

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени И.Т. ТРУБИЛИНА»

Факультет агрохимии и защиты растений
Менеджмента



УТВЕРЖДЕНО
Декан
Лебедевский И.А.
Протокол от 22.04.2025 № 8

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ»**

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 35.03.04 Агрономия

Направленность (профиль) подготовки: Защита растений

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Год набора (приема на обучение): 2025

Срок получения образования: 4 года

Объем:
в зачетных единицах: 3 з.е.
в академических часах: 108 ак.ч.

Разработчики:

Старший преподаватель, кафедра менеджмента Серая Н.Н.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 35.03.04 Агрономия, утвержденного приказом Минобрнауки от 26.07.2017 № 699, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Агроном", утвержден приказом Минтруда России от 20.09.2021 № 644н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Менеджмента	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Егоров Е.А.	Согласовано	14.04.2025, № 9
2		Председатель методической комиссии/совета	Москалева Н.А.	Согласовано	22.04.2025, № 8

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - формирование комплекса знаний о роли и месте менеджмента и маркетинга в современной экономической системе, предпринимательской деятельности, планировании и управлении бизнесом; научить студентов увязывать анализ и принятие решений по управлению предприятием со всеми параметрами и факторами рынка

Задачи изучения дисциплины:

- Получение знаний об оптимальных способах принятия управленческих решений, и исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, методы маркетинговых исследований и стимулирования сбыта в области менеджмента и маркетинга;
- Формирование умений применять базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности, ориентированную на выявление и лучшее удовлетворение запросов потребителей; проектировать схемы управления предприятиями; проводить маркетинговые исследования рынка;
- Выработка навыков разработки направлений и применения наиболее рациональных методов и принципов менеджмента и маркетинга, способствующих повышению эффективности деятельности предприятия.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

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

УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач

Знать:

УК-2.1/Зн1

УК-2.1/Зн2

Уметь:

УК-2.1/Ум1

Владеть:

УК-2.1/Нв1

УК-2.2 Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений

Знать:

УК-2.2/Зн1

УК-2.2/Зн2

Уметь:

УК-2.2/Ум1

Владеть:

УК-2.2/Нв1

УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время

Знать:

УК-2.3/Зн1

Уметь:

УК-2.3/Ум1

Владеть:

УК-2.3/Нв1

УК-2.3/Нв2

УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта

Знать:

УК-2.4/Зн1

Уметь:

УК-2.4/Ум1

Владеть:

УК-2.4/Нв1

УК-2.4/Нв2

ОПК-6 Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности

ОПК-6.1 Демонстрирует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства

Знать:

ОПК-6.1/Зн1

ОПК-6.1/Зн2 Базовые принципов экономики в сфере сельскохозяйственного производства

Уметь:

ОПК-6.1/Ум1

ОПК-6.1/Ум2

ОПК-6.1/Ум3 Демонстрировать базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства

Владеть:

ОПК-6.1/Нв1

ОПК-6.1/Нв2 Владения базовыми знаниями экономики в сфере сельскохозяйственного производства

ОПК-6.2 Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур

Знать:

ОПК-6.2/Зн1

ОПК-6.2/Зн2 Методов расчета экономической эффективности применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур

Уметь:

ОПК-6.2/Ум1

ОПК-6.2/Ум2

ОПК-6.2/Ум3 Определять экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур

Владеть:

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Менеджмент и маркетинг» относится к обязательной части образовательной программы и изучается в семестре(ах): 7.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Внеаудиторная контактная работа (часы)	Зачет (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Седьмой семестр	108	3	45	1		18	26	63	Зачет
Всего	108	3	45	1		18	26	63	

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

(часы промежуточной аттестации не указываются)

Наименование раздела, темы	Всего	Внеаудиторная контактная работа	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соответствующие результатам освоения программы
Раздел 1. Менеджмент в управлении организацией	55		9	14	32	УК-2.1 УК-2.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2
Тема 1.1. Сущность и развитие менеджмента и маркетинга	15		3	4	8	
Тема 1.2. Основы управления предприятием	14		2	4	8	
Тема 1.3. Менеджмент человеческих ресурсов. Организация труда руководителя.	13		2	3	8	

