
10. Природа и классификация функций менеджмента, их содержание.
11. Планирование как функция менеджмента
12. Значение планирования в процессе управления в современных условиях.
13. Методы прогнозирования спроса.
14. Комплексное изучение рынка - основа маркетинговой деятельности
15. Сегментация рынка - основной принцип маркетинговых исследований
16. Конкуренты и конкурентная борьба-элемент маркетинговой политики
17. Оценка конкурентоспособности
18. Потребители и их поведение: маркетинговые аспекты проблем
19. Виды товаров и товарных рынков, их маркетинговая разработка и оценка
20. Хозяйственная конъюнктура и ее роль в маркетинговой деятельности предприятия
21. Основные факторы и средства ценового маркетинга
22. Цели и особенности маркетинга для товаров потребительского и производственного назначения.
23. Ключевые факторы успеха фирмы на рынке
24. Стратегия разработки нового товара: цель, идея, концепция, процедура
25. Реклама в системе товародвижения: виды, назначения, формы воздействия
26. Прямой маркетинг
27. Рыночные посредники как направление маркетинговой деятельности
28. Организация сбыта продукции
29. Менеджер в системе управления, его имидж и стили руководства.
30. Самоменеджмент руководителя и его роль в формировании стиля управления.
31. Личность в системе управления.
32. Конфликты в системе управления и стратегии их преодоления.
33. Управление изменениями в организации.
34. Организационная культура.
35. Организация управления маркетингом
36. Методы управления и их мотивационная направленность.
37. Экономические методы управления и их развитие в условиях перехода к рыночным отношениям.
38. Социально-психологические методы управления и их значение на современном этапе.
39. Формы власти и влияния, особенности их реализации в современных условиях.
40. Мотивация как функция управления.
41. Контроль как функция управления.
42. Маркетинговый контроль
43. Маркетинговая среда и ее роль в выборе маркетинговой стратегии
44. Система и средства стимулирования сбыта стратегические хозяйственные подразделения: типы, назначение
45. Аграрный маркетинг
46. Международный маркетинг: формы и их содержание
47. Международное маркетинговое исследование
48. Международная политика цен
49. Влияние международного маркетинга на структуру, планирование и контроль в масштабах предприятия
50. Основные положения школы научного управления и их значение на современном этапе.

51. Основные положения концепции классической школы в управлении и их значение на современном этапе.
52. Основные положения школы психологии и человеческих отношений и их значение на современном этапе.
53. Основные методологические подходы школы науки управления и их роль в современном менеджменте.
54. Организационно-правовые формы предпринимательства. Особенности их формирования в России.
55. Основные закономерности и принципы менеджмента.
56. Американская модель менеджмента.
57. Сущность японской модели менеджмента.
58. Западноевропейская модель менеджмента. Особенности ее развития на современном этапе.
59. Развитие менеджмента в России. Особенности управления в условиях общественной формы собственности.
60. Формирование рыночного механизма управления в России.

Требования: Самостоятельная работа по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» представляет собой написание эссе по заданным темам на основе прочтения основной и дополнительной литературы, анализа Интернет-ресурсов.

Компиляция использованных источников не допускается, без их указания (в тексте или списке использованной литературы) цитата не должна превышать более пяти предложений и в общей сумме объема эссе составлять более 1 одной страницы.

Эссе должно быть объемом не более десяти машинописных страниц, включая титульный лист (14 кегель, шрифт Times New Roman, полуторный интервал) и список литературы. Первый титульный лист не нумеруется. На нем указывается: название университета, кафедры; тема, Ф.И.О. студента и направление подготовки, Ф.И.О. преподавателя, время написания.

Критерии оценки: количество баллов: Эссе должно содержать утверждение (тезис), которое студент должен обосновать, со своей точки зрения и привести аргументы (не менее 3-х) в пользу этого утверждения, с использованием рекомендованных учебных материалов и источников по дисциплине.

