


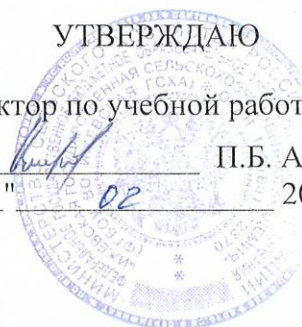
МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИЖЕВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»

Рег. № Б-28-017

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе


" 01 " _____ П.Б. Акмаров
" 02 " _____ 2016 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

**Направление подготовки 19.03.04 «Технология продукции и
организация общественного питания»**

Квалификация выпускника: «Бакалавр»

Форма обучения — очная, заочная

Ижевск 2016

Оглавление

- 1 Наименование дисциплины (модуля)
 - 1.1 Цели и задачи дисциплины
 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
 3. Указание места дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
 4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
 5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий
 - 5.1 Содержание дисциплины
 - 5.1.1 Структура дисциплины (очная форма обучения)
 - 5.1.2 Структура дисциплины (заочная форма обучения)
 - 5.1.3 Матрица формируемых дисциплиной компетенций
 - 5.1.4 Содержание разделов дисциплины (модуля)
 - 5.2 Содержание практических и семинарских занятий
 - 5.2.1 Практические занятия
 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
 - 6.1 Содержание самостоятельной работы и формы ее контроля
 - 6.1.1 Содержание самостоятельной работы и формы ее контроля (очная форма обучения)
 - 6.1.2 Содержание самостоятельной работы и формы ее контроля (заочная форма обучения)
 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)
 8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
 - 8.1 Основная литература
 - 8.2 Дополнительная литература
 9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)
 10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
 11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
 12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
- Лист согласования
Лист регистрации изменений
Приложение 1

1. Наименование дисциплины (модуля) Менеджмент и маркетинг

1.1 Цели и задачи дисциплины

Основными целями дисциплины является получение слушателями знаний: по эффективному функционированию хозяйственного механизма предприятия; по организации и планированию производства в сельскохозяйственных предприятиях; основам менеджмента и маркетинга, производственных отношений, сбытовой политике, принципам и методам управления производством с учетом технических, финансовых и человеческих факторов в рыночных условиях; общим закономерностям планирования, организации, мотивации и контроля операций производственной, инновационной, финансовой, социальной и других сфер деятельности организационной систем.

В результате освоения данной дисциплины обеспечивается достижение целей; приобретенные знания, умения и навыки позволят подготовить выпускника:

к производственно-технологической деятельности, связанной с

- организацией рабочих мест, их техническим оснащением, размещением технологического оборудования;
- оценкой инновационного потенциала новой продукции;
- подготовкой документации по менеджменту качества технологических процессов;
- разработкой сетевых графиков и координационных планов по монтажу, испытаниям, наладке и вводу в эксплуатацию оборудования;

к организационно-управленческой деятельности, связанной с

- составлением технической документации (графиков работ, инструкций, планов, смет, заявок на материалы, оборудование);
- выполнением работ по стандартизации и подготовке к сертификации технических средств, систем, процессов, оборудования и материалов;
- организацией работы малых коллективов исполнителей;
- планированием работы персонала и фондов оплаты труда;
- подготовкой данных для выбора и обоснования организационных и маркетинговых решений на основе экономического анализа;
- проведением организационно-плановых расчетов по созданию (реорганизации) производственных участков;
- разработкой оперативных маркетинговых планов работы первичных производственных подразделений;
- проведением анализа затрат и результатов деятельности производственных подразделений;

к научно-исследовательской деятельности в междисциплинарных областях, связанной с поиском ресурсосберегающих технологий в сфере АПК, используя научно-техническую информацию и передовой опыт России и зарубежья;

к самостоятельному обучению и освоению новых знаний и умений для реализации своей профессиональной карьеры .

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, являются:

процессы реализации управленческих решений в организациях различных организационно-правовых форм;

процессы реализации управленческих решений в органах государственного и муниципального управления.

Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата:

- организационно-управленческая;
- информационно-аналитическая;
- предпринимательская;
- педагогическая.

При разработке и реализации программы бакалавриата организация ориентируется на конкретный вид (виды) профессиональной деятельности, к которому (которым) готовится бакалавр, исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательских и материально-технических ресурсов организации.

В соответствии с видами профессиональной деятельности, установленными настоящим пунктом, организация формирует программу бакалавриата, ориентированную на практико-ориентированный, прикладной вид (виды) профессиональной деятельности как основной (основные) (далее - программа прикладного бакалавриата).

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, в соответствии с видом (видами) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

организационно-управленческая деятельность:

участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);

участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;

планирование деятельности организации и подразделений;

формирование организационной и управленческой структуры организаций;

организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;

разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);

контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;

мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;

участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы);

информационно-аналитическая деятельность:

сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений в сфере менеджмента и маркетинга;

построение и поддержка функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;

создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;

разработка и поддержка функционирования системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;

разработка системы внутреннего документооборота организации;

оценка эффективности проектов;

подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;

оценка эффективности управленческих решений;

предпринимательская деятельность:

разработка и реализация бизнес-планов создания нового бизнеса;

организация и ведение предпринимательской деятельности..

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В процессе освоения дисциплины студент осваивает и развивает следующие компетенции:

- способностью осуществлять мониторинг проведения мотивационных программ на всех ее этапах, оценивать результаты мотивации и стимулировать работников производства (ПК-11);

- способностью разрабатывать критерии оценки профессионального уровня персонала для составления индивидуальных и коллективных программ обучения, оценивать наличие требуемых умений у членов команды и осуществлять взаимодействия между членами команды (ПК-12);

- способностью планировать и анализировать программы и мероприятия обеспечения и поддержки лояльности персонала по отношению к предприятию и руководству, планировать и анализировать свою деятельность и рабочий день с учетом собственных должностных обязанностей на предприятии питания (ПК-13);

- способностью проводить мониторинг и анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания и принимать решения по результатам контроля (ПК-14);

- способностью осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, систематизировать и обобщать информацию (ПК-15);

- способностью планировать стратегию развития предприятия питания с учетом множественных факторов, проводить анализ, оценку рынка и риски, умеет провести аудит финансовых и материальных ресурсов (ПК-16);

- готовностью разрабатывать критерии оценки профессионального уровня персонала для составления обучающих программ, проводить аттестацию работников производства и принимать решения по результатам аттестации (ПК-21);

