МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

АЗОВО-ЧЕРНОМОРСКИЙ ИНЖЕНЕРНЫЙ ИНСТИТУТ – ФИЛИАЛ
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» В Г. ЗЕРНОГРАДЕ

УТВЕРЖДАЮ
Директор

Бутенко Александр Федорович
Подписано цифровой подписью: Бутенко Александр Федорович
Дата: 2025.04.24 15:28:54 +03'00'
А.Ф. Бутенко

« 24 » апреля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплины Б1.В.04 «Менеджмент и маркетинг»

Специальность 23.05.01 «Наземные транспортно-технологические средства»

Специализация «Технические средства агропромышленного комплекса»

Факультет «Инженерно-технологический»

Кафедра «Экономика и управление»

Форма обучения заочная

Квалификация выпускника – инженер

Зерноград - 2025

При разработке рабочей программы учебной дисциплины в основу положены:

1. ФГОС ВО – специалитет по специальности 23.05.01 Наземные транспортно-технологические средства, утвержденный приказом Министерством науки и высшего образования Российской Федерации от «11» августа 2020 г. Приказ №935.

2. Учебный план по специализации «Технические средства агропромышленного комплекса» (год начала подготовки 2023) одобрен Ученым советом Азово-Черноморского инженерного института ФГБОУ ВО Донской ГАУ.
Протокол № 8 от « 19 » февраля 2025 г.

Изменения приняты Учёным советом Азово-Черноморского инженерного института ФГБОУ ВО Донской ГАУ
Протокол №7 от «26» марта 2025 г.

Рабочая программа учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг» одобрена на заседании кафедры «Экономика и управление».
Протокол №5 от «28» марта 2025 г.

Заведующий кафедрой
канд. техн. наук, доцент А.Ф. Рева

Рабочая программа учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг» рекомендована к использованию в учебном процессе на заседании методической комиссии по специальности 23.05.01 «Наземные транспортно-технологические средства».
Протокол № 5 от «28» марта 2025 г.

Председатель методической комиссии
канд. техн. наук, доцент В.А. Оберемок

Разработчик:
канд. экон. наук, доцент И.В. Старченко

Содержание

	с.
1. Вводная часть……..	4
1.1 Цели освоения дисциплины…….....	4
1.2 Место учебной дисциплины в структуре ОПОП ВО…….…….....	4
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с индикаторами достижения компетенций ….……..……..	5
2.Основная часть…….....	6
2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы…….....	6
2.2. Содержание учебной дисциплины…….....	7
2.2.1. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля……..	9
2.2.2. Лабораторный практикум…...……..	9
2.2.3. Практические занятия ……..	9
2.3. Самостоятельная работа студента……..	10
3. Образовательные технологии…….	11
4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и результатов освоения учебной дисциплины……...…….….	12
4.1. Виды контроля и аттестации, формы оценочных средств……	12
4.2. Примерные темы курсовых работ……...	13
4.3. Примерные темы рефератов ……..…….....	13
4.4. Тесты текущего контроля……	13
4.5. Тесты промежуточного контроля……	13
4.6. Технические средства контроля (решение учебных задач)……..	13
4.7. Варианты контрольных заданий…….	16
4.8. Вопросы к зачету……..……...……	16
5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины ……	18
5.1. Основная литература……	18
5.2. Дополнительная литература……	19
5.3. Профессиональные базы данных, информационные справочные системы и Интернет-ресурсы……...	20
5.4 Требования к программному обеспечению учебного процесса ……..	20
5.5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся ……..……	21
6.Материально-техническое обеспечение дисциплины…….....	22
7. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины...	23
Приложение 1 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации	
Приложение 2 Лист переутверждения рабочей программы учебной дисциплины	

1. ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1.1. Цели освоения учебной дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины менеджмент и маркетинг являются формирование у студентов современных фундаментальных знаний и развитие компетенций в области теории и практики современного менеджмента и маркетинга.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений.

Изучение данной дисциплины базируется на освоении студентами дисциплины «Экономическая теория».

Освоение данной дисциплины необходимо для качественного освоения дисциплин «Организация и планирование производства», «Экономика предприятий» и написания выпускной квалификационной работы.