Тема 1.4. Информационная база менеджмента.	13		2	3	8	
Раздел 2. Маркетинг исследования как основа процесса постановки целей	52		9	12	31	УК-2.2 УК-2.4 ОПК-6.1
Тема 2.1. Маркетинг и его роль в системе управления предприятием. Процесс, функции, виды и типы маркетинга.	14		3	3	8	
Тема 2.2. Товар в системе маркетинга. Жизненный цикл товара.	12		2	3	7	
Тема 2.3. Распределение товара и стимулирование сбыта.	13		2	3	8	
Тема 2.4. Организация деятельности маркетинговой службы.	13		2	3	8	
Раздел 3. Промежуточная аттестация	1	1				УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3
Тема 3.1. Зачет	1	1				УК-2.4 ОПК-6.1 ОПК-6.2
Итого	108	1	18	26	63	

5.2. Содержание разделов, тем дисциплин

Раздел 1. Менеджмент в управлении организацией

(Лекционные занятия - 9ч.; Практические занятия - 14ч.; Самостоятельная работа - 32ч.)

Тема 1.1. Сущность и развитие менеджмента и маркетинга

(Лекционные занятия - 3ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 8ч.)

1. Понятие менеджмент и маркетинг
2. Цели и задачи менеджмента и маркетинга.
3. Взаимосвязь менеджмента и маркетинга.

Тема 1.2. Основы управления предприятием

(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 8ч.)

1. Сущность менеджмента: вид деятельности и система управления.
2. Принципы и методологические основы менеджмента.
3. Виды менеджмента и их взаимосвязь.

Тема 1.3. Менеджмент человеческих ресурсов. Организация труда руководителя.

(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 3ч.; Самостоятельная работа - 8ч.)

1. Организация труда менеджера и его задачи на каждом уровне управления.
2. Деловая культура руководителя, ее составляющие.
3. Динамика групп и лидерство в системе менеджмента, управление человеческими ресурсами.

Тема 1.4. Информационная база менеджмента.

(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 3ч.; Самостоятельная работа - 8ч.)

1. Информационное обеспечение менеджмента: задачи и виды информации в системе управления производством.
2. Использование современных информационных технологий в менеджменте.
3. Информация как результат управленческой деятельности.

Раздел 2. Маркетинг исследования как основа процесса постановки целей

(Лекционные занятия - 9ч.; Практические занятия - 12ч.; Самостоятельная работа - 31ч.)

Тема 2.1. Маркетинг и его роль в системе управления предприятием. Процесс, функции, виды и типы маркетинга.

(Лекционные занятия - 3ч.; Практические занятия - 3ч.; Самостоятельная работа - 8ч.)

1. Принципы, задачи и функции маркетинга.
2. Содержание маркетинговой деятельности предприятия.
3. Роль маркетинга в управлении предприятием.

Тема 2.2. Товар в системе маркетинга. Жизненный цикл товара.

(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 3ч.; Самостоятельная работа - 7ч.)

1. Имидж, потребительские свойства, ассортимент, качество товара.
2. Оценка конкурентоспособности товара.
3. Жизненный цикл товара.

Тема 2.3. Распределение товара и стимулирование сбыта.

(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 3ч.; Самостоятельная работа - 8ч.)

1. Товародвижение и сбыт.
2. Средства стимулирования сбыта.
3. Влияние этапов жизненного цикла товара на эффективность стимулирования сбыта.

Тема 2.4. Организация деятельности маркетинговой службы.

(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 3ч.; Самостоятельная работа - 8ч.)

1. Система планирования маркетинга.
2. Система организации службы маркетинга и маркетинговый контроль.
3. Организационные структуры маркетинга.

Раздел 3. Промежуточная аттестация

(Внеаудиторная контактная работа - 1ч.)

Тема 3.1. Зачет

(Внеаудиторная контактная работа - 1ч.)

Зачет

6. Оценочные материалы текущего контроля

Раздел 1. Менеджмент в управлении организацией

Форма контроля/оценочное средство: Задача

Вопросы/Задания:

1. Права менеджера реализовывать определенные ресурсы организации, а также направлять усилия отдельных сотрудников на выполнение тех или иных задач являются сутью термина:

- : делегирование
- : ответственность
- : полномочия
- : власть

2. Если Вам придется осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде, то, что для вас представляет функция планирования?

- Установление целей и задач развития объектов управления, определение путей и средств их достижения;
- Установление целей организации;
- Определение путей и средств выполнения заданий;
- Определение способов достижения целей организации;
- Моделирование действий организации.

3. Для сокращения потребности в контроле целесообразно:

- Создавать организационные и социально-психологические условия для персонала;
- Создавать соответствующие социальные условия для персонала;
- Создавать соответствующие организационные условия для персонала;
- Постоянно совершенствовать систему стимулирования труда персонала;
- Постоянно повышать квалификацию персонала.