- способностью проводить мониторинг финансово-хозяйственной деятельности предприятия, анализировать и оценивать финансовое состояние предприятия (ПК-22);

- готовностью осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития индустрии питания и гостеприимства, способность проводить обоснование и расчеты прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания (ПК-30);

- способностью планировать маркетинговые мероприятия, составлять календарно-тематические планы их проведения, рекламные сообщения о продукции производства, рекламные акции, владение принципами ценообразования у конкурентов, а также творчески мыслить и анализировать работу с клиентской базой (ПК-31);

- готовностью прогнозировать конъюнктуру рынка продовольственного сырья и анализировать реализованный спрос на продукцию производства, оценивать эффективность маркетинговых мероприятий по продвижению продукции на рынок, обеспечивать обратную связь с потребителями, участвовать в программах по разработке предложений по формированию ассортимента продукции питания и продвижения ее на рынке (ПК-32);

- способностью участвовать в маркетинговых исследованиях товарных рынков, пищевого сырья, продукции и разрабатывать предложения по выбору поставщиков для предприятия питания (ПК-33).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Иметь представление об области применимости методов управления на разных уровнях организации, для исследования управленческой деятельности хозяйствующих субъектов различных организационно-правовых форм, согласно нормативно-правовым требованиям. Знать определения управления организацией, менеджмента, маркетинга. принципы

управленческой деятельности, общие и специальные функции управления, эффективность управления и маркетинга, формы и методы реализации функций управления, управленческие решения, цикл и методы принятия управленческих решений, эффективность принятия управленческих решений комплексная оценка управленческого решения, организация управленческого труда, управление персоналом, лидерство, стиль управления, управление производством, управление инновациями, управление маркетинговой деятельностью, управление качеством.. Уметь определять цели и задачи на разных уровнях управления организацией, уметь использовать полученную информацию для анализа конкретных ситуаций, связанных с принятием управленческих решений, уметь принимать индивидуальные и коллективные управленческие решения; уметь использовать необходимые процедуры, источники информации для оценки управленческого решения. Изучить основные правила разработки и анализа уровня реализации маркетинговых планов и программ, включая учет различных аспектов, учет источников и правил организации управленческих и производственных систем, учет интересов персонала, социально значимых групп влияния, региональных, бюджетных и народнохозяйственных эффектов, рисков и последствий. Владеть технико-экономическим обоснованием управленческих решений, практикой применения методики экономической оценки разработкой и реализацией маркетинговых мероприятий. Владеть оптимальной последовательностью проведения и использования методики управленческих решений. Владеть методами управления персоналом организаций, малыми группами на разных уровнях управления

2.1 Перечень компетенций

Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
		Знать	Уметь	Владеть
ПК-11	способностью осуществлять мониторинг проведения мотивационных программ на всех ее этапах, оценивать результаты мотивации и стимулировать работников производства	основные мотивационные программы; основы проведения мониторинга мотивационных программ на всех ее этапах; виды и формы мотивации и стимулирования работников	разрабатывать и использовать мотивационные программы и проводить их мониторинг; проводить оценку результатов мотивации и стимулирования работников	навыками анализа результатов мониторинга проведенных мотивационных программ на всех этапах, оценки результатов мотивации и стимулирования работников производства
ПК-12	способностью разрабатывать критерии оценки профессионального уровня персонала для составления индивидуальных и коллективных программ обучения, оценивать наличие требуемых умений у членов команды и осуществлять взаимодействие между членами команды	принципы оценки профессионального уровня персонала и составления индивидуальных и коллективных программ обучения, особенности оценки наличия умений у членов команды и осуществление взаимодействия между членами команды	оценивать профессиональный уровень персонала и составлять индивидуальные и коллективные программы обучения, доводить их до членов команд и осуществлять взаимодействие между членами команд	навыками оценки профессионального уровня персонала, составления индивидуальных и коллективных программ обучения, оценивать наличие требуемых умений у членов команды и осуществлять взаимодействие между ними.
ПК-13	способностью планировать и анализировать программы и мероприятия обеспечения	особенности планирования и анализа программ и мероприятий обеспечения и поддержки лояльности	разрабатывать плановые программы мероприятий обеспечения и поддержки лояльности персонала	навыками использования современных методов планирования и анализа программ и разработки

Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
		Знать	Уметь	Владеть
	поддержки лояльности персонала по отношению к предприятию и руководству, планировать и анализировать свою деятельность и рабочий день с учетом собственных должностных обязанностей на предприятии питания	персонала по отношению к предприятию и руководству, планирование и анализ деятельности и рабочего дня с учетом должностных обязанностей на предприятиях питания	по отношению к предприятию и руководству, планировать и анализировать свою деятельность с учетом собственных должностных обязанностей на предприятии питания	мероприятий обеспечения и поддержки лояльности персонала по отношению к предприятию и руководству, планирования и анализа своей деятельности и рабочего дня с учетом собственных должностных обязанностей на предприятии питания
ПК-14	способностью проводить мониторинг и анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания, оценивать финансовое состояние предприятия питания и принимать решения по результатам контроля	виды и особенности проведения мониторинга и анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания, оценки финансового состояния предприятия питания и принятия решений по результатам контроля	применять разнообразные формы проведения мониторинга и анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания и принятия решений по результатам контроля	профессиональными знаниями и навыками проведение мониторинга и анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания и принимать решения по результатам контроля
ПК-15	способностью осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, систематизировать и обобщать информацию	классификацию информации, ее поиск, выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, систематизацию и обобщение информации	осуществлять поиск информации, ее выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, систематизировать и обобщать информацию	навыками использования информации для разработки и принятия организационно-управленческих решений; методикой выбора новой информации в области развития потребительского рынка, систематизация и обобщение информации
ПК-16	способностью планировать стратегию развития предприятия питания с учетом множественных факторов, проводить анализ, оценку рынка и риски, умеет провести аудит финансовых и материальных ресурсов	основы стратегического планирования и развития предприятия питания; особенности технологических, производственных факторов, их анализ; оценку рынка и организационные риски; аудит финансовых и материальных ресурсов	разрабатывать производственные планы предприятий питания с учетом технологических и производственных факторов; оценку рынка и организационные риски; проводить аудит финансовых и материальных ресурсов	основами стратегического планирования и развития предприятия питания, с учетом множественных факторов; навыками анализа и оценки рынков в сфере общественного питания; способностью проводить аудит финансовых и материальных ресурсов
ПК-21	готовностью разрабатывать критерии оценки профессионального	особенности разработки критериев оценки профессионального уровня персонала,	организовать разработку критериев оценки профессионального	методами оценки эффективности критериев профессионального

Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
		Знать	Уметь	Владеть
	уровня персонала для составления обучающих программ, проводить аттестацию работников производства и принимать решения по результатам аттестации	составления обучающих программ, проведения аттестации работников производства и принятия решений по результатам аттестации	уровня персонала, составлять обучающие программы, проводить аттестацию работников и принимать решения по результатам аттестации	уровня персонала, составления обучающих программ, проведения аттестации работников производства и принятия решений по результатам аттестации
ПК-22	способностью проводить мониторинг финансово-хозяйственной деятельности предприятия, анализировать и оценивать финансовое состояние предприятия	особенности проведения мониторинга финансово-хозяйственной деятельности предприятия, анализа и оценки финансового состояния предприятия	собирать и анализировать информацию, необходимую для производственной деятельности; изучать основные правила работы с управленческой информацией; оценивать ресурсы предприятия, вести их учет и определение потребности в различных видах ресурсов	навыками использования современных технических средств и информационных технологий в своей профессиональной деятельности; основами автоматизации учета спроса и использования ресурсов предприятия; методами оценки эффективности маркетинговых мероприятий
ПК-30	готовностью осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития индустрии питания и гостеприимства, способность проводить обоснование и расчеты прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания	роль информации в менеджменте и маркетинге; источники и виды новой информации в области развития индустрии питания и гостеприимства, проведения обоснования и расчетов прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания	находить и обрабатывать новую информацию, выбирать и использовать ее в области развития индустрии питания и гостеприимства, проводить обоснование и расчеты прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания	навыками использования современных технических средств и информационных технологий в области развития индустрии питания и гостеприимства, проведения обоснования и расчетов прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания
ПК-31	способностью планировать маркетинговые мероприятия, составлять календарно-тематические планы их проведения, рекламные сообщения о продукции производства, рекламные акции, владением принципами ценообразования у конкурентов, а также творчески мыслить и анализировать работу с клиентской базой	особенности планирования маркетинговых мероприятий и составление календарно-тематических планов их проведения; основы рекламной деятельности в сфере общественного питания; составление рекламных сообщений; принципы ценообразования; работу с клиентской базой	организовать планирование маркетинговых мероприятий с учетом технологических особенностей предприятий питания; оценивать эффективность рекламных сообщений, оптимизировать затраты на рекламу	методами оценки эффективности планирования маркетинговых мероприятий с учетом особенностей предприятий питания; разработкой календарно-тематических планов маркетинговых мероприятий

Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
		Знать	Уметь	Владеть
ПК-32	готовностью прогнозировать конъюнктуру рынка продовольственного сырья и анализировать реализованный спрос на продукцию производства, оценивать эффективность маркетинговых мероприятий по продвижению продукции на рынок, обеспечивать обратную связь с потребителями, участвовать в программах по разработке предложений по формированию ассортимента продукции питания и продвижению ее на рынок	прогнозирование конъюнктуры рынка продовольственного сырья; спрос и предложение на продукцию производства, конкурентоспособность продукции; разработку маркетинговых мероприятий по продвижению продукции на рынок, ее эффективность; методы обеспечения обратной связи с потребителями, особенности разработки программ по формированию ассортимента продукции	собирать и анализировать информацию, необходимую для производственной деятельности; изучать основные правила работы с маркетинговой информацией; оценивать ресурсы предприятия, вести их учет и определение потребности в различных видах ресурсов	навыками использования современных технических средств и информационных технологий в своей профессиональной деятельности; основами автоматизации учета спроса и использования ресурсов предприятия; методами оценки эффективности маркетинговых мероприятий
ПК-33	способностью участвовать в маркетинговых исследованиях товарных рынков, пищевого сырья, продукции и разрабатывать предложения по выбору поставщиков для предприятий питания	особенности разработки маркетинговых исследований товарных рынков, пищевого сырья, продукции; принципы выбора поставщиков для предприятий питания	формулировать проблемы, требующие разработки и проведения маркетинговых исследований; использовать информацию для проведения маркетинговых исследований товарных рынков пищевого сырья и продукции	навыками использования информации при проведении маркетинговых исследований товарных рынков, пищевого сырья, продукции; оптимизировать структуру поставщиков предприятия

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» включена в цикл Б1.В.01. Цель изучения дисциплины – формирование знаний в области менеджмента и маркетинга предприятий сферы АПК. Задачи дисциплины – научить оптимизации производства предприятий; анализу производственно-хозяйственной деятельности предприятий, основам маркетинга.

В ходе изучения дисциплины большое внимание уделяется аспектам, связанным с методологическими особенностями дисциплины, которые носят собирательный, междисциплинарный и прикладной характер.

Эти особенности заключаются в следующем:

во-первых, основой дисциплины является современная теория и практика теории организации (понятийный аппарат, методология);

во-вторых, дисциплина использует категории, понятия и методы других отраслей знаний и учебных дисциплин (философии, экономической теории, информатики и математики и др.);

в-третьих, изложение дисциплины базируется на нормативных документах и обширной информационной базе.

Организация изучения дисциплины предусматривает чтение лекций, проведение практических занятий, самостоятельную работу студентов по темам дисциплины. «Экономика и управление производством» как учебная дисциплина в системе подготовки менеджеров связана с дисциплинами учебного плана:

в теоретико-методологическом направлении – с «Философией», «Социологией»,
в направлении, обеспечивающим связь и взаимосвязь экономических процессов внутри организации - с дисциплинами «Макроэкономика», «Микроэкономика».

3 Содержательно-логические связи дисциплины (модуля) «Менеджмент и маркетинг»

Код дисциплины (модуля)	Содержательно-логические связи	
	коды и название учебных дисциплин (модулей), практик	
	на которые опирается содержание данной учебной дисциплины (модуля)	
Б1.В.01	Экономика	

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

Правоведение

4 Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость составляет 3 зач.ед. (108 часов). Из них 28 часов – аудиторная работа, 80 часов – самостоятельная (внеаудиторная), зачет.