Вопросы к зачету в устной форме

1. Подходы к определению понятия «менеджмент».
2. Основные категории менеджмента.
3. Организационно-распорядительные методы управления: характеристика, разновидности.
4. Экономические методы управления: характеристика и особенности.
5. Социально-психологические методы управления и их значение для развития социальной активности персонала и коллектива в целом.
6. Сущность и значение маркетинга.
7. Этапы развития маркетинга.
8. Концепции маркетинга.
9. Функции маркетинга.
10. Цели и методы маркетинговых исследований.

11. Цена как маркетинговый инструмент: понятие, виды и функции.
12. Методы ценообразования
13. Проблемы и условия ценообразования.
14. Сущность и роль управленческих решений; их классификация; требования к управленческим решениям.
15. Этапы принятия управленческого решения.
16. Моделирование в принятии решений. Типы моделей.
17. Принципы изучения поведения потребителей на рынке и факторы на них влияющие.
18. Выявление субъектов, принимающих решения о покупке и методы их изучения.
19. Моделирование поведения потребителей
20. Теории мотивации, используемые в оценке потребностей.
21. Права потребителей.
22. Формирование рыночного механизма управления в России.
23. Сбытовая политика предприятия: сбытовая сеть, виды сбыта.
24. Методы стимулирования сбыта продукции: ценовое стимулирование.
25. Методы стимулирования сбыта продукции: стимулирование натурой.
26. Методы стимулирования сбыта продукции: активное распространение.
27. Направления исследований в маркетинге: исследование рынка.
28. Направления исследований в маркетинге: исследование конкурентов.
29. Направления исследований в маркетинге: исследование потребителей.
30. Направления исследований в маркетинге: изучение фирменной структуры рынка.
31. Направления исследований в маркетинге: исследование товаров.
32. Направления исследований в маркетинге: исследование цели.
33. Направления исследований в маркетинге: исследование подавления товара и продаж.
34. Направление исследований в маркетинге: исследование систем стимулирования сбыта
35. Направление исследований в маркетинге: исследование внутренней среды предприятия.
36. Процесс маркетинговых исследований.
37. Действия оптовых торговцев и их роль на рынке.
38. Сущность розничной торговли. Виды розничных торговцев.
39. Характеристика американской модели менеджмента; основные факторы, определяющие ее формирование. Опыт управления в американских фирмах.
40. Сущность японской модели менеджмента.
41. Западноевропейская модель менеджмента. Основные положения социального рыночного хозяйства.
42. Развитие менеджмента в России. Особенности управления в условиях общественной формы собственности.
43. Комплекс маркетинга.
44. Ассортиментная политика: цели, задачи, виды.
45. Классификации товаров при определении ассортиментной политики.
46. Матрица Ансоффа
47. Маркетинговые коммуникации.
48. Сущность и виды рекламы.
49. Реклама и ее эффективность.
50. Маркетинг в АПК: сущность и цели, его особенности и проблемы.
51. Некоммерческий маркетинг
52. Организация как открытая система управления. Законы организации.
53. Организационно-правовые формы предпринимательства.
54. Организация как процесс создания структуры. Полномочия и ответственность.