4. Что является центральным звеном в процессе деятельности менеджера:

- целеполагание
- организация труда
- принятие решений
- все вышеперечисленное

5. Права менеджера использовать определенные ресурсы организации, а также направлять усилия отдельных сотрудников на выполнение тех или иных задач являются сутью термина:

- делегирование
- ответственность
- полномочия
- власть

6. План работы менеджера на следующий рабочий день рекомендуется составлять ...

- во второй половине рабочего дня
- в первой половине рабочего дня
- в любое свободное время в течение рабочего дня
- в конце рабочего дня

7. Что такое маркетинг?

- : это деятельность организации, направленная на получение прибыли с помощью удовлетворения потребностей покупателей
- : это деятельность организации, направленная на получение прибыли с помощью удовлетворения потребностей покупателей
- : искусство приумножать деньги
- : вложение средств на длительный срок, исчисляемый годами

8. Для сокращения потребности в контроле целесообразно:

- Создавать организационные и социально-психологические условия для персонала;
- Создавать соответствующие социальные условия для персонала;
- Создавать соответствующие организационные условия для персонала;
- Постоянно совершенствовать систему стимулирования труда персонала;
- Постоянно повышать квалификацию персонала.

9. Что есть основой мотивации труда в японских корпорациях?

- Получение высоких материальных вознаграждений;
- Гармонизация между трудом и капиталом;
- Признание заслуг;
- Постоянное повышение квалификации персонала;
- Достижение конкурентного преимущества.

10. Если Вам придется осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде, то, что для вас представляет функция планирования?

- Установление целей и задач развития объектов управления, определение путей и средств их

достижения;

- Установление целей организации;
- Определение путей и средств выполнения заданий;
- Определение способов достижения целей организации;
- Моделирование действий организации.

11. Особенности российской модели менеджмента являются:
строгое соблюдение законодательства

- склонность к чередованию периодов активной деятельности и длительного покоя
- склонность к масштабным проектам с привлечением значительных ресурсов
- значимость неформальных отношений

12. Для бюрократического (механистического) типа организационной структуры характерно:

- формализация и регламентация отношений
- временное закрепление функций за группами
- динамичные задачи, установленные в каждой функциональной группе
- гибкое построение организации в соответствии с изменениями в окружающей среде

13. Определите, что из перечисленного ниже формулирует менеджер в рамках поставленной цели проекта в виде совокупности взаимосвязанных задач:

- сплетни
- информация из интернета
- приказы и распоряжения
- слухи

14. Выберите оптимальные результаты решения задач при использовании менеджером процессного подхода управления проектами

- снижение издержек
- рост производительности и рентабельности
- стабильность и предсказуемость результатов, их соответствие стандартам качества
- текучесть кадров

15. Выберите верный вариант определения управленческого решения в правовом аспекте

- предусматривает принятие мер по соблюдению уровня организованности управления фирмой
- представляет собой нормативный акт, регулирующий деятельность объектов управления
- формирует характер и моральные установки работника
- способствует созданию соответствующих психологических условий труда

16. Выберите действия менеджера, которые относятся к творческой работе

- подготовка рабочего места, передвижение внутри и вне учреждения
- выполнение поручений, не предусмотренных должностными обязанностями
- подготовка проектов, постановлений, приказов и других директивных документов, подготовка текста для ответа по письмам
- нарушения трудовой дисциплины

17. Укажите этапы решения конкретной задачи, рассматривая проект как процесс организации выполнения решений:

- доведение задачи до сознания исполнителя
- подготовка исполнителя к выполнению задачи
- побуждение исполнителя к добросовестному выполнению решения
- увольнение

18. Определите метод управления, который содержит декомпозицию главной цели на подцели

- построение «дерева целей»
- структурирование управленческих задач
- увязка интересов исполнителей

- мобилизация ресурсов организации на решение проблем

19. Определите сумму качеств современного менеджера, которые ему необходимы в современном бизнесе

- организационная культура + опыт + власть + энергичность
- организаторские способности + оперативность + знания + опыт
- лидерские качества + власть + стиль работы + карьера
- власть + стиль работы + организаторские способности + энергичность

20. Определите стиль управления, который ведется автократично

- а) работа ориентирована на выполнение конкретной задачи, достаточно гибкий тип организации
- б) организация с малой степенью формальной структуры, которая служит для помощи своим членам
- в) все решения принимаются наверху и работникам им необходимо неукоснительно выполнять, возможности обсуждения практически не существует
- г) организация ориентирована на самоуправление, сфера IT – технологий

Раздел 2. Маркетинг исследования как основа процесса постановки целей

Форма контроля/оценочное средство: Задача

Вопросы/Задания:

1. Для маркетинговой концепции управления характерно перемещение издержек фирмы в область:

- производства;
- НИОКР;
- реализации;
- все ответы верны;
- правильного ответа нет

2. Маркетинговая концепция предполагает, что планирование коммерческой деятельности начинается:

- с разработки новых товаров и услуг;
- с анализа спроса на товары (услуги);
- с планирования мероприятий по организации производства;
- все ответы верны.