Вид учебной работы, часов	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
	Семестр	
	7	8
1.Аудиторная работа, всего:	28	8
Лекции	14	4
Практические занятия	14	4
2.Самостоятельная работа студентов (СРС):	80	96
-рефераты	-	-
- контрольная работа	-	30
-самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала, учебников и учебно-методических пособий, подготовка к практическим занятиям и пр.)	80	66
Итоговый контроль	зачет	Зачет (4)
Общая трудоемкость дисциплины	108	108

5 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий

5.1 Структура дисциплины

5.1.1 Структура дисциплины (очная форма обучения)

№ п/п	Семестр	Раздел дисциплины (модуля), темы раздела	Виды учебной работы, включая СРС и трудоемкость (в часах)					СРС	Форма: -текущего контроля успеваемости, СРС (по неделям семестра); -промежуточной аттестации (по семестрам) КРС
			всего	лекция	практические занятия	лаб. занятия	контроль		
1	7	Модуль 1. Сущность управления и менеджмента	28	4	4			20	
		Предмет, методы, цели и задачи курса. Виды менеджмента. Объект и субъект управления.	16	4	2			10	Экспресс-опрос на лекции
		Цели и задачи менеджмента. Функции менеджмента	12		2			10	Экспресс-опрос на лекции
2		Модуль 2. Организационный менеджмент	42	6	6			30	
		Организация как система. Внутренняя и внешняя среда организации. Организационные структуры. Взаимодействие человека и организации	14	2	2			10	Экспресс-опрос на лекции Решение задач по теме
		Экономические, административные и социально-психологические методы управления	16	4	2			10	Тестирование
		Управленческие решения. Технология разработки и принятия управленческих решений	12		2			10	Решение задач по теме
3		Модуль 3. Маркетинг в сфере общественного питания	38	4	4			30	
		Маркетинговые исследования в сфере предприятий общественного питания	19	2	2			15	Решение задач по теме
		Формирование товарного предложения. Развитие сетей реализации продукции	19	2	2			15	Тестирование
		Промежуточная аттестация							Зачет
Итого			108	14	14			80	

5.1.2. Структура дисциплины (заочная форма)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов

№ п/п	Семестр	Раздел дисциплины (модуля), темы раздела	Виды учебной работы, включая СРС и трудоемкость (в часах)					СРС	Форма: -текущего контроля успеваемости, СРС (по неделям семестра); -промежуточной аттестации (по семестрам) КРС
			всего	лекция	практические занятия	лаб. занятия	Контроль		
1	5	Модуль 1. Сущность управления и менеджмента	32	2				30	
		Предмет, методы, цели и задачи курса. Виды менеджмента. Объект и субъект управления.	17	2				15	Экспресс-опрос на лекции
		Цели и задачи менеджмента. Функции менеджмента.	15					15	Экспресс-опрос на лекции
2		Модуль 2. Организационный менеджмент	40	2	2			36	
		Организация как система. Внутренняя и внешняя среда организации. Организационные структуры. Взаимодействие человека и организации.	14	2	2			10	Решение задач по теме
		Экономические, административные и социально-психологические методы управления	14					14	Тестирование
		Управленческие решения. Технология разработки и принятия управленческих решений	12					12	Решение задач по теме
		Модуль 3. Маркетинг в сфере общественного питания	32		2			30	
		Маркетинговые исследования в сфере предприятий общественного питания	17		2			15	Решение задач по теме
		Формирование товарного предложения. Развитие сетей реализации продукции	15					15	Тестирование
		Промежуточная аттестация (зачет)	4				4		Зачет
Итого			108	4	4		4	96	

5.1.3 Матрица формируемых дисциплиной компетенций

Разделы и темы дисциплины	Кол-во часов	Компетенции (вместо цифр – шифр и номер компетенции из ФГОС ВПО)				
		1	2	3	4	общее количество компетенций
Модуль 1. Сущность управления и менеджмента	28	ПК-11 ПК-12	ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16	ПК-21 ПК-22 ПК-30	ПК-31 ПК-32 ПК-33	12
Предмет, методы, цели и задачи курса. Виды менеджмента. Объект и субъект управления.	16	ПК-11 ПК-12	ПК-15 ПК-16	ПК-22	ПК-30	6
Цели и задачи менеджмента. Функции менеджмента.	12	ПК-13	ПК-14 ПК-21	ПК-31	ПК-33	6
Модуль 2. Организационный менеджмент	42	ПК-11 ПК-12	ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16	ПК-21 ПК-22 ПК-30	ПК-31 ПК-32 ПК-33	12
Организация как система. Внутренняя и внешняя среда организации. Организационные структуры. Взаимодействие человека и организации.	14	ПК-21	ПК-22	ПК-30	ПК-31	4
Экономические, административные и социально-психологические методы менеджмента.	14	ПК-11	ПК-12	ПК-13	ПК-33	4
Управленческие решения. Технология разработки и принятия управленческих решений.	14	ПК-30	ПК-31	ПК-32	ПК-38 ПК-39	4
Модуль 3. Маркетинг в сфере общественного питания	32	ПК-11 ПК-12	ПК-13 ПК-14 ПК-15	ПК-16 ПК-21 ПК-22 ПК-30	ПК-31 ПК-32 ПК-33	12
Маркетинговые исследования в сфере предприятий общественного питания	17	ПК-11	ПК-12	ПК-13 ПК-14	ПК-15 ПК-16	6
Формирование товарного предложения. Развитие сетей реализации продукции	15	ПК-21	ПК-22	ПК-30 ПК-31	ПК-32 ПК-33	6
Итого	108					12

5.1.4 Содержание разделов дисциплины (модуля)

№	Название раздела	Содержание раздела в дидактических единицах
1	Тема 1. Предмет, методы, цели и задачи курса. Виды менеджмента и маркетинга. Объект и субъект управления.	Сущность и содержание менеджмента и маркетинга. Цели и задачи курса. Классификация видов менеджмента и маркетинга, их особенностей. Понятие объекта и субъекта управления.
2	Тема 2. Цели и задачи менеджмента и маркетинга. Функции менеджмента и маркетинга.	Классификация организационных целей и задач. Иерархия целей. Понятие целевого управления. Функции менеджмента и маркетинга.
3	Тема 3. Организация как система. Внутренняя и внешняя среда организации. Организационные структуры. Взаимодействие человека и организации.	Понятие системы, системный подход в менеджменте. Классификация организаций. Виды структур организации: управленческая, организационная и производственная. Внутренняя и внешняя среда организации и ее элементы. Роль индивида в организации. Индивид и группа.
4	Тема 4. Экономические, административные и социально-психологические методы менеджмента.	Понятие и классификация методов менеджмента, особенностей их применения.
5	Тема 5. Управленческие решения. Технология разработки и принятия управленческих решений.	Понятие и классификация управленческих решений. Особенности разработки и принятия коллективных и индивидуальных управленческих решений. Методы разработки и принятия управленческих решений.
6	Маркетинговые исследования в сфере предприятий общественного питания	Цели и задачи маркетинговых исследований. Особенности организации и проведения маркетинговых исследований в сфере предприятий общественного питания.
7	Формирование товарного предложения. Развитие сетей реализации продукции	Понятие и классификация товаров. Особенности товарных предложений. Каналы распределения и товародвижение