55. Типы административного аппарата.
56. Линейно-функциональная структура управления, ее преимущества и недостатки.
57. Дивизиональная структура управления, ее преимущества и недостатки.
58. Адаптивные структуры управления.
59. Бюрократический тип структур, его характерные черты.
60. Корпоративная культура.
61. Влияние материальной, властной и духовной мотивации на выбор методов управления; комплексный подход к применению методов управления.
62. Природа и классификация функций менеджмента.
63. Организация как функция управления.
64. Координация как функция управления, ее основные задачи.
65. Мотивация как функция управления. Основные задачи процесса мотивации. Проблемы мотивации персонала в России.
66. Основные направления эволюции современных теорий мотивации.
67. Содержательные теории мотивации.
68. Процессуальные теории мотивации.
69. Основные составляющие психологической структуры личности: направленность, способности, характер.
70. Социальные основы формирования личности.
71. Личность в системе управления. Основные черты, характеризующие личность.
72. Самоменеджмент руководителя.
73. Контроль как функция управления.
74. Виды контроля и характеристики его эффективности.
75. Методы маркетинга.
76. Виды маркетинга.
77. Субъекты и объекты маркетинга.
78. Принципы маркетинга.
79. Управление маркетингом: цели, задачи, этапы.
80. Маркетинговая информация: сущность, источники, система маркетинговой информации.
81. Маркетинговая среда организации.
82. Определение емкости рынка.
83. Сегментирование рынка.
84. Выбор целевого сегмента.
85. Позиционирование товара на рынке.
86. Стадии жизненного цикла товара.
87. Формальные и неформальные группы, их характеристика.
88. Характеристика основных теорий лидерства. Типы лидеров.
89. Формы власти и способы ее реализации; сильные и слабые стороны различных форм власти.
90. Демократический стиль управления, его характеристика.
91. Либеральный стиль управления, его характеристика.
92. Авторитарный стиль управления, его характеристика.
93. Адаптация стилей руководства к деловым ситуациям.
94. Организационные структуры предприятий будущего: виртуальные корпорации, многомерные организации.
95. Конфликты в менеджменте; виды конфликтов.
96. Основные причины возникновения конфликтов.
97. Способы преодоления конфликтов.
98. Процесс изменений в организации и управление им.

99. Причины сопротивления персонала организационным изменениям.
100. Основные исторические этапы развития практики менеджмента.
101. Предпосылки формирования менеджмента как науки.
102. Основные положения школы научного управления.
103. Классическая (административная) школа управления, ее основные концепции.
104. Школа психологии и человеческих отношений. Основные положения доктрины «человеческих отношений».
105. Основные направления школы науки управления, ее методологические подходы.
106. Целеполагание в процессе менеджмента. Миссия и ее функции.
107. Иерархия целей. Управление по целям.
108. Прогнозирование как составная часть планирования.
109. Стратегическое планирование, выбор стратегии развития предприятия. Опыт разработки стратегии в зарубежных фирмах.
110. Текущее планирование. Направления и ориентиры текущих планов.

Вопросы к тесту зачеты в тестовой форме Демонстрационная версия

1. К основным положениям рационалистической школы относится:

1. признание менеджмента самостоятельной сферой и видом деятельности
2. расчленение процесса производства на составные части и их нормирование
3. планирование на основе норм
4. признание человека как главного ресурса предприятия

2. Основной вклад классической школы административного управления:

1. разработка универсальных принципов управления, пригодных для всех его уровней и во всех типах организаций
2. применение принципа специализации к промышленным рабочим
3. использование психологии в менеджменте
4. использование индивидуальной мотивации

3. Основная концепция школы человеческих отношений:

1. разделение труда и повышение его эффективности
2. увеличение заработной платы для повышения производительности труда
3. производительность труда повышается в результате изменения отношений между рабочими и менеджерами и повышения удовлетворенности рабочим своим трудом
4. увеличение производительности труда за счет внедрения НТП

4. Определение принципов управления индивидуальным трудом рабочего является достижением представителей школы...

1. поведенческих наук
2. административного управления
3. научного управления
4. человеческих отношений

5. Наиболее часто менеджмент определяют как:

1. процесс, с помощью которого предприятия формируются и управляются
2. выполнение функций управления
3. люди и аппарат управления
4. искусство управления
5. информационные потоки в объекте управления

6. С повышением уровня управления в организации возрастает удельный вес заданий по.....

1. анализу работы
2. организации производства

3. оценке качества работы

4. менеджменту

7. Основным методологическим подходом в изучении курса менеджмента является:

1. метод научного познания

2. функциональный подход

3. системный подход

4. оптимальный подход

8. Субъект управления - это:

1. физическое или юридическое лицо, от которого исходит властное воздействие

2. физические и юридические лица, системы, процессы, на которые направлено воздействие

3. нечто или некто, испытывающее воздействие

4. это область деятельности, направленной на обеспечение роста образовательного уровня.