3. Каковы взаимодействия окружающей среды и маркетинговой деятельности фирмы?

- фирма абсолютно независима в своей маркетинговой деятельности;
- фирма испытывает влияние множества сил и факторов и вынуждена считаться с их действием;

4. К микросреде предприятия относятся:

- конкуренты;
- средства массовой информации;
- политические партии;
- поставщики;
- посредники;
- все ответы верны;
- правильного ответа нет.

5. Что такое сегментация рынка?

- деление конкурентов на однородные группы;
- деление потребителей на однородные группы;
- деление товаров на однородные группы
- все ответы верны;

6. Какова конечная цель сегментации?

- разделить рынок на относительно однородные сегменты
- выбрать наиболее предпочтительные для фирмы участки рынка

7. Спрос считается высоко эластичным, если:

- при небольшом снижении цены спрос значительно возрастает;
- при большом снижении цены спрос возрастает незначительно;
- при изменении цены спрос не изменяется;
- спрос изменяется независимо от цены;
- при снижении цены спрос снижается

8. Что из перечисленного является товаром?

- платная консультация
- бесплатный совет
- полученный подарок
- купленная информация
- рыба, выловленная в реке
- рыба, купленная в магазине

9. В чем смысл жизненного цикла товара?

- в прогнозе срока, в течение которого товар будет пользоваться спросом на рынке;
- в определении времени снятия товара с производства
- в прогнозе вывода на рынок модернизированного товара
- все ответы верны.
- правильного ответа нет

10. Какова роль маркетинга в разработке нового товара?

- организующая;
- оценочно-исследовательская;
- технологическая;
- стимулирующая;
- правильного ответа нет.

11. Что является основным ориентиром в процессе ценообразования на престижные товары?

- спрос;
- цены конкурентов;
- издержки производства.

12. Какие из перечисленные методов ценообразования ориентированы на платежеспособность покупателя?

- на основе издержек производства
- мониторинга конкурентных цен
- аукциона
- рентабельности инвестиций
- пробных продаж

13. Приведите в соответствие варианты состояния спроса и соответствующую ему стратегию маркетинга. Дайте характеристику и приведите примеры реализации каждой стратегии

Стратегии маркетинга:

- 1) поддерживающий;
- 2) развивающий;
- 3) демаркетинг;
- 4) конверсионный;
- 5) противодействующий;
- 6) ремаркетинг;
- 7) синхромаркетинг;
- 8) стимулирующий.

Состояние спроса:

- А) негативный;
- Б) потенциальный;
- В) отсутствующий;

- Г) сниженный;
- Д) неустойчивый;
- Е) соответствующий;
- Ж) чрезмерный;
- З) иррациональный.

14. Для предложенных товаров сформулируйте перечень потребностей, которые они могут удовлетворить. Проранжируйте данные товары с точки зрения их значимости для потребителя.

- журнал мод;
- образовательные услуги по иностранному языку;
- электрочайник;
- кашпо для комнатных цветов;
- часы-будильник;
- легковой автомобиль;
- настольная лампа;
- сварочный аппарат.

15. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ
Прочитайте слоганы компании и определите, какую концепцию маркетинга она использует?

- мы производим косметические товары для лица и тела, которые предлагаем по доступным ценам;
- мы предлагаем вина, которые получили золотые медали на Международной выставке во Франции;
- мы не только продаем пылесосы по каталогу через Интернет, но и доставляем их к месту требования покупателя;
- мы производим экологически чистые плоды и овощи, которые предлагаем по доступным ценам;
- мы предлагаем весь спектр услуг для покупателя – от индивидуального заказа до бесплатной доставки, желание клиента для нас – закон;
- мы не только продаем персональные компьютеры, но и устанавливаем, обучаем и помогаем в обслуживании;
- мы строим безотходный завод по переработке нефтепродуктов с учетом природоохранных технологий;
- мы заботимся о каждом клиенте, знаем о чем он мечтает и как эти мечты исполнить.

