МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДАРАЦИИ
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

Бутенко Александр Федорович
Подписано цифровой подписью: Бутенко Александр Федорович
Дата: 2024.04.18 13:13:16 +03'00'

УТВЕРЖДАЮ
Директор

А.Ф. Бутенко
«18» апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплины ОП.13 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Специальность: 35.02.05 Агрономия

Квалификация выпускника: агроном

Уровень подготовки по ППССЗ: базовый

Срок освоения ППССЗ: 3 года 10 месяцев

Факультет: среднего профессионального образования

Кафедра: «Экономика и управление»

Форма обучения: очная

Зерноград, 2024

При разработке рабочей программы дисциплины в основу положены:

1. ФГОС СПО по специальности 35.02.05 Агрономия, утвержденный приказом Министерством образования и науки РФ от «13» июля 2021 г. № 444.

2.Учебный план специальности 35.02.05 Агрономия, одобренный Ученым советом Азово-Черноморского инженерного института ФГБОУ ВО Донской ГАУ «29» февраля 2024 г. Протокол №7.

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена на заседании кафедры «Экономика и управление» «20» марта 2024 г. Протокол № 8

Заведующий кафедрой: Рева А.Ф.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и рекомендована к использованию в учебном процессе на заседании методической комиссии по специальностям 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения», 21.02.19 «Землеустройство», 35.02.05 «Агрономия» «28» марта 2024 г. Протокол № 7.

Председатель методической комиссии: Строгий Б.Н.

Разработчик: к.т.н., преподаватель 1 категории И.В. Украинцева

СОДЕРЖАНИЕ

№	Наименование раздела	стр.
1.	Паспорт рабочей программы учебной дисциплины……...	4
2.	Структура и содержание учебной дисциплины…….	5
3.	Условия реализации учебной дисциплины……..	9
4.	Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины..	12

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.13 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности (специальностям) СПО 35.02.05 «Агрономия».

1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина относится к общепрофессиональным дисциплинам общепрофессионального цикла программы подготовки специалистов среднего звена**.**

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:
А) обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации (ОК 2, ОК 4);
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения (ОК 2, ОК 4);
- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг (ОК 2, ОК 4).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике (ОК 2, ОК 4);
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги) (ОК 2, ОК 4);
- формы оплаты труда (ОК 2, ОК 4);
- стили управления, виды коммуникации (ОК 2, ОК 4);
- принципы делового общения в коллективе (ОК 2, ОК 4);
- управленческий цикл (ОК 2, ОК 4);
- особенности менеджмента в области агрономии (ОК 2, ОК 4);
- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом (ОК 2, ОК 4);
- формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации (ОК 2, ОК 4).

1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 54 часа, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 54 часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	54
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	54
в том числе:	
лекции	36
практические занятия	18
Итоговая аттестация в форме	зачет

2.2. Тематический план и содержание дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) *(если предусмотрены)*	Объем часов	Формируемые общие и профессиональные компетенции
1	**2**	**3**	**4**
Раздел 1.	**Основы экономики**	***20***	ОК 2, ОК 4
Тема 1.1. Экономическая теория: предмет, структура, функции	Содержание учебного материала	*2*	
	1. Основные этапы развития экономической теории.		
	2. Предмет, объект и функции экономической теории.		
	3. Микро и макроэкономика, их содержание, цели и задачи.		
	4. Методы экономики.		
Тема 1.2. Основные проблемы экономической организации общества	Содержание учебного материала	*2*	ОК 2, ОК 4
	1. Производственные возможности общества: ограниченность экономических ресурсов. Проблема выбора в экономике. Кривая производственных возможностей.		
	2. Экономические системы. Рыночная организация экономики. Классификация рынков. Кругооборот ресурсов, товаров, денег и доходов в рыночном хозяйстве		
	Практические занятия	*2*	
Тема 1.3. Основы теории спроса и предложения. Теория потребительского поведения	Содержание учебного материала	*2*	ОК 2, ОК 4
	1. Спрос и закономерности его изменения. Эластичность спроса.		
	2. Предложение и его функция. Эластичность предложения.		
	3. Рыночное равновесие и равновесная цена.		
	4. Оптимум потребителя в теории потребительского выбора.		
Тема 1.4. Экономика фирмы	Содержание учебного материала	*2*	ОК 2, ОК 4
	1. Производственная функция и ее свойства. Равновесие производителя. Эффект масштаба. Оптимальное соотношение производственных факторов.		
	2. Издержки и прибыль в экономической теории.		
	3. Поведение фирмы и выбор объема производства в условиях совершенной и несовершенной конкуренции.		
	Практические занятия	*2*	
Тема 1.5. Рынки факторов производства	Содержание учебного материала	*2*	ОК 2, ОК 4
	1. Спрос и предложение на факторы производства.		
	2. Понятие рынка труда и его структура.		
	3. Рынок капитала и его особенности. Оценка капитала и инвестиционные решения.		
	4. Рынок земли и его особенности.		
Тема 1.6. Национальная экономика как целое и макроэкономическая нестабильность	Содержание учебного материала	*2*	ОК 2, ОК 4
	1. Национальная экономика как целое: Производство и воспроизводство. Национальное богатство. Система национальных счетов. Основные макроэкономические показатели. Народнохозяйственный кругооборот.		
	2. Макроэкономическая нестабильность: Безработица и ее виды. Инфляция и ее виды. Доходы населения и их распределение. Экономические циклы и их классификация. Экономический рост.		
	Практические занятия	*2*	
Тема 1.7. Инструменты макроэкономиче-	Содержание учебного материала	*2*	ОК 2, ОК 4
	1. Необходимость государственного регулирования экономики.		