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с индикаторами достижения компетенций

Изучение дисциплины направлено на формирование универсальных и общепрофессиональных компетенций, необходимых для решения задач профессиональной деятельности и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

<table>
<tr><td rowspan="2">Код компетенции</td><td rowspan="2">Содержание компетенции</td><td colspan="2">Планируемые результаты обучения</td></tr>
<tr><td>Код и наименование индикатора достижения компетенции</td><td>Формируемые знания, умения и навыки</td></tr>
<tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td></tr>
<tr><td rowspan="2">УК-10</td><td rowspan="2">Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</td><td>УК-10.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов государственной социально-экономической политики и её влияние на индивида</td><td rowspan="2">Знать: сущность, цели, задачи и функции менеджмента и маркетинга; факторы внешней и внутренней среды предприятия; процесс принятия управленческих решений; основные положения и методы управления персоналом на предприятии; комплекс маркетинга.
Уметь: собирать и анализировать информацию из внешней и внутренней среды предприятия; использовать функции менеджмента и маркетинга при выборе оптимального способа решения профессиональных задач; принимать обоснованные экономические и маркетинговые решения; обеспечивать работу команды необходимыми ресурсами.</td></tr>
<tr><td>УК-10.3 Осуществляет выбор оптимального способа решения финансово-экономической задачи с учётом интересов экономических субъектов, ресурсных ограничений, внешних и внутренних факторов</td></tr>
</table>

			Владеть: основными экономическими категориями и инструментарием менеджмента и маркетинга; навыками принятия обоснованных управленческих и маркетинговых решений с учётом интересов экономических субъектов, ресурсных ограничений, внешних и внутренних факторов.

2. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

2.1. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Заочная форма обучения

Вид работы		**Всего часов/ зач. единиц**	**Семестр № 8**
Аудиторные занятия (всего)		8	8
В том числе:			
Лекции (Л)		4	4
Практические занятия (ПЗ)		4	4
Лабораторные работы (ЛР)		–	–
Самостоятельная работа студента (СРС) (всего)		60	60
в том числе			
Курсовая работа		–	–
Реферат		–	–
Самоподготовка: проработка конспектов лекций, учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, текущему контролю		60	60
СРС в период промежуточной аттестации		**4**	**4**
Вид промежуточной аттестации	Зачет (З) Зачет с оценкой (ЗО)	**3**	**3**
	Экзамен (Э)	**-**	**-**
ИТОГО: **Общая трудоемкость**	часов	**72**	**72**
	зач. единиц	**2**	**2**

По учебной дисциплине, изучаемой в течение 8 семестра, итоговой оценкой в приложении к диплому указывается – зачет.

2.2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Содержание разделов учебной дисциплины

№ семестра очн. (заочн.)	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах	Коды индикаторов достижения компетенций
1	2	3	4
8	**1. Менеджмент**	**1.1. Теоретические основы менеджмента.** Понятие «управление» и его элементы. Управленческий труд и его специфика. Классификация управленческих работников. Роль управления производством в условиях развития рыночных отношений. Необходимость совершенствования организации управления. Понятие и сущность менеджмента. Значение менеджмента, его цели и задачи. Общие и специальные функции менеджмента как вида деятельности. Характерные аспекты и стадии менеджмента. Виды менеджмента.	УК-10.1 УК-10.3
		1.2. Функции менеджмента. Управленческое планирование: понятие, цели, задачи, влияние, элементы, механизмы. Организация как функция менеджмента. Организационная деятельность: понятие, субъект, объекты, задачи. Полномочия и их виды. Распределение управленческих полномочий. Централизация и децентрализация полномочий. Управленческая мотивация: основные понятия. Мотивационный процесс. Координация в менеджменте: понятие и функции. Сущность и задачи контроля в системе управления. Этапы контроля. Принципы и типы управленческого контроля.	УК-10.1 УК-10.3
		1.3. Принятие управленческих решений в менеджменте. Процесс управления и его этапы. Типы процессов управления. Целеполагание в менеджменте. Понятие управленческого решения. Виды управленческих решений. Принципы обоснования решений. Технология и организация процесса принятия решений. Реализация решений. Эффективность и качество управленческого решения. Методы принятия управленческих решений.	УК-10.1 УК-10.3
		1.4. Менеджмент персонала. Управление персоналом: основные понятия. Основные качества менеджера, особенности его работы. Сущность и система методов управления. Формальное и неформальное управление. Управление конфликтами: понятие и виды конфликтов, конфликт как процесс, функции конфликтов и формы разрешения.	УК-10.1 УК-10.3