16. Определите, какие атрибуты необходимо иметь маркетологу при проведении прямого опроса?

- анкету и перечень вопросов
- приборы и приспособления
- лабораторные данные
- экспериментальную группу

17. Определите, что из перечисленного ниже относится к основным преимуществам такого маркетингового исследования, как опрос?

- присутствие заказчика исследования при проведении опроса
- возможность оценить интерес, вовлеченность, открытость респондента
- простота проведения
- индивидуальность вопросов для каждого

18. Установите, что в первую очередь стоит предпринять, чтобы Ваш продукт продавался более успешно?

- снизить цену
- посмотреть на него глазами потребителя
- усилить рекламу и стимулирование сбыта
- повысить цену

19. Установите, какие принципы необходимо учитывать при маркетинговом сборе информации?

- актуальность
- достоверность
- полнота отображения
- отсутствие темы

20. Определите, для какого из приведенных ниже случаев не может быть проведен опрос как метод маркетингового исследования?

- по телефону
- индивидуально
- путем наблюдения
- по интернету

Раздел 3. Промежуточная аттестация

Форма контроля/оценочное средство:

Вопросы/Задания:

.

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Седьмой семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4 ОПК-6.1 ОПК-6.2

Вопросы/Задания:

1. Сущность и развитие менеджмента и маркетинга
2. Взаимосвязь менеджмента и маркетинга.
3. Понятие менеджмент и маркетинг
4. Цели и задачи менеджмента и маркетинга.
5. Виды менеджмента и их взаимосвязь.
6. Эволюция менеджмента
7. Регулирование и контроль в системе менеджмента.
8. Факторы повышения эффективности менеджмента
9. Основы управления предприятием.
10. Основные характеристики предприятия с учетом его отраслевой принадлежности.
11. Влияние внешней и внутренней среды на результативность работы предприятия.
12. Построение организации. Организационные отношения в системе менеджмента.
13. Развитие структуры управления в условиях рыночной экономики и их особенности.
14. Менеджмент человеческих ресурсов.

15. Организация труда руководителя.
16. Методы управления и этика менеджмента.
17. Классификация методов управления.
18. Роль социально-психологических методов в управлении персоналом.
19. Методы управления, их взаимосвязи и взаимодействие при решении управленческих задач.
20. Стили руководства.
21. Мотивация деятельности в менеджменте.
22. Конфликтность в менеджменте.
23. Анализ и разрешение конфликтных ситуаций.
24. Культура менеджмента и этика управления.
25. Технология разработки и принятия управленческих решений.
26. Классификация управленческих решений. Этапы подготовки и принятия управленческих решений.
27. Разработка и выбор управленческих решений. Моделирование ситуаций и разработка алгоритма решения управленческих проблем.
28. Коммуникации в управлении.
29. Классификация товаров. Конкурентоспособность товара.
30. Характеристики жизненного цикла товара - объем продаж и размер прибыли. Проектирование оптимального жизненного цикла товара.
31. Маркетинг и его роль в системе управления предприятием.
32. Процесс, функции, виды и типы маркетинга.
33. Маркетинговые исследования и информация.
34. Сущность, задачи и методы маркетинговых исследований.
35. Товар в маркетинговой деятельности.
36. Комплексное исследование товарного рынка.
37. Сегментация рынка.

38. Позиционирование товара.
39. Емкость рынка продукции пищевой промышленности.
40. Распределение товара и стимулирование сбыта.
41. Товарная политика. Цены и ценовая политика.
42. Формирование товарной политики и рыночной стратегии
43. Формирование концепции и стратегии товарной политики с целью повышения конкурентоспособности.
44. Продуктовая программа предприятия и торговый ассортимент.
45. Диверсификация
46. Процесс проникновения товара на рынок.
47. Цена товара и методы ее формирования.
48. Ценовая стратегия предприятия
49. Организация деятельности маркетинговой службы
50. Распределение товара и стимулирование сбыта.
51. Товародвижение и сбыт.
52. Выбор каналов распределения
53. Продвижение товара
54. Средства стимулирования сбыта
55. Роль рекламы в формировании спроса и стимулирования сбыта.
56. Маркетинговые коммуникации.
57. Методы распространения рекламы
58. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций
59. Влияние этапов жизненного цикла товара на эффективность
60. Стимулирования сбыта