ской политики государства	2.	Монетарная политика государства. Фискальная политика государства. Социальная политика государства.		
	3.	Внешнеторговая политика государства. Валютная политика государства.		
Раздел 2.	**Основы менеджмента**		***16***	ОК 2, ОК 4
Тема 2.1. Понятие и развитие менеджмента	Содержание учебного материала		*2*	ОК 2, ОК 4
	1.	Понятие и сущность менеджмента: Понятие и значение менеджмента. Соотношение понятий «управление» и «менеджмент». Цели и задачи менеджмента. Цикл менеджмента. Общие и специальные функции менеджмента как вида деятельности. Характерные черты современного менеджмента		
	2.	Внутренняя и внешняя среда предприятия: Внешняя среда предприятия: понятие, сущность и характеристика внешней среды; среда косвенного и прямого воздействия. Внутренняя среда предприятия: содержание внутренней среды и ее основные переменные (цели, структура, задачи, технология, люди), взаимосвязь внутренних переменных.		
	3.	Эволюция менеджмента: Природа управления и исторические тенденции его развития. Школы менеджмента: Школа научного управления. Классическая (административная) школа управления. Школа психологии и человеческих отношений. Количественная школа (школа науки управления).		
	Практические занятия		*2*	
Тема 2.2. Функции менеджмента	Содержание учебного материала		*4*	ОК 2, ОК 4
	1.	Планирование как функция менеджмента: Сущность и принципы эффективного планирования. Типы и методы управленческого планирования		
	2.	Организация как функция менеджмента: Организационная деятельность: понятие, субъект, объекты, задачи. Принципы построения организационной структуры управления.		
	3.	Мотивация деятельности в менеджменте: основные понятия. Мотивационный процесс. Типы и методы управленческой мотивации.		
	4.	Контроль и координация деятельности в менеджменте: Сущность и задачи контроля в системе управления. Принципы и типы управленческого контроля. Координация в менеджменте		
	Практические занятия		*2*	
Тема 2.3. Менеджмент персонала	Содержание учебного материала		*4*	ОК 2, ОК 4
	1.	Коммуникации в менеджменте: Сущность и роль коммуникаций в системе управления. Коммуникационный процесс: понятие и сущность коммуникаций, основные элементы и этапы коммуникационного процесса. Виды коммуникаций. Преграды в коммуникациях предприятия и их совершенствование.		
	2.	Стили управления: Человек в системе управления. Основные качества менеджера, особенности его работы. Авторитарный, демократический и либеральный стили управления.		
	3.	Деловое общение: этика делового общения и принципы делового общения. Приемы делового и управленческого общения.		
	4.	Методы управления: понятие и классификация системы методов управления. Экономические методы управления. Организационно-распорядительные методы управления. Социально-психологические методы управления.		
	Практические занятия		*2*	
Раздел 3.	**Основы маркетинга**		***18***	ОК 2, ОК 4
Тема 3.1. Сущность, содержание и виды маркетинга	Содержание учебного материала		4	ОК 2, ОК 4
	1.	Сущность, содержание и современные концепции маркетинга: основные определения и понятия маркетинга, рынок и его характеристики, развитие концепций маркетинга.		