9. В менеджменте один из основных принципов управления по Анри Файолю гласит:

«Власть не отделима от...»

1. администрации

2. участия в управлении

3. коррупции

4. ответственности

10. Контроль можно классифицировать:

1. По принадлежности

2. По способам принятия решений

3. Основанию для обязанности

4. По объему контроля

11. Предметом контроля может быть:

1. исполнительская деятельность

2. работа менеджера

3. принципы управления

4. методы управления

12. Критерии для решения о контроле

1. Эффективность

2. Концепции контроля

3. Задача контроля

4. Границы контроля

13. Типы контрольных систем

1. Рыночный контроль

2. Контроль по выходу

3. Бюрократический контроль

4. Контроль со стороны государства

14. С точки зрения оценки результатов коммерческой деятельности контроль направлен на:

1. оценку стратегических альтернативных вариантов

2. оценку долгосрочных ключевых результатов

3. оценку степени их достижения

4. оценку развития процесса

16. Маркетинг – это:

а) предпринимательская деятельность, связанная с продвижением товаров и услуг от производителя к потребителю

б) вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена

в) совокупность управленческих действий в процессе обмена, направленных на удовлетворение нужд потребителей и превращения их из потенциальных покупателей в клиентов фирмы

г) все ответы верные

17. Несмотря на наличие значительного числа определений маркетинга, в каждом из них есть нечто общее, а именно:

а) приоритет производителя;

б) приоритет конкурента;

в) приоритет посредника;

г) приоритет потребителя.

18. На рынке представлена одна фирма, продающая конкретный товар, что соответствует:

а) олигополистической конкуренции;

б) чистой конкуренции;

в) чистой монополии;

г) монополистической конкуренции

19. Социально-этичный маркетинг - это:

а) маркетинг норм общественной жизни, этики предпринимательства;

б) декларация, не наполненная реальным содержанием;

в) концепция, ставящая прибыли фирмы в жесткую зависимость от удовлетворения высших перспективных потребностей человека и общества;

г) промежуточный, уже пройденный этап в развитии маркетинга.

20. Суть какой концепции маркетинга определяется выражением: «производите то, что можете продать вместо того, чтобы пытаться продать то, что можете произвести»

а) концепция совершенствования товара

б) концепция совершенствования производства

в) концепция чистого маркетинга

г) концепция интенсификации коммерческих усилий

21. Комплекс маркетинга включает:

а) рекламу, цену, товар, упаковку;

б) товар, распределение, цену, коммуникации;

в) товарный знак, упаковку, цену, распределение;

г) рекламу, личную продажу, общественные связи, стимулирование продаж.

7. Цели деятельности предприятия и цели маркетинга:

а) абсолютно идентичны;

б) совершенно различны;

в) частично взаимосвязаны;

г) тесно взаимосвязаны и соотносятся друг с другом.

22. Свои интересы в получении определенной прибыли коммерческая организация, реализующая маркетинг, обеспечивает за счет:

а) увеличения числа мест продажи товаров;

б) правильной ценовой политики;

в) рекламы;

г) удовлетворения нужд и потребностей потребителей.

23. На собрании административно-управленческого персонала директор предприятия сформулировал несколько задач, одна из которых непосредственно относится к службе управления маркетингом. Это задача:

а) определить стратегию развития предприятия;

б) разработать план технического перевооружения предприятия;

в) дать предположительное описание товаров и услуг, которые предприятию следует изготавливать;

г) разработать план социального развития предприятия.

24. Разработка и реализация комплекса маркетинга проводится для того, чтобы:

- а) установить обоснованную цену на товары;
- б) достичь установленных целей маркетинга;
- в) обеспечить эффективность рекламы;
- г) создать новые товары.

25. Что входит в производственную функцию маркетинга?

- а) организация производства новых товаров, разработка новых технологий
- б) организация системы товародвижения
- в) организация системы коммуникации на предприятии
- г) организация стратегического и оперативного планирования

26. Товарный ассортимент - это

- а) выделение в товарной номенклатуре самого рентабельного товара и продвижение его на рынок;
- б) вся совокупность изделий, выпускаемых предприятием и предлагаемых рынку;
- в) распределение продукции по уровню качества, функций, новизны и т.д.