8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Архипов, А. В. Менеджмент и маркетинг. Ч.1. Менеджмент. Принятие управленческих решений: учебное пособие / А. В. Архипов, - Менеджмент и маркетинг. Ч.1. Менеджмент. Принятие управленческих решений - Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. - 83 с. - 978-5-7937-1365-8. - Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/102645.html> (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке
2. Зеньков И. В. Менеджмент и маркетинг: учеб. пособие / Зеньков И. В.. - Красноярск: СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2022. - 330 с. - Текст: электронный. // RuSpLAN: [сайт]. - URL: <https://e.lanbook.com/img/cover/book/270071.jpg> (дата обращения: 19.06.2025). - Режим доступа: по подписке
3. Забродская, Н.Г. Менеджмент и маркетинг: Учебник / Н.Г. Забродская. - 1 - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2025. - 301 с. - 978-5-16-107678-1. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: <https://znanium.ru/cover/1020/1020046.jpg> (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Гапонова, О.С. Менеджмент: Учебник / О.С. Гапонова, Л.С. Данилова, Ю.Ю. Чилипенко.; Российский государственный университет правосудия г. Москва им. В.М. Лебедева. - 1 - Москва: Издательский Центр РИОР, 2025. - 480 с. - 978-5-16-015445-9. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: <https://znanium.ru/cover/2158/2158054.jpg> (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке
2. Менеджмент: Учебник / М.В. Чараева, Д.А. Шевченко, А.А. Лысоченко [и др.] - 1 - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2025. - 343 с. - 978-5-16-112227-3. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: <https://znanium.ru/cover/2133/2133646.jpg> (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке
3. Басовский, Л.Е. Маркетинг: Учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская.; Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого. - 3 - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2025. - 233 с. - 978-5-16-113001-8. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: <https://znanium.ru/cover/2173/2173216.jpg> (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке
4. Дорофеев, В.Д. Менеджмент: Учебное пособие / В.Д. Дорофеев, А. Н. Шмелева, Н. Ю. Шестопап.; Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - 1 - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2025. - 328 с. - 978-5-16-100761-7. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: <https://znanium.ru/cover/2186/2186900.jpg> (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке
5. Герасимов, Б.И. Маркетинг: Учебное пособие / Б.И. Герасимов, В. В. Жариков, М. В. Жарилова.; Российский государственный университет социальных технологий. - 2 - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024. - 320 с. - 978-5-16-106851-9. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: <https://znanium.com/cover/2056/2056806.jpg> (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

Не используются.

Ресурсы «Интернет»

1. <https://edu.kubsau.ru/> - Образовательный портал КубГАУ
2. <https://znanium.com/> - Научная электронная биб-лиотека
3. <https://e.lanbook.com> - Лань
4. <http://www.iprbookshop.ru/> - IPRbook
5. <http://www.gks.ru> - Официальный сайт «Росстата»

8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине позволяют:

- обеспечить взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет»;
- фиксировать ход образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации по дисциплине и результатов освоения образовательной программы;
- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

- 1 Microsoft Windows - операционная система.
- 2 Microsoft Office (включает Word, Excel, Power Point) - пакет офисных приложений.

Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

- 1 Гарант - правовая, <https://www.garant.ru/>
- 2 Консультант - правовая, <https://www.consultant.ru/>
- 3 Научная электронная библиотека eLibrary - универсальная, <https://elibrary.ru/>

Доступ к сети Интернет, доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Не используется.

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Не используется.

8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Лекционный зал

2эл

- акустическая система SNOW CSB150 - 1 шт.
- Компьютер персональный iRU Corp 312 MT - 1 шт.
- Облучатель-рециркулятор воздуха 600 - 1 шт.
- проектор короткофокусный NEC M350XS с настенным кронштейном - 1 шт.
- экран Projecta Elpro моторизиров. 300x300 - 1 шт.

Учебная аудитория

513эл

Сплит-система настенная QuattroClima Effecto Standard QV/QN-ES24WA - 0 шт.

514эл

система кондиционирования OV/N - F18WA - 0 шт.

515эл

Сплит-система настенная QuattroClima QV/QN-ES24WA - 1 шт.

9. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

Учебная работа по направлению подготовки осуществляется в форме контактной работы с преподавателем, самостоятельной работы обучающегося, текущей и промежуточной аттестаций, иных формах, предлагаемых университетом. Учебный материал дисциплины структурирован и его изучение производится в тематической последовательности. Содержание методических указаний должно соответствовать требованиям Федерального государственного образовательного стандарта и учебных программ по дисциплине. Самостоятельная работа студентов может быть выполнена с помощью материалов, размещенных на портале поддержки Moodle.