	2.	Функции и основные принципы маркетинга: цели маркетинга (количественные и качественные), виды и характеристика целей маркетинга. Основные принципы маркетинга. Функции маркетинга. Комплекс маркетинга.		
	3.	Маркетинговая среда предприятия: Микросреда предприятия. Макросреда предприятия. Взаимодействие предприятия с внешней средой.		
	4.	Основные виды маркетинга: маркетинг, ориентированный на продукт; маркетинг, ориентированный на потребителя; интегрированный маркетинг. Виды маркетинга в зависимости от видов спроса.		
	Практические занятия		*2*	
Тема 3.2. Комплекс маркетинга	Содержание учебного материала			
	1.	Товар и его коммерческие характеристики: понятие товара и формула товара, многоуровневая модель товара и классификация товара. Жизненный цикл товара. Конкурентоспособность товара.	*4*	ОК 2, ОК 4
	2.	Ценовая политика и ценообразование в маркетинге: виды цен и особенности их применения. Методы расчета цен: затратные, рыночные и эконометрические.		
	3.	Товародвижение в маркетинге: понятие и цели товародвижения. Характеристики каналов товародвижения.		
	4.	Система 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.		
	Практические занятия		*2*	
Тема 3.3. Организация маркетинговой деятельности на предприятии	Содержание учебного материала			
	1.	Планирование в системе маркетинга: Цели, задачи и виды планирования в маркетинговой деятельности. Стратегическое и текущее планирование. Процесс планирования маркетинговой деятельности: план маркетинга и интегрированный план маркетинга, бюджет маркетинга.	*4*	ОК 2, ОК 4
	2.	Маркетинговый контроль: Задачи и свойства маркетингового контроля. Объекты и уровни маркетингового контроля. Виды маркетингового контроля.		
	3.	Общие принципы организации маркетинговой деятельности: основные задачи, виды и функции службы маркетинга на предприятии.		
	Практические занятия		*2*	
		Всего:	*54*	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:
1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета экономики, менеджмента и маркетинга, электронный читальный зал.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- макеты.

Технические средства обучения: проектор мультимедийный; экран на треноге (или настенный); ноутбук

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

№ п\п	Наименование	Авторы	Год и место издания	Используется при изучении разделов	Количество экземпляров	
					В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6	7
1	Маркетинг: учебник	Алексунин, В.А.	Электр. дан – Москва: Дашков и К°, 2019. – 200 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573217	3	–	–
2	Маркетинг: учебник	Чернопятов, А.М.	Электр. дан – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 439 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564259	3	–	–
3	Основы теории управления: учебник и практикум для среднего профессионального образования и бакалавриата	Дорофеева, Л.И.	Электр. дан – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570832	2	–	–
4	Экономика: учебник: в 2 ч.	Лукашенко, М.А., Ионова, Ю.Г., Михненко, П.А. и др.	Электр. дан – Москва: Университет Синергия, 2020. – Ч. 1. – 369 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=455418	1	–	–
5	Экономика: учебник: в 2 ч.	Лукашенко М.А., Алавердов А.Р., Безнощенко Д. В. и др.	Электр. дан – Москва: Университет Синергия, 2020. – Ч. 2. – 389 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=495818	1	–	–

Дополнительные источники:

№ п\п	Наименование	Авторы	Год и место издания	Используется при изучении разделов	Количество экземпляров	
					В библио-теке	На ка-федре
1	2	3	4	5	6	7
1	Маркетинг : учебно-методическое пособие	Сидорова, С.А.	Электр. дан – Самара: СамГУПС, 2020. – 96 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/161309	3	–	–
2	Основы менеджмента: учебное пособие для студентов среднего профессионального образования	Баландина, О.В., Локтюхина Н.В., Шапиро С. А.	Электр. дан – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 253 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574371	2	–	–
3	Основы экономики, менеджмента и маркетинга: учебное пособие	Кожухова, А. Н.	Электр. дан – Брянск: Брянский ГАУ, 2018. – 108 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/133060	1-3	–	–
4	Основы экономики: учебное пособие	Якушкин, Е.А., Якушкина Т.В.	Электр. дан – Минск: РИПО, 2020. – 249 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=600132	1	–	–
5	Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие	Дробышева, Л.А.	Электр. дан – Москва: Дашков и К°, 2022. – 150 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684485	1-3	–	–

Интернет ресурсы, информационные справочные системы и базы данных:

1. www.biblioclub.ru – Университетская библиотека онлайн
2. https://e.lanbook.com – Издательство Лань. Электронно-библиотечная система

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.