1	2	3	4
8	**2. Маркетинг**	**2.1. Сущность, содержание и инструментарий маркетинга.** Сущность и содержание маркетинга. Современные концепции маркетинга. Функции и основные принципы маркетинга. Инструментарий маркетинга. Виды и объекты маркетинга. Маркетинговая среда предприятия.	УК-10.1 УК-10.3
		2.2. Сегментация рынка и исследование конкурентной среды рынка. Поведение потребителей. Понятие, виды и признаки сегментации рынка. Методы сегментации рынка: по потребителям, по параметрам продукта, по каналам сбыта. Целевой сегмент рынка и критерии его выделения. Позиционирование товара на рынке. Понятие и виды конкуренции. Типы конкурентных сил. Модель конкурентных сил. Стратегии конкурентной борьбы предприятия.	УК-10.1 УК-10.3
		2.3. Товар и ценообразование в системе маркетинга. Товар и его коммерческие характеристики. Задачи товарной политики. Жизненный цикл товара и характеристика его стадий: исследование и разработка, внедрение, рост, зрелость, спад. Марка товара и марочная политика. Упаковка товара. Оценка конкурентоспособности товара. Номенклатура и ассортимент товара. Товарные стратегии предприятия. Виды цен и особенности их применения. Методы расчета цен: затратные, рыночные и эконометрические. Формирование ценовой политики: факторы чувствительности покупателей к уровню цен; виды скидок и условия их применения; ценовые стратегии предприятия.	УК-10.1 УК-10.3
		2.4. Система товародвижения и маркетинговых коммуникаций. Понятие и цели товародвижения. Сущность и виды каналов сбыта. Характеристики каналов товародвижения. Основные функции посредников и виды посредников. Оптовая и розничная торговля как основные методы распределения товара. Стратегии товародвижения. Основные элементы системы маркетинговых коммуникаций. Теория коммуникаций. Реклама как составная часть маркетинговой деятельности: виды и средства рекламы, методы оценки эффективности рекламы, ее преимущества и недостатки. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Личные продажи и прямой маркетинг. Связи с общественностью.	УК-10.1 УК-10.3
		2.5. Организация маркетинговой деятельности на предприятии. Общие принципы организации маркетинговой деятельности. Основные задачи и функции службы маркетинга на предприятии. Права и ответственность службы маркетинга на предприятии. Виды организационных структур службы маркетинга на предприятии: функциональная, товарная, региональная, сегментная.	УК-10.1 УК-10.3

2.2.1. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

Заочная форма обучения

№ семестра	Наименование раздела (модуля) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (*по неделям семестра)*
		Л	**ЛР**	**ПЗ**	**СРС**	**всего**	
8	1. Менеджмент	2	-	2	30	34	УО-1, ТС-2
8	2. Маркетинг	2	-	2	30	34	УО-1, ТС-2
8	Зачет	-	-	-	4	4	УО-2
	ИТОГО:	**4**	-	**4**	**64**	**72**	

Примечание:
УО-1 – устный опрос (собеседование); ТС-2 – технические средства контроля (решение учебных задач); УО-2 – зачет.

2.2.2. Лабораторный практикум – не предусмотрен

2.2.3. Практические занятия

Заочная форма обучения

№ п\п	№ семестра	Наименование раздела (модуля) учебной дисциплины	Наименование практических занятий	Всего часов
1	2	3	4	5
1	8	1. Менеджмент	Практическое занятие №1.1. Принятие управленческих решений в менеджменте.	2
2	8	2. Маркетинг	Практическое занятие №2.1. Комплекс маркетинга.	2
		Итого		4

2.3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

Виды СРС:

Заочная форма обучения

№ семестра	Наименование раздела (модуля) учебной дисциплины	Виды СРС	Всего часов
1	2	3	4
8	1. Менеджмент	Проработка конспекта лекций, рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям.	30
	2. Маркетинг	Проработка конспекта лекций, рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям.	30
	Подготовка к сдаче зачета		4
ИТОГО часов в семестре:			**64**

3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Заочная форма обучения

№ семестра	Виды учебной работы	Образовательные технологии	Особенности проведения занятий (индивидуальные/ групповые)
1	2	3	4
8	Практическое занятие №1.1	Решение практических и ситуационных задач.	групповые
8	Практическое занятие №2.1	Решение практических и ситуационных задач.	групповые

Занятия в интерактивной форме в объеме:
- практические занятия – 4 часа.