Методические указания по формам работы

Лекционные занятия

Передача значительного объема систематизированной информации в устной форме достаточно большой аудитории. Дает возможность экономно и систематично излагать учебный материал. Обучающиеся изучают лекционный материал, размещенный на портале поддержки обучения Moodle.

Практические занятия

Форма организации обучения, проводимая под руководством преподавателя и служащая для детализации, анализа, расширения, углубления, закрепления, применения (или выполнения) разнообразных практических работ, упражнений) и контроля усвоения полученной на лекциях учебной информации. Практические занятия проводятся с использованием учебно-методических изданий, размещенных на образовательном портале университета.

Описание возможностей изучения дисциплины лицами с ОВЗ и инвалидами

Для инвалидов и лиц с ОВЗ может изменяться объём дисциплины (модуля) в часах, выделенных на контактную работу обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающегося (при этом не увеличивается количество зачётных единиц, выделенных на освоение дисциплины).

Фонды оценочных средств адаптируются к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающимися.

Основные формы представления оценочных средств – в печатной форме или в форме электронного документа.

Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением зрения:

- устная проверка: дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;
- с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, дистанционные формы, если позволяет острота зрения - графические работы и др.;
- при возможности письменная проверка с использованием рельефно-точечной системы Брайля, увеличенного шрифта, использование специальных технических средств (тифлотехнических средств): контрольные, графические работы, тестирование, домашние

задания, эссе, отчеты и др.

Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением слуха:

- письменная проверка: контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;
- с использованием компьютера: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы и др.;
- при возможности устная проверка с использованием специальных технических средств (аудиосредств, средств коммуникации, звукоусиливающей аппаратуры и др.): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.

Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением опорно-двигательного аппарата:

- письменная проверка с использованием специальных технических средств (альтернативных средств ввода, управления компьютером и др.): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;
- устная проверка, с использованием специальных технических средств (средств коммуникаций): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;
- с использованием компьютера и специального ПО (альтернативных средств ввода и управления компьютером и др.): работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы предпочтительнее обучающимся, ограниченным в передвижении и др.

Адаптация процедуры проведения промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ОВЗ.

В ходе проведения промежуточной аттестации предусмотрено:

- предъявление обучающимся печатных и (или) электронных материалов в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- возможность пользоваться индивидуальными устройствами и средствами, позволяющими адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом их индивидуальных особенностей;
- увеличение продолжительности проведения аттестации;
- возможность присутствия ассистента и оказания им необходимой помощи (занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, общаться с преподавателем).

Формы промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ОВЗ должны учитывать индивидуальные и психофизические особенности обучающегося/обучающихся по АООП ВО (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями зрения:

- предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате, позволяющем переводить плоскостную информацию в аудиальную или тактильную форму;
- возможность использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом индивидуальных особенностей и состояния здоровья студента;
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
- использование чёткого и увеличенного по размеру шрифта и графических объектов в мультимедийных презентациях;
- использование инструментов «лупа», «проектор» при работе с интерактивной доской;
- озвучивание визуальной информации, представленной обучающимся в ходе занятий;
- обеспечение раздаточным материалом, дублирующим информацию, выводимую на экран;
- наличие подписей и описания у всех используемых в процессе обучения рисунков и иных графических объектов, что даёт возможность перевести письменный текст в аудиальный;
- обеспечение особого речевого режима преподавания: лекции читаются громко, разборчиво, отчётливо, с паузами между смысловыми блоками информации, обеспечивается интонирование, повторение, акцентирование, профилактика рассеивания внимания;

- минимизация внешнего шума и обеспечение спокойной аудиальной обстановки;
- возможность вести запись учебной информации студентами в удобной для них форме (аудиально, аудиовизуально, на ноутбуке, в виде пометок в заранее подготовленном тексте);
- увеличение доли методов социальной стимуляции (обращение внимания, апелляция к ограничениям по времени, контактные виды работ, групповые задания и др.) на практических и лабораторных занятиях;
- минимизирование заданий, требующих активного использования зрительной памяти и зрительного внимания;
- применение поэтапной системы контроля, более частый контроль выполнения заданий для самостоятельной работы.