Программное обеспечение учебного процесса

LibreOffice

3.3. Особенности реализации рабочей программы

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. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Результаты обучения (умения, знания, общие компетенции)	**Основные показатели оценки результатов**	**Форма контроля и оценивания**
В результате изучения дисциплины обучающийся должен **уметь:**		
рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации (ОК 2, ОК 4);	знание основных технико – экономические показателей деятельности организации и методику их расчета	Анализ результатов тестирования. Оценка выполненных практических работ.
применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения (ОК 2, ОК 4);	точность использования основных приемов интерактивного взаимодействия партнеров, средств передачи информации, механизмов воздействия в общении	Анализ результатов тестирования. Оценка выполненных практических работ.
анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг (ОК 2, ОК 4).	правильность анализа ситуации на рынке товаров и услуг	Анализ результатов тестирования. Оценка выполненных практических работ.
В результате изучения дисциплины обучающийся должен **знать:**		
роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике (ОК 2, ОК 4);	полнота характеристики организации как хозяйствующего субъекта рыночной экономики	Анализ результатов тестирования. Устный опрос.
механизмы ценообразования на продукцию (услуги) (ОК 2, ОК 4);	знание процесса формирования цены в организации, виды цен, методы ценообразования	Анализ результатов тестирования. Оценка выполненных практических работ.
формы оплаты труда (ОК 2, ОК 4);	знание особенностей сдельной и повременной систем оплаты труда. Описание состава и особенностей тарифной системы оплаты труда	Анализ результатов тестирования. Устный опрос.
стили управления, виды коммуникации (ОК 2, ОК 4);	полнота характеристики стилей управления и основных видов коммуникации	Анализ результатов тестирования. Оценка выполненных практических работ.
принципы делового общения в коллективе (ОК 2, ОК 4);	глубина раскрытия структуры коммуникационного процесса, психологических закономерностей делового общения, сущности формаль-	Анализ результатов тестирования. Устный опрос.

	ных и неформальных коммуникаций, этики делового общения	
управленческий цикл (ОК 2, ОК 4);	полнота знаний организации работы по управлению предприятием	Анализ результатов тестирования. Оценка выполненных практических работ.
особенности менеджмента в области агрономии (ОК 2, ОК 4);	полнота знаний организации работы по управлению предприятием сельскохозяйственной отрасли	Анализ результатов тестирования. Устный опрос.
сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом (ОК 2, ОК 4);	правильность формулирования сущности, целей, основных принципов и функций маркетинга	Анализ результатов тестирования. Оценка выполненных практических работ.
формы адаптации производства и сбыта в рыночной ситуации (ОК 2, ОК 4).	полнота характеристики формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации	Анализ результатов тестирования. Оценка выполненных практических работ.
Итоговый контроль		**зачет**

Разработчики:

каф. Экономики и управления (место работы) к.т.н., преподаватель 1 категории (занимаемая должность) И.В. Украинцева (инициалы, фамилия)

ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Рабочая программа учебной дисциплины_____
одобрена на 20____/20____ учебный год.
Протокол № ____ заседания кафедры от «_____» _____ 20____ г.

Ведущий преподаватель_____
Зав. кафедрой_____

Рабочая программа учебной дисциплины_____
одобрена на 20____/20____ учебный год.
Протокол № ____ заседания кафедры от «_____» _____ 20____ г.

Ведущий преподаватель_____
Зав. кафедрой_____

Рабочая программа учебной дисциплины_____
одобрена на 20____/20____ учебный год.
Протокол № ____ заседания кафедры от «_____» _____ 20____ г.

Ведущий преподаватель_____
Зав. кафедрой_____

Рабочая программа учебной дисциплины_____
одобрена на 20____/20____ учебный год.
Протокол № ____ заседания кафедры от «_____» _____ 20____ г.

Ведущий преподаватель_____
Зав. кафедрой_____

Рабочая программа учебной дисциплины_____
одобрена на 20____/20____ учебный год.
Протокол № ____ заседания кафедры от «_____» _____ 20____ г.

Ведущий преподаватель_____
Зав. кафедрой_____