27. Сегментирование рынка предполагает выполнение таких этапов как

- а) выбор сегмента целевого рынка;
- б) анализ рыночной среды;
- в) развитие рынка;
- г) диверсификация рынка

28. Основные методы маркетинговых исследований:

- а) кабинетный и системный
- б) системный и полевой
- в) кабинетный и полевой
- г) кабинетный, системный и полевой

Критерии оценки: количество баллов или удовлетворительно, хорошо, отлично определяются программными средствами по количеству правильных ответов к количеству случайно выбранных вопросов.

Контрольные задания и методика их выполнения для заочного отделения приводятся в методических указаниях по выполнению контрольных работ по дисциплине.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Лекции оцениваются по посещаемости, активности, умению выделить главную мысль.

Практические (семинарские) занятия оцениваются по самостоятельности выполнения работы, грамотности в оформлении, правильности выполнения.

Самостоятельная работа оценивается по качеству и количеству выполненных домашних работ, грамотности в оформлении, правильности выполнения.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Критерии оценки зачета в тестовой форме: количество баллов или удовлетворительно, хорошо, отлично. Для получения соответствующей оценки на зачете и экзамене по курсу используется накопительная система балльно-рейтинговой работы

студентов. Итоговая оценка складывается из суммы баллов или оценок, полученных по всем разделам курса и суммы баллов полученной на зачете или экзамене.

Таблица 4.1 – Критерии оценки уровня знаний студентов с использованием теста на экзамене по учебной дисциплине

Оценка	Характеристики ответа студента
Отлично	86-100 % правильных ответов
Хорошо	71-85 %
Удовлетворительно	51- 70%
Неудовлетворительно	Менее 51 %

Оценка «зачтено» соответствует критериям оценок от «отлично» до «удовлетворительно».

Оценка «не зачтено» соответствует критерию оценки «неудовлетворительно». Количество баллов и оценка неудовлетворительно, удовлетворительно, хорошо, отлично определяются программными средствами по количеству правильных ответов к количеству случайно выбранных вопросов.

Критерии оценивания компетенций следующие:

1. Ответы имеют полные решения (с правильным ответом). Их содержание свидетельствует об уверенных знаниях обучающегося и о его умении решать профессиональные задачи, оценивается в 5 баллов (отлично);
2. Более 75 % ответов имеют полные решения (с правильным ответом). Их содержание свидетельствует о достаточных знаниях обучающегося и его умении решать профессиональные задачи – 4 балла (хорошо);
3. Не менее 50 % ответов имеют полные решения (с правильным ответом) Их содержание свидетельствует об удовлетворительных знаниях обучающегося и о его ограниченном умении решать профессиональные задачи, соответствующие его будущей квалификации – 3 балла (удовлетворительно);
4. Менее 50 % ответов имеют решения с правильным ответом. Их содержание свидетельствует о слабых знаниях обучающегося и его неумении решать профессиональные задачи – 2 балла (неудовлетворительно).

Критерии оценки уровня усвоения знаний, умений и навыков по результатам экзамена в устной форме:

Оценка «отлично» выставляется, если дан полный, развернутый ответ на поставленный теоретический вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений. Умеет тесно увязывать теорию с практикой. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа или с помощью "наводящих" вопросов преподавателя.

Оценка «хорошо» выставляется, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен. Ответы на дополнительные вопросы логичны, однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью "наводящих" вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, явлений, вследствие

непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции. При ответе на дополнительные вопросы студент начинает понимать связь между знаниями только после подсказки преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент испытывает значительные трудности в ответе на экзаменационные вопросы. Присутствует масса существенных ошибок в определениях терминов, понятий, характеристике фактов. Речь неграмотна. На дополнительные вопросы студент не отвечает.