В исключительных случаях применяется электронное обучение и дистанционные образовательные технологии (ЭО и ДОТ), включая проведение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Реализация программы дисциплины с использованием ЭО и ДОТ осуществляется по усмотрению ведущего преподавателя с учетом технических возможностей обучающихся с использованием программных средств, обеспечивающих применение элементов ЭО и ДОТ в Институте, путем синхронного и асинхронного взаимодействия, к которым могут относиться:

- электронная информационно-образовательная среда Института;
- групповая голосовая конференция в мессенджерах (Яндекс.Мессенджер, VK Teams);
- групповой чат в мессенджерах Яндекс.Мессенджер, социальной сети ВКонтакте;
- онлайн видеоконференция в Яндекс.Телемост;
- видеозаписи лекций педагогических работников Института, размещённые на различных видеохостингах (например, на каналах преподавателей) и/или облачных хранилищах (например, Яндекс.Диск).

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. ВИДЫ КОНТРОЛЯ И АТТЕСТАЦИИ, ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Заочная форма обучения

№ семестра	Виды контроля и аттестации (ВК, Тат, ПрАт*)	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование раздела (модуля) учебной дисциплины	Оценочные средства		
				Форма	Количество вопросов и заданий	Кол-во независимых вариантов
8	Тат-1	УК-10.1 УК-10.3	1.Менеджмент	УО-1	10	-
				ТС-2	12	1
8	Тат-2	УК-10.1 УК-10.3	2. Маркетинг	УО-1	10	-
				ТС-2	20	1
8	ПрАт	Зачет		УО-2	40	-

* ВК – входной контроль, Тат – текущая аттестация, ПрАт – промежуточная аттестация

4.2. ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ-

Курсовая работа не предусмотрена

4.3. ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

не предусмотрены

4.4. ТЕСТЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

не предусмотрены

4.5. ТЕСТЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ

не предусмотрены

4.6. ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА КОНТРОЛЯ (РЕШЕНИЕ УЧЕБНЫХ ЗАДАЧ)

Модуль 1 (Тат-2)

1. Расположите функции управления в соответствии с логическим порядком их осуществления относительно одного объекта и охарактеризуйте каждую их них:
- мотивация;
- контроль;
- планирование;
- организация.

2. Простейшую неделимую часть системы, которая обладает определенной целостностью, может иметь отношения с другими частями рассматриваемой совокупности и ее окружением, называют _____ системы. Какие виды систем вы знаете?

3. С точки зрения системного подхода в динамическом взаимодействии с внешней средой находятся _____ системы. Дайте их характеристику.

4. Целью_____ планов является комплексное обоснование проблем организации в процессе развития и определение показателей ее развития на перспективу. Какие еще виды планов вы знаете?

5. В теории менеджмента под _____ понимается передача задач управления и полномочий лицу, которое принимает на себя ответственность за их выполнение на основе использования полученных полномочий. Охарактеризуйте виды полномочий, которые существуют в организации.

6. В теории менеджмента под термином _____ понимается общение, обмен мыслями, сведениями, идеями, передача того или иного содержания от одного сознания к другому. Охарактеризуйте этапы и элементы коммуникационного процесса в организации.

7. Выберите из предложенных вариантов начальный этап фазы подготовки управленческого решения и обоснуйте свой выбор:
- выявление необходимости принятия решений;
- постановка проблемы;
- информационное обеспечение решения;
- обоснование альтернатив управленческого решения.

8. Используя метод единственного критерия из теории принятия управленческого решения, выберите альтернативу на основе следующей таблицы решений.

Критерий принятия решений – максимизация С1, ограничения на показатели: С2>1000; С3>500; С4<4000.

	С1	С2	С3	С4
Альтернатива 1	1000	2000	3000	2000
Альтернатива 2	5000	1000	0	500
Альтернатива 3	2000	3000	3000	4000
Альтернатива 4	800	0	1000	0

9. Какова экономическая эффективность принятия управленческого решения в области снижения себестоимости, если начальный уровень себестоимости составлял 250 тыс. руб., в результате реализации управленческого решения сопоставимый уровень себестоимости составил 150 тыс. руб., затраты на принятие и реализацию решения составили 50 тыс. руб., капитальные расходы – 100 тыс. руб.?

10. Новый вариант перераспределения обязанностей между сотрудниками позволил достичь реализации целей проекта на 3 дня раньше, то есть вместо 12 дней за 9 дней. Примерная величина затрат на 1 день реализации проекта равна 10 тыс. рублей. Организационная эффективность решения о перераспределении обязанностей составила ____ процентов.

11. Выполнение работ по обслуживанию клиентов отдела пластиковых карт банка до реализации проекта автоматизации осуществлялось усилиями 10 специалистов, а после реализации проекта – усилиями 5 специалистов. Организационная эффективность проекта автоматизации составила ____ процентов.