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями опорно-двигательного аппарата (маломобильные студенты, студенты, имеющие трудности передвижения и патологию верхних конечностей):

- возможность использовать специальное программное обеспечение и специальное оборудование и позволяющее компенсировать двигательное нарушение (коляски, ходунки, трости и др.);
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
- применение дополнительных средств активизации процессов запоминания и повторения;
- опора на определенные и точные понятия;
- использование для иллюстрации конкретных примеров;
- применение вопросов для мониторинга понимания;
- разделение изучаемого материала на небольшие логические блоки;
- увеличение доли конкретного материала и соблюдение принципа от простого к сложному при объяснении материала;
- наличие четкой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
- увеличение доли методов социальной стимуляции (обращение внимания, апелляция к ограничениям по времени, контактные виды работ, групповые задания др.);
- обеспечение беспрепятственного доступа в помещения, а также пребывания в них;
- наличие возможности использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие обеспечить реализацию эргономических принципов и комфортное пребывание на месте в течение всего периода учёбы (подставки, специальные подушки и др.).

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями слуха (глухие, слабослышащие, позднооглохшие):

- предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате, позволяющем переводить аудиальную форму лекции в плоскпечатную информацию;
- наличие возможности использовать индивидуальные звукоусиливающие устройства и сурдотехнические средства, позволяющие осуществлять приём и передачу информации; осуществлять взаимобратный перевод текстовых и аудиофайлов (блокнот для речевого ввода), а также запись и воспроизведение зрительной информации;
- наличие системы заданий, обеспечивающих систематизацию вербального материала, его схематизацию, перевод в таблицы, схемы, опорные тексты, глоссарий;
- наличие наглядного сопровождения изучаемого материала (структурно-логические схемы, таблицы, графики, концентрирующие и обобщающие информацию, опорные конспекты, раздаточный материал);
- наличие четкой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
- обеспечение практики опережающего чтения, когда студенты заранее знакомятся с материалом и выделяют незнакомые и непонятные слова и фрагменты;
- особый речевой режим работы (отказ от длинных фраз и сложных предложений, хорошая артикуляция; четкость изложения, отсутствие лишних слов; повторение фраз без изменения слов и порядка их следования; обеспечение зрительного контакта во время говорения и чуть более медленного темпа речи, использование естественных жестов и мимики);

- чёткое соблюдение алгоритма занятия и заданий для самостоятельной работы (называние темы, постановка цели, сообщение и запись плана, выделение основных понятий и методов их изучения, указание видов деятельности студентов и способов проверки усвоения материала, словарная работа);
- соблюдение требований к предъявляемым учебным текстам (разбивка текста на части; выделение опорных смысловых пунктов; использование наглядных средств);
- минимизация внешних шумов;
- предоставление возможности соотносить вербальный и графический материал; комплексное использование письменных и устных средств коммуникации при работе в группе;
- сочетание на занятиях всех видов речевой деятельности (говорения, слушания, чтения, письма, зрительного восприятия с лица говорящего).

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с прочими видами нарушений (ДЦП с нарушениями речи, заболевания эндокринной, центральной нервной и сердечно-сосудистой систем, онкологические заболевания):

- наличие возможности использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие осуществлять приём и передачу информации;
- наличие системы заданий, обеспечивающих систематизацию вербального материала, его схематизацию, перевод в таблицы, схемы, опорные тексты, глоссарий;
- наличие наглядного сопровождения изучаемого материала;
- наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
- обеспечение практики опережающего чтения, когда студенты заранее знакомятся с материалом и выделяют незнакомые и непонятные слова и фрагменты;
- предоставление возможности соотносить вербальный и графический материал; комплексное использование письменных и устных средств коммуникации при работе в группе;
- сочетание на занятиях всех видов речевой деятельности (говорения, слушания, чтения, письма, зрительного восприятия с лица говорящего);
- предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате;
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
- возможность вести запись учебной информации студентами в удобной для них форме (аудиально, аудиовизуально, в виде пометок в заранее подготовленном тексте);
- применение поэтапной системы контроля, более частый контроль выполнения заданий для самостоятельной работы;
- стимулирование выработки у студентов навыков самоорганизации и самоконтроля;
- наличие пауз для отдыха и смены видов деятельности по ходу занятия.

10. Методические рекомендации по освоению дисциплины (модуля)

Менеджмент и маркетинг: Методические указания к проведению самостоятельной, контрольной и практической работы для обучающихся по направлениям подготовки: 35.03.03 «Агрохимия», 35.03.04 «Агрономия», 35.03.05 «Садоводство» / Н. Н. Серая. – Краснодар: КубГАУ, 2020. – 93 с. https://edu.kubsau.ru/file.php/119/MU_po_MiM.pdf