5.2 Содержание практических и семинарских занятий

5.2.1 Практические занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
	Модуль 1. Сущность менеджмента и маркетинга		4
1	Предмет, методы, цели и задачи курса. Виды менеджмента и маркетинга. Объект и субъект управления	Менеджмент и маркетинг как учебная дисциплина, цели и задачи. Классификация видов менеджмента и маркетинга, их особенности. Понятие объекта и субъекта управления.	2
2	Цели и задачи менеджмента и маркетинга. Функции менеджмента	Особенности разработки организационных целей и задач. Метод «дерево целей». Функции менеджмента, классификация, особенности использования.	2
	Модуль 2. Организационный менеджмент		6
3	Организация как система. Внутренняя и внешняя среда организации. Организационные структуры. Взаимодействие человека и организации.	Внутренняя и внешняя среда организации. Структуры управления в организации: управленческая, организационная, производственная. Типы структур управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная, проектная, матричная, бригадная, их преимущества и недостатки, схемы.	2
4	Экономические,	Особенности применения экономических,	2

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
	административные и социально-психологические методы менеджмента	административных и социально-психологических методов управления в сельскохозяйственных организациях	
5	Управленческие решения. Технология разработки и принятия управленческих решений	Особенности разработки и принятия коллективных и индивидуальных решений, доведение их до исполнителей и контроль исполнения	2
	Модуль 3. Маркетинг в сфере общественного питания		4
6	Маркетинговые исследования в сфере общественного питания	Виды, цели и задачи маркетинговых исследований в сфере общественного питания	2
7	Формирование товарного предложения. Развитие сетей реализации продукции	Товарная политика. Формирование товарного предложения. Развитие сетей реализации продукции	2

Вопросы для самостоятельной работы студентов:

1. Сущность и содержание менеджмента и маркетинга
2. Роль менеджмента и маркетинга в преодолении кризисных явлений в экономике.
3. Становление и развитие менеджмента и маркетинга.
4. Типы организации и виды организационных структур.
5. Управление организацией, ее основные элементы и их характеристика.
6. Внешняя и внутренняя среда организации, ее элементы, маркетинговая среда.
7. Жизненный цикл организации.
8. Концепции современного маркетинга.
9. Понятие и классификация управленческих решений.
10. Мотивация и стимулирование деятельности человека в организации.
11. Маркетинговые исследования в АПК.
12. Маркетинговая служба на предприятии общественного питания
13. Оценка эффективности деятельности организации.
14. Роль менеджеров в современных организациях.

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Рабочая программа дисциплины «Менеджмент и маркетинг»
2. Инструкция по работе с информационно-справочными системами
3. Задания, приведенные в литературе и порядок их выполнения (по заданию преподавателя)

6.1 Содержание самостоятельной работы и формы ее контроля

6.1.1 Содержание самостоятельной работы и формы ее контроля (очная форма обучения)

№ п/п	Раздел дисциплины (модуля), темы раздела	Всего часов	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
	Модуль 1. Сущность управления и менеджмента			

1	Виды менеджмента и маркетинга. Объект и субъект управления	10	Работа с учебной литературой, подготовка к лекции	Экспресс-опрос на лекции
2	Цели и задачи менеджмента и маркетинга. Функции менеджмента и маркетинга	10	Использование данных по конкретной организации	Проверка заданий
Модуль 2. Организационный менеджмент				
3	Организация как система. Внутренняя и внешняя среда организации. Организационные структуры.	10	Разработка организационных структур на примере конкретной организации, схемы	Проверка заданий
4	Экономические, административные и социально-психологические методы менеджмента	10	Работа с учебной литературой	Тестирование
5	Управленческие решения. Технология разработки и принятия управленческих решений	10	Работа с учебной литературой	Тестирование
6	Маркетинговые исследования в сфере общественного питания	15	Разработка плана маркетинговых исследований в конкретной организации	Проверка заданий
7	Формирование товарного предложения. Развитие сетей реализации продукции	15	Разработка товарного предложения и перспективы развития сетей реализации продукции в конкретной организации	Проверка заданий

6.1.2 Содержание самостоятельной работы и формы ее контроля (заочная форма обучения)

№ п/п	Раздел дисциплины (модуля), темы раздела	Всего часов	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
Модуль 1. Сущность управления и менеджмента				
1	Виды менеджмента. Объект и субъект управления	15	Работа с учебной литературой, подготовка к лекции	Экспресс-опрос на лекции
2	Цели и задачи менеджмента. Функции менеджмента.	15	Использование данных по конкретной организации	Проверка заданий
Модуль 2. Организационный менеджмент				
3	Организация как система. Внутренняя и внешняя среда организации. Организационные структуры	10	Разработка организационных структур на примере конкретной организации, схемы	Проверка заданий
4	Экономические, административные и социально-психологические методы менеджмента	14	Работа с учебной литературой	Тестирование
5	Управленческие решения. Технология разработки и	12	Работа с учебной литературой	Тестирование

	принятия управленческих решений			
6	Маркетинговые исследования в сфере общественного питания	15	Использование данных по конкретной организации	Проверка заданий
7	Формирование товарного предложения. Развитие сетей реализации продукции	15	Использование данных по конкретной организации	Проверка заданий
	Итого	108		

Задания для контроля

Модуль 1. Сущность менеджмента и маркетинга

1. Основной характеристикой организации как открытой системы является:
 - а) обмен ресурсами с внешней средой
 - б) сильное лидерство
 - в) способность адаптировать методы ведения бизнеса к изменяющимся условиям внешнего окружения
 - г) правильный подбор персонала
 - д) готовность пересмотреть свою миссию.