12. В организации был проведен ряд управленческих мероприятий, в результате которых была достигнута экономия за счет высвобождения численности работников – 150 тыс. рублей, за счет экономии канцелярских принадлежностей – 25 тыс. рублей. Экономический эффект от данных мероприятий составил _____ тыс. руб.

Модуль 2 (Тат-2)

1. Ряд авторов формируют и конкретизируют принципы маркетинга в более практической форме изложения, сохраняя при этом приверженность основополагающим принципам маркетинга. Поясните и конкретизируйте на примерах следующие из них:

- уважай и береги своего потребителя. Не уставай искать своего потребителя;
- товар – это постоянный повод для размышлений: а что еще можно с ним сделать?
- хорошо в гостях, а дома лучше. Ищи собственную рыночную нишу – дом для твоих товаров;
- сбыт, реклама, сервис – это система движения вашего товара, содержите ее в порядке;
- не забывай познать себя, свой маркетинг; это зеркало вашего предприятия!

2. Концепция маркетинга – это задачи, решение которых необходимо для достижения желаемых уровней сбыта на разных рынках, принципы и методы их решения. Часто интересы предприятия, потребителей и общества вступают в противоречие друг с другом. Каково сравнительное значение указанных интересов? Можно ли выработать единую концепцию осуществления маркетинга в современных условиях?

3. Маркетинг используют группы представителей различных профессий, таких, как артисты, адвокаты, аудиторы, врачи. В чем основные отличия в проведении ими маркетинговых действий?

4. Какой вид маркетинга наиболее подходит к следующим ситуация на рынке:

- спрос на кондиционеры имеет сильную зависимость от температуры воздуха;
- спрос на билеты в кино значительно увеличивается в выходные дни;
- растет престижность здорового образа жизни;
- часть покупателей не приобретает товары в интернет-магазинах вследствие недоверия к ним;
- строительная компания выиграла несколько тендеров, но возможности компании не позволяют ей должным образом выполнить все заказы.

5. Какие потребительские нужны удовлетворяют следующие товары/услуги:

- заказ косметики по каталогу;
- контактные линзы;
- ноутбук;
- курсы иностранного языка;
- страхование жизни.

6. Рынок болеутоляющего средства можно подразделить на три части по интенсивности покупательской потребности (быстрое, долговременное и постепенное облегчение) и на три группы по возрасту потребителей (молодежь, люди среднего возраста, пожилые люди). Сопо-

ставляя интенсивность потребностей и возраст потребителей, можно выделить девять сегментов рынка. Какие варианты выхода на рынок можно предложить?

7. Какие источники вторичной информации вам известны? Какие из них являются наиболее плодотворными для решения проблем деятельности предприятия?

8. Охарактеризуйте преимущества и недостатки Интернета как метода сбора первичной информации.

9. Существуют товары длительного пользования, например, компьютер, телевизор, который потребитель приобретает. Охарактеризуйте весь подход к принятию решения о покупке, включая процесс совершения выбора и источники информации.

10. Анализ конкурентоспособности позволяет выявить различия между конкурентами, но это не объясняет, как эти различия преодолеть и завоевать наилучшие позиции в бизнесе. Поясните в связи с развитием и ужесточением конкуренции содержание современного бенчмаркинга, его видов и принципов организации.

11. Менеджер производства шампуней задумывается над вопросом, сможет ли основной фирменный шампунь добиться более глубокого внедрения на рынок, то есть возможен ли рост продаж ныне существующей группе покупателей без каких-либо изменений товара. Предприятие будет продолжать работать с существующими товарами на существующих рынках. Какие варианты работы вы можете предложить?

12. Наступает время, когда объем продаж товара начинает уменьшаться. Это свидетельствует о вступлении товара в завершающую фазу – спад, характеризующуюся «уходом» товара с рынка. Какие возможны варианты продления жизни товара?

13. Постройте общую схему определения исходной (базовой) цены, используя следующие элементы: определение спроса; выбор методов ценообразования; формулировка задач ценообразования; оценка издержек; установление базовой цены; анализ цен и товаров конкурентов.

14. Многие предприятия ставят целью товародвижения доставку нужных товаров, в нужные места в нужное время с минимально возможными издержками. В какой мере данная цель достижима?

15. Разработайте план рекламы, выстроив приведенные ниже этапы разработки плана в логическую последовательность. Раскройте содержание этапов разработки плана рекламы. Этапы разработки плана рекламы: определение бюджета; выбор объекта рекламы; определение целей рекламы; определение содержания рекламы; создание рекламных обращений; выбор средств рекламы; план рекламных мероприятий; установление ответственности за создание рекламы.