Оценка «зачтено» соответствует критериям оценок от «отлично» до «удовлетворительно».

Оценка «не зачтено» соответствует критерию оценки «неудовлетворительно».

Критерии оценки при решении задач: оценка «отлично» выставляется студенту, если он, решил задачу верно, пришел к верному знаменателю, показал умение логически и последовательно аргументировать решение задачи во взаимосвязи с практической действительностью. Оценка хорошо ставится в том случае если задача решена верно, но с незначительными погрешностями, неточностями. Оценка удовлетворительно ставится если соблюдена общая последовательность выполнения задания, но сделаны существенные ошибки в расчетах. Оценка неудовлетворительно ставится если задача не выполнена.

Критерии оценки текущих тестов: если студент выполняет правильно до 51% тестовых заданий, то ему выставляется оценка «неудовлетворительно»; если студент выполняет правильно 51-70% тестовых заданий, то ему выставляется оценка «удовлетворительно»; если студент выполняет правильно 71-85 % тестовых заданий, то ему выставляется оценка «хорошо»; если студент выполняет правильно 86-100% тестовых заданий, то ему выставляется оценка «отлично».

Практические (семинарские) занятия оцениваются по самостоятельности выполнения работы, активности работы в аудитории, правильности выполнения заданий, уровня подготовки к занятиям.

Самостоятельная работа оценивается по качеству и количеству выполненных домашних работ, грамотности в оформлении, правильности выполнения.

Тематика контрольных работ студентов заочного обучения

ВАРИАНТ 1

1. Варианты построения организационных структур управления.
2. Цели и стратегии менеджмента
3. Товар в маркетинге

ВАРИАНТ 2

1. Принципы менеджмента
2. Понятие и сущность организационной структуры и структуры управления
3. Сфера услуг в маркетинге

ВАРИАНТ 3

1. Основные функции менеджмента
2. Коммуникационный менеджмент
3. Методы маркетинговых исследований

ВАРИАНТ 4

1. Специфические функции менеджмента
2. Риск- менеджмент в сфере АПК
3. Основные понятия и направления, опыт проведения маркетинговых исследований

ВАРИАНТ 5

1. Понятие и виды методов менеджмента
2. Особенности управления сельскохозяйственными производственными кооперативами

3. Функции и виды маркетинга

ВАРИАНТ 6

1. Стратегический менеджмент
2. Особенности управления агропромышленными формированиями холдингового типа
3. Концепции маркетинга

ВАРИАНТ 7

1. Административные методы менеджмента
2. Особенности управления государственными унитарными предприятиями АПК
3. Способы организации маркетинговых исследований

ВАРИАНТ 8

1. Экономические методы менеджмента
2. Управленческие решения в системе менеджмента
3. Внешняя макросреда маркетинга

ВАРИАНТ 9

1. Социально-психологические методы менеджмента
2. Особенности управления акционерными обществами в АПК
3. Внутренняя среда маркетинга

ВАРИАНТ 10

1. Специфика менеджмента в с.х. производстве
2. Инновационный менеджмент
3. Состояния спроса и задачи маркетинга

Критерии оценки контрольных работ студентов заочного обучения:

«Зачтено» ставится если контрольная работа выполнена в срок, не требует дополнительного времени на завершение; контрольная работа выполнена полностью: решены все задачи, даны ответы на все вопросы, имеющиеся в контрольной работе; без дополнительных пояснений используются знания, полученные при изучении дисциплин; даны ссылки на источники информации и ресурсы сети Интернет, использованные в работе; контрольная работа аккуратно оформлена, соблюдены требования ГОСТов;

«Не зачтено» ставится если контрольная работа не выполнена в установленный срок, в контрольной работе присутствует большое число ошибок; не полностью или с ошибками решены задачи, даны неполные или неправильные ответы на поставленные вопросы; отсутствуют ссылки на источники информации и ресурсы сети Интернет, использованные в работе; контрольная работа выполнена с нарушениями требований ГОСТов; контрольная работа выполнена по неправильно выбранному варианту.