2. К основным функциям менеджмента относятся
 - а) распределение ресурсов между задачами (логистика)
 - б) увязка долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных планов
 - в) оценка экономической обстановки на рынке (маркетинг)
 - г) бизнес-планирование в производстве
 - д) учетная производственная деятельность
 - е) финансовая оценка производственной деятельности
 - ж) оптимизация организационных структур
 - и) оценка экономической эффективности производства

Модуль 2. Организационный менеджмент

1. Процесс принятия решений начинается с:
 - а) формулировки миссии предприятия
 - б) постановки управленческих целей
 - в) выявления проблемы
 - г) определения лица, ответственного за принятие решений
 - д) идентификации функциональной сферы, где принимается решение.

2. Преимуществами функциональной структуры управления являются :
 - а) возможность углубленной деловой и профессиональной специализации персонала
 - б) ясность в распределении полномочий и ответственности
 - в) хорошие условия для внедрения внутриорганизационного хозрасчета
 - г) возможность адекватного учета региональных условий бизнеса
 - д) создание условий для децентрализации в структуре управления.

Модуль 3.

1. Процесс появления новых рынков – это:
 - а) уход с рынка
 - б) систематический поиск новых сфер деятельности фирмы
 - в) вытеснение с рынка конкурирующей организации
 - г) результат случайного наблюдения

2. Обеспечение товару желательного места в сознании потенциальных потребителей называют:

- а) избытком товара
- б) позиционированием
- в) сегментированием
- г) диверсификацией

Типовое задание

Исходные данные:

1. В организации имеется генеральный директор, у которого в подчинении находятся руководители структурных подразделений, занятых основной деятельностью, и руководители функциональных подразделений.

Руководителям основных структурных подразделений подчиняются руководители низшего звена, а им - исполнители. По соответствующим функциям или функциональным областям руководители основных подразделений подчиняются руководителям функциональных служб.

2. В организации имеется генеральный директор. У него в подчинении руководители структурных подразделений, самостоятельно решающие все без исключения вопросы в рамках своих полномочий. Структурные подразделения заняты основной деятельностью, у руководителей структурных подразделений в подчинении находятся супервайзеры, которые руководят исполнителями.

3. В организации имеется генеральный директор, которому подчинен небольшой штат сотрудников, выполняющих коммуникативные и координационные функции. Это - менеджеры проектов Генеральный директор и менеджеры ищут сотрудников, заинтересованных в участии в проектах. Создаются временные группы для выполнения проектов. Функцию контроля над деятельностью и поведением участников проекта выполняет сама группа.

4. В организации имеется генеральный директор. У него в подчинении руководители структурных подразделений, выполняющих определенные функции менеджмента и отвечающие за определенные функциональные области менеджмента.

Руководителям структурных подразделений подчиняются исполнители по основной деятельности: руководитель плановой службы выдает плановое задание, руководитель службы обеспечения на основе заявок исполнителей обеспечивает их материалами и инструментами, руководитель службы контроля контролирует ход трудового процесса, фиксирует отклонения и принимает меры или докладывает генеральному директору и т.д.

5. В организации имеется генеральный директор, в подчинении которого находятся руководители проектов по основной деятельности. Руководитель проекта набирает необходимых для работы специалистов на время выполнения проекта. После того, как проект закончен, руководители проекта распускают коллектив и формируют новые временные коллективы для выполнения других проектов.

6. В организации имеется генеральный директор, у которого в подчинении находятся руководители функциональных подразделений, а также руководители подразделений основной деятельности, специализированных по продуктам, услугам, группам потребителей или по территориям. Эти руководители обладают высокой степенью самостоятельности, однако подчиняются руководителям функциональных подразделений по тем или иным функциям.

7. В организации имеется генеральный директор, в подчинении которого находятся руководители некоторых функциональных подразделений. Работу по основной деятельности выполняют организации-соисполнители, связанные с данной организацией контрактными отношениями. Координируют работу по проектам генеральный директор и менеджеры проектов

8. В организации имеется генеральный директор, в подчинении которого находятся руководители проектов по основной деятельности и руководители функциональных подразделений. Руководители проектов набирают из числа сотрудников функциональных подразделений коллектив для выполнения проекта.

Сотрудники функциональных подразделений могут перейти на время выполнения проекта в полное подчинение руководителю проекта, а могут иметь двойное подчинение: по проекту (сроки, режим работы) - руководителю проекта, по выполнению функции (технология, качество) - руководителю функционального подразделения.

Задание:

1. Обозначить цифрами перечисленные выше структуры управления: Линейная
Функциональная.....Линейно-функциональная.....Проектная.....

Матричная.....Дивизиональная.....Сетевая.....

2. Нарисовать каждую из структур управления. На рисунках отразить линейные связи.

Вопросы к зачету

1. Менеджмент и маркетинг в системе рыночной экономики
2. Понятие и система функций, целей и задач менеджмента и маркетинга
3. Законы управления, законы организации.
4. Основные подходы и типовые задачи управления
5. Генезис менеджмента (школы, направления).
6. Особенности национальных систем менеджмента.
7. Результативная и эффективная деятельность в менеджменте и маркетинге
8. Организация - объект менеджмента, типы, элементы, процессы.
9. Методы управления
10. Организационные, управленческие и производственные структуры.
11. Типы организационных структур.
12. Организация труда, процессов, действий.
13. Организационная культура.
14. Стратегическое управление организацией.
15. Анализ внутренней и внешней среды организации.
16. Миссия организации, ее роль, значимость, определение.
17. Сущность планирования в управлении. Принципы и методы планирования.
18. Реализация стратегии в организации
19. Управление персоналом
20. Лидерство и стиль деятельности. Понятие и концепции лидерства
21. Руководитель и подчиненные. Способы организационного воздействия
22. Профессиональные качества менеджера
23. Виды и способы реализации власти.
24. Понятие полномочий и ответственности. Распределение полномочий.
25. Централизация и децентрализация задач управления.
26. Коммуникации в управлении.
27. Управление конфликтами в организации.
28. Конкуренция внутри и вне организации.
29. Мотивация в управлении. Механизм воздействия мотивации на деятельность человека.
30. Процессуальные и содержательные теории мотиваций.
31. Человек в организации: взаимодействие, вхождение и адаптация.
32. Коллектив и коллективная работа
33. Формирование команды менеджера.
34. Контроль в управлении.