16. Какие стратегические и тактические задачи решает маркетинг в целях:

- активизации бизнеса;
- планирования и организации товародвижения;
- организации совместной с иностранным партнером предприятия за рубежом.

17. Предприятие рассматривает вопрос о выпуске нового товара на рынок. Вероятность успеха рекламной кампании оценивается в 0,8. В случае успешной рекламной кампании вероятность успешного выпуска нового товара на рынок составляет 0,6. В случае неудачи рекламной кампании вероятность успешного выпуска нового товара на рынок оценивается в 0,3. Какова вероятность успешного выпуска нового товара на рынок?

18. Корректировка маркетинговой стратегии связана с мерами, которые имеют стоимостное выражение. Предприятие в минувшем году имело валовую прибыль 14,2 млн. руб. В текущем году с изменение стратегии предприятия валовая прибыль выросла на 10%. Общая сумма затрат на стратегические изменения составила 432 тыс. руб. Каковы годовой экономический эффект от новой стратегии предприятия и рентабельность затрат на корректировочные мероприятия?

19. Динамика объема продаж фильтров для очистки воды за последние пять месяцев следующая: 125; 123; 130; 119 и 126 тыс. руб. Каков прогноз продаж на следующий месяц?

20. Дирекция сети продуктовых магазинов самообслуживания приняла решение открыть отдел быстрого питания. Каковы основные мероприятия плана маркетинга для отдела быстрого питания на ближайшее время?

4.7. ВАРИАНТЫ КОНТРОЛЬНЫХ ЗАДАНИЙ

не предусмотрены

4.8. ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

№ вопроса	Вопросы	Коды индикаторов достижения компетенций
1	2	3
1	Понятие «управление» и его элементы	УК-10.1 УК-10.3
2	Понятие, цели, задачи, виды и значение менеджмента	УК-10.1 УК-10.3
3	Внутренняя и внешняя среда предприятия	УК-10.1 УК-10.3
4	Система управления предприятиями и ее виды	УК-10.1 УК-10.3
5	Цели предприятия: понятия, виды, выполняемые функции, предъявляемые требования	УК-10.1 УК-10.3
6	Функции менеджмента как вида деятельности	УК-10.1 УК-10.3
7	Организация как функция менеджмента	УК-10.1 УК-10.3
8	Виды полномочий и их распределение	УК-10.1 УК-10.3
9	Организационная структура управления: ключевые понятия, признаки классификации	УК-10.1 УК-10.3
10	Система мотиваций в менеджменте	УК-10.1 УК-10.3
11	Координация и контроль в менеджменте	УК-10.1 УК-10.3
12	Информационное обеспечение менеджмента	УК-10.1 УК-10.3
13	Коммуникационный процесс	УК-10.1 УК-10.3
14	Принятие управленческих решений в менеджменте	УК-10.1 УК-10.3
15	Менеджмент персонала: цели, задачи и принципы	УК-10.1 УК-10.3
16	Основные качества менеджера и особенности его работы	УК-10.1 УК-10.3
17	Методы управления	УК-10.1 УК-10.3
18	Власть и партнерство	УК-10.1 УК-10.3
19	Формальное и неформальное управление	УК-10.1 УК-10.3
20	Управление конфликтами	УК-10.1 УК-10.3

1	2	3
21	Понятие и сущность маркетинга	УК-10.1 УК-10.3
22	Основные виды и объекты маркетинга	УК-10.1 УК-10.3
23	Маркетинговая среда организации	УК-10.1 УК-10.3
24	Маркетинговая информация, ее свойства и виды	УК-10.1 УК-10.3
25	Методика проведения маркетингового исследования	УК-10.1 УК-10.3
26	Понятие, виды и признаки сегментации рынка	УК-10.1 УК-10.3
27	Позиционирование товара на рынке	УК-10.1 УК-10.3
28	Стратегии конкурентной борьбы предприятия	УК-10.1 УК-10.3
29	Товар в рыночной среде. Жизненный цикл товара	УК-10.1 УК-10.3
30	Номенклатура и ассортимент товара	УК-10.1 УК-10.3
31	Методы расчета цены товара	УК-10.1 УК-10.3
32	Ценовые стратегии предприятия	УК-10.1 УК-10.3
33	Понятие и цели товародвижения	УК-10.1 УК-10.3
34	Сущность и виды каналов сбыта	УК-10.1 УК-10.3
35	Формирование спроса и стимулирование сбыта	УК-10.1 УК-10.3
36	Реклама как составная часть маркетинговой деятельности.	УК-10.1 УК-10.3
37	Личные продажи и прямой маркетинг	УК-10.1 УК-10.3
38	Общие принципы организации маркетинговой деятельности	УК-10.1 УК-10.3
39	Цели, задачи и виды планирования в маркетинге. Бюджет маркетинга	УК-10.1 УК-10.3
40	Задачи, свойства и виды маркетингового контроля	УК-10.1 УК-10.3

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

№ п\п	Авторы	Наименование	Год и место издания	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
						В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Под ред. Н. Д. Эриашвили, Ю. А. Цыпкина.	Маркетинг: [Электронный ресурс]: учебник. - Электрон. дан. - Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=712652	Москва: Юнити-Дана, 2023.	1,2	8	+	+
2.	Ким, С.А.	Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник. - Электрон. дан. - Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710979	Москва: Дашков и К°, 2023	1,2	8	+	+
3.	Калужский, М. Л.	Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник. - Электрон. дан. - Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598991	– Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2021.	1,2	8	+	+
4.	Маслова, Е. Л.	Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник. - Электрон. дан. - Режим доступа: : https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=711137	-Москва: Дашков и К°, 2024	1,2	8	+	+
5	Набоков, В. И.	Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник. - Электрон. дан. - Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709857	-Москва: Дашков и Ко, 2024	1,2	8	+	+

5.2. Дополнительная литература

№ п\п	Авторы	Наименование	Год и место издания	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
						В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Цахаев, Р. К.	Маркетинг: учебник [Электронный ресурс]: учебник. - Электрон. дан. - Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684283	– Москва : Дашков и К°, 2021.	1,2	8	10	
2.	Алексунин, В. А.	Маркетинг: учебник [Электронный ресурс]: учебник. - Электрон. дан. - Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573217	– Москва : Дашков и К°, 2019.	1,2	8	+	+
3.	Под науч. ред. Н. Д. Эриашвили, Ю. А. Цыпкина ; под ред. М. А. Комарова, М. М. Максимцова.	Менеджмент: учебник [Электронный ресурс]: учебник. - Электрон. дан. - Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=712871	– Москва : Юнити-Дана, 2023.	1,2	8	15	+
4.	Акмаева, Р. И.	Менеджмент: учебник [Электронный ресурс]: учебник. - Электрон. дан. - Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491959	– Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2018.	1,2	8	10	+

5.3. Базы данных, информационно-справочные, поисковые системы и другие Интернет-ресурсы

1. Правительство РФ – http://government.ru
2. Федеральная служба государственной статистики – https://www.gks.ru
3. Министерство экономического развития Российской Федерации – http://www.economy.gov.ru
4. Министерство финансов Российской Федерации – http://www.minfin.ru
5. Высшая Школа Экономики (Национальный исследовательский университет) – http://www.hse.ru
6. Российское агентство поддержки малого бизнеса – http://www.siora.ru
7. Управленческий консалтинг – http://www.m-consult.narod.ru
8. Фонд экономических исследований «Новая экономика» – http://neweco.ru
9. Экономический портал – http://institutiones.com
10. Федеральный образовательный портал ЭСМ «Экономика. Социология. Менеджмент» – http://ecsocman.hse.ru/
11. Университетская библиотека онлайн. Электронно-библиотечная система – https//biblioclub.ru/
12. Издательство Лань. Электронно-библиотечная система – https//e.lanbook.com/
13. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – http://elibrary.ru

Информационные технологии

Электронная информационная образовательная среда института обеспечивает доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик; формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы. Предусмотрена возможность взаимодействия студентов и преподавателей посредством технологий по пересылке и получению электронных сообщений.

5.4 Программное обеспечение учебного процесса

LibreOffice;
Аскон Компас 14.