35. Управление изменениями, инновациями в организации. Анализ управленческих рисков
36. Управление качеством.
37. Управленческие решения: сущность, классификация.
38. Алгоритм выработки и принятия управленческих решений. Оценка качества управленческих решений.
39. Особенности работы менеджера в кризисных ситуациях;
40. Организация труда менеджера. Эффективность и качество труда менеджера. Функциональное разделение управленческого труда
41. Маркетинг в системе рыночной экономики.
42. Основные факторы маркетинговой среды организации.
43. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования.
44. Маркетинг потребительских товаров и товаров производственно-технического назначения.
45. Задачи и политика ценообразования в маркетинге предприятия.
46. Каналы распределения и товародвижение.
47. Розничная и оптовая торговля.
48. Выбор стратегии охвата рынка.
49. Разработка новых товаров, особенности.
50. Комплекс маркетинга и зарубежные рынки.

7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) (представлен в приложении 1)

8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор(ы)	Год и место издания	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
						в библиотеке	на кафедре
1	Менеджмент: учебник	Виханский О.С.	М.: Магистр: Инфра-М, 2013	1,2,3	7	ЭБС «Национально-цифровой ресурс Руконт» (http://rucont.ru/)	
2	Маркетинг. Учебник	Липсиц И.В.	М.: ГЭОТАР-Медиа, 2012	1,2,3	7	ЭБС «Национально-цифровой ресурс Руконт» (http://rucont.ru/)	

8.2 Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор(ы)	Год и место издания	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
						в библиотеке	на кафедре
1	Теория менеджмента. Учебно-методическое пособие	Котов Н.Г.	Оренбург: ФГБОУ впо ОГАУ, 2015	1, 2	7	ЭБС «Национально-цифровой ресурс Руконт» (http://rucont.ru/efd/313545)	

2	Менеджмент в агропромышленном комплексе	Р.Г. Мумладзе	М.:Кнорус-М, 2011	1	7	15
3	Основы менеджмента: учеб. пособие	Витевская О.В..	Самара: Изд-во ПГУТИ, 2014	1, 2	7	ЭБС «Национально-цифровой ресурс Руконт» (http://rucont.ru/efd319891)
4	Менеджмент: практикум	Хохловская И.И.	Яросл. Гос. ун-т, 2013	2	7	ЭБС «Национально-цифровой ресурс Руконт» (http://rucont.ru/efd272247)

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Перед изучением дисциплины студенту необходимо ознакомиться с рабочей программой дисциплины, размещенной на портале и просмотреть основную литературу, приведенную в рабочей программе в разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины». Книги, размещенные в электронно-библиотечных системах доступны из любой точки, где имеется выход в «Интернет», включая домашние компьютеры и устройства, позволяющие работать в сети «Интернет». Если выявили проблемы доступа к указанной литературе, обратитесь к преподавателю (либо на занятиях, либо через портал академии).

Для изучения дисциплины необходимо иметь чистую тетрадь, объемом не менее 48 листов для выполнения заданий. Перед началом занятий надо бегло повторить материал из курсов предшествующих дисциплин.

Для эффективного освоения дисциплины рекомендуется посещать все виды занятий в соответствии с расписанием и выполнять все домашние задания в установленные преподавателем сроки. В случае пропуска занятий по уважительным причинам, необходимо подойти к преподавателю и получить индивидуальное задание по пропущенной теме.

Полученные знания и умения в процессе освоения дисциплины студенту рекомендуется применять для решения своих задач, не обязательно связанных с программой дисциплины.

Владение компетенциями дисциплины в полной мере будет подтверждаться Вашим умением ставить конкретные задачи по исследованию проблем управления бизнес-процессами и решать их с использованием общих и специальным методов исследований.

Полученные при изучении дисциплины знания, умения и навыки рекомендуется использовать при выполнении курсовых и выпускных квалификационных работ, а также на производственных практиках.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Поиск информации в глобальной сети Интернет
Работа в электронно-библиотечных системах

Работа в ЭИОС вуза (работа с порталом и онлайн-курсами в системе moodle.izhgsha.ru)

Мультимедийные лекции

Работа в компьютерном классе

Компьютерное тестирование

При изучении учебного материала используется комплект лицензионного программного обеспечения следующего состава:

1. Операционная система: Microsoft Windows 10 Professional. Подписка на 3 года. Договор № 9-БД/19 от 07.02.2019. Последняя доступная версия программы. Astra Linux Common Edition. Договор №173-ГК/19 от 12.11.2019 г.

2. Базовый пакет программ Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint). Microsoft Office Standard 2016. Бессрочная лицензия. Договор №79-ГК/16 от 11.05.2016. Microsoft Office Standard 2013. Бессрочная лицензия. Договор №0313100010014000038-0010456-01 от 11.08.2014. Microsoft Office Standard 2013. Бессрочная лицензия. Договор №26 от 19.12.2013. Microsoft Office Professional Plus 2010. Бессрочная лицензия. Договор №106-ГК от 21.11.2011. Р7-Офис. Договор №173-ГК/19 от 12.11.2019 г.

3. Информационно-справочная система (справочно-правовая система) «КонсультантПлюс». Соглашение № ИКП2016/ЛСВ 003 от 11.01.2016 для использования в учебных целях бессрочное. Обновляется регулярно. Лицензия на все компьютеры, используемые в учебном процессе.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам:

Информационно-справочная система (справочно-правовая система) «КонсультантПлюс».

«1С:Предприятие 8 через Интернет для учебных заведений» (<https://edu.1cfresh.com/>) со следующими приложениями: 1С: Бухгалтерия 8, 1С: Управление торговлей 8, 1С:ERP Управление предприятием 2, 1С: Управление нашей фирмой, 1С: Зарплата и управление персоналом. Облачный сервис.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Тип аудитории	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы
Лекции	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Аудитория, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: переносной компьютер, проектор, доска, экран.
Практики	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (практических занятий). Аудитория, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы. Помещение оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
Общее помещение для хранения и профилактического обслуживания	Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» (приложение к рабочей программе дисциплины)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

1.1 Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули (разделы, темы, дисциплины)	Код контролируемой компетенции	Оценочные средства		Способ контроля
		Наименование	№№ заданий	
Модуль 1. Сущность менеджмента и маркетинга	ПК-11 ПК-12 ПК-13	Вопросы дискуссии	1-2	Устно, ПДЗ
Модуль 2. Организационный менеджмент	ПК-14 ПК-15 ПК-16	Вопросы дискуссии	1-2	Устно, ПДЗ
Модуль 3. Маркетинг в сфере общественного питания	ПК-21 ПК-22 ПК-30	Вопросы дискуссии	3	Устно
	ПК-31 ПК-32 ПК-33	Типовые задачи, кейсы, тест по учебному модулю	4 5	Письменно Компьютерное тестирование

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В процессе освоения дисциплины студент осваивает и развивает следующие компетенции:

- способностью осуществлять мониторинг проведения мотивационных программ на всех ее этапах, оценивать результаты мотивации и стимулировать работников производства (ПК-11);

- способностью разрабатывать критерии оценки профессионального уровня персонала для составления индивидуальных и коллективных программ обучения, оценивать наличие требуемых умений у членов команды и осуществлять взаимодействие между членами команды (ПК-12);

- способностью планировать и анализировать программы и мероприятия обеспечения и поддержки лояльности персонала по отношению к предприятию и руководству, планировать и анализировать свою деятельность и рабочий день с учетом собственных должностных обязанностей на предприятии питания (ПК-13);

- способностью проводить мониторинг и анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания, оценивать финансовое состояние предприятия питания и принимать решения по результатам контроля (ПК-14);

- способностью осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, систематизировать и обобщать информацию (ПК-15);

- способностью планировать стратегию развития предприятия питания с учетом множественных факторов, проводить анализ, оценку рынка и риски, умеет провести аудит финансовых и материальных ресурсов (ПК-16);

- готовностью разрабатывать критерии оценки профессионального уровня персонала для составления обучающих программ, проводить аттестацию работников производства и принимать решения по результатам аттестации (ПК-21);
- способностью проводить мониторинг финансово-хозяйственной деятельности предприятия, анализировать и оценивать финансовое состояние предприятия (ПК-22);
- готовностью осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития индустрии питания и гостеприимства, способность проводить обоснование и расчеты прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания (ПК-30);
- способностью планировать маркетинговые мероприятия, составлять календарно-тематические планы их проведения, рекламные сообщения о продукции производства, рекламные акции, владение принципами ценообразования у конкурентов, а также творчески мыслить и анализировать работу с клиентской базой (ПК-31);
- готовностью прогнозировать конъюнктуру рынка продовольственного сырья и анализировать спрос на продукцию производства, оценивать эффективность маркетинговых мероприятий по продвижению продукции на рынок, обеспечивать обратную связь с потребителями, участвовать в программах по разработке предложений по формированию ассортимента продукции питания и продвижения ее на рынке (ПК-32);
- способностью участвовать в маркетинговых исследованиях товарных рынков, пищевого сырья, продукции и разрабатывать предложения по выбору поставщиков для предприятий питания (ПК-33).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Иметь представление о базовых принципах, закономерностях, функциях и процессе управления в организации, обеспечение соответствующего теоретического уровня и практической направленности в системе обучения и будущей деятельности бакалавра профиля Технологическое оборудование для хранения и переработки сельскохозяйственной продукции. Знать основные понятия и категории менеджмента, практики разработки и принятия управленческих решений в хозяйствующих субъектах различных форм собственности, реализации инвестиционных проектов, управления малыми группами и коллективами, повышения эффективности организации в обеспечения ее эффективного взаимодействия с внешней средой.

Таблица 1.2 – Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы по направлению подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания. Дисциплина «Менеджмент и маркетинг»

Наименование дисциплины	Профессиональные компетенции (ПК)					
	ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16, ПК-21, ПК-22, ПК-30, ПК-31, ПК-32, ПК-33					
Менеджмент и маркетинг	Знать	Уметь	Владеть	Знать	Уметь	Владеть

Таблица 1.3 - Перечень компетенций с указанием этапов их формирования

Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
		Знать	Уметь	Владеть
ПК-11	способностью осуществлять мониторинг проведения мотивационных программ на всех ее этапах, оценивать результаты мотивации и стимулировать работников производства	- основные мотивационные программы; основы проведения мониторинга мотивационных программ на всех ее этапах; виды и формы мотивации и стимулирования работников	- разрабатывать и использовать мотивационные программы и проводить их мониторинг; проводить оценку результатов мотивации и стимулирования работников	- навыками анализа результатов мониторинга проведенных мотивационных программ на всех этапах, оценки результатов мотивации и стимулирования работников производства
ПК-12	способностью разрабатывать критерии оценки профессионального уровня персонала для составления индивидуальных и коллективных программ обучения, оценивать наличие требуемых умений у членов команды и осуществлять взаимодействие между членами команды	- принципы оценки профессионального уровня персонала и составления индивидуальных и коллективных программ обучения, особенности оценки наличия умений у членов команды и осуществления взаимодействия между членами команды	- оценивать профессиональный уровень персонала и составлять индивидуальные и коллективные программы обучения, доводить их до членов команд и осуществлять взаимодействие между членами команд	- навыками оценки профессионального уровня персонала, составления индивидуальных и коллективных программ обучения, оценивать наличие требуемых умений у членов команды и осуществлять взаимодействие между ними
ПК-13	способностью планировать и	- особенности планирования и анализа программ мероприятий обеспечения	- разрабатывать плановые программы и мероприятия обеспечения	- навыками использования современных методов

	анализировать программы и мероприятия обеспечения и поддержки лояльности персонала по отношению к предприятию и руководству, планировать и анализировать свою деятельность и рабочий день с учетом собственных должностных обязанностей на предприятиях питания	поддержки лояльности персонала по отношению к предприятию и руководству, планирование и анализ деятельности и рабочего дня с учетом должностных обязанностей на предприятии питания	поддержки лояльности персонала по отношению к предприятию и руководству, планировать и анализировать свою деятельность с учетом собственных должностных обязанностей на предприятии питания	планирования и анализа программ и разработки мероприятий обеспечения и поддержки лояльности персонала по отношению к предприятию и руководству, планирования и анализа своей деятельности и рабочего дня с учетом собственных должностных обязанностей на предприятии питания
ПК-14	способностью проводить мониторинг и анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания, оценивать финансовое состояние предприятия питания и принимать решения по результатам контроля	- виды и особенности проведения мониторинга и анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания и принятия решений по результатам контроля	- применять разнообразные формы проведения мониторинга и анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания и принятия решений по результатам контроля	- профессиональными знаниями и навыками проведения мониторинга и анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания и принимать решения по результатам контроля
ПК-15	способностью осуществлять поиск, выбор и	- классификацию информации, ее поиск, выбор и использование новой информации в области развития	- осуществлять поиск информации, ее выбор и использование новой информации в области развития	- навыками использования информации для разработки и принятия организационно-

	