5.5 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

№ п\п	№ семестра	Вид самостоятельной работы	Авторы	Наименование	Год и место издания
1.	8	Проработка лекций, учебной и методической литературы	Под ред. Н. Д. Эриашвили, Ю. А. Цыпкина.	Маркетинг: [Электронный ресурс]: учебник. - Электрон. дан. - Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=712652	Москва: Юнити-Дана, 2023.
2.			Ким, С.А.	Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник. - Электрон. дан. - Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710979	Москва: Дашков и К°, 2023
3.			Маслова, Е. Л.	Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник. - Электрон. дан. - Режим доступа: : https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=711137	-Москва: Дашков и К°, 2024
4.			Набоков, В. И.	Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник. - Электрон. дан. - Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709857	-Москва: Дашков и Ко, 2024
1.	8	Подготовка к сдаче зачёта	Под ред. Н. Д. Эриашвили, Ю. А. Цыпкина.	Маркетинг: [Электронный ресурс]: учебник. - Электрон. дан. - Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=712652	Москва: Юнити-Дана, 2023.
2.			Ким, С.А.	Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник. - Электрон. дан. - Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710979	Москва: Дашков и К°, 2023
3.			Маслова, Е. Л.	Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник. - Электрон. дан. - Режим доступа: : https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=711137	-Москва: Дашков и К°, 2024
4.			Набоков, В. И.	Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник. - Электрон. дан. - Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709857	-Москва: Дашков и Ко, 2024

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
2-363 Аудитория для лекционных, семинарских, практических занятий и консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. Советская, дом №28/30.	Комплект учебной мебели. Переносной комплект мультимедийного оборудования: проектор мультимедийный, экран на треноге (или настенный), Ноутбук. Доска маркерная. Посадочных мест 50.
2-378 Аудитория для лекционных, семинарских, практических занятий и консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. Советская, дом №28/30.	Комплект учебной мебели. Мультимедийное оборудование: проектор мультимедийный Acer P1203, проекционный экран рулонный настенный -1 шт., компьютер в сборе с монитором LG Flatron W2242S, клавиатурой и мышью. Доска меловая. Посадочных мест 54.
2-374 Аудитория для лекционных, семинарских, практических занятий, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. Советская, дом №28/30.	Комплект учебной мебели. Переносной комплект мультимедийного оборудования: проектор мультимедийный, экран на треноге (или настенный), Ноутбук. Доска меловая. Посадочных мест 32.
2-367а Аудитория для семинарских, практических занятий, консультаций, курсового проектирования и самостоятельной работы. Аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации. 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. Советская, дом №28/30.	Комплект учебной мебели. Компьютерный класс на 13 рабочих мест, объединенные в локальную сеть с выходом в сеть Internet. Системный блок С2,8Ггц , 512 Mb, 80Gb HDD – 12 шт., Системный блок С2,8Ггц , 1Gb, 250Gb HDD – 1 шт. монитор Samsung SyncMaster920NW – 13шт,. Доска меловая. Посадочных мест 12.
2-252 Читальный зал для самостоятельной работы 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. Советская, дом №28/30.	15 рабочих мест для самостоятельной работы, объединенные в локальную сеть с выходом в сеть Internet. Системный блок Core i3 3,06 Ггц , 2Gb, 250Gb HDD – 5 шт. Системный блок Celeron J3060 1,6 Ггц, 4 Gb, 128 Gb SSD - 10 шт. монитор Phillips 2205– 5 шт, монитор Samsung SyncMaster 923m - 10шт принтер Epson LX-1170 Посадочных мест 114
2-170а Отдел научно-технической и социально-гуманитарной литературы, МБА для самостоятельной работы. 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. Советская, дом №28/30.	Посадочных мест 2 для самостоятельной работы, объединенных в локальную сеть с выходом в сеть Internet. Системный блок Core i3 540 3,06 Ггц , 2Gb, 250Gb HDD – 1шт. Системный блок С2,8Ггц , 512 Mb, 160Gb HDD – 1 шт.,

	монитор Samsung 920NW– 1 шт., монитор Phillips 2205– 1 шт., принтер HP LJ 1150 МФУ Kyocera Taskalfa 180
2-170б Электронный читальный зал для самостоятельной работы 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. Советская, дом №28/30.	Посадочных мест 10 для самостоятельной работы, объединенных в локальную сеть с выходом в сеть Internet. Системный блок С2,8Ггц, 1 GB, 80 GB HDD – 1 шт. Системный блок С2,8Ггц, 512 МБ, 80 GB HDD – 9 шт. Монитор Samsung 920NW – 10 шт. Коммутатор Dlink – 1 шт. Сканер EPSON – 1 шт.
2-349а Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. Советская, дом №28/30	Специализированная мебель и оборудование для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (основные понятия менеджмента и маркетинга, цели, функции менеджмента и маркетинга, виды менеджмента и маркетинга, процесс менеджмента, комплекс маркетинга, менеджмент персонала, эффективность менеджмента и маркетинга).
Практические занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом. Решение задач по алгоритму.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций и рекомендуемую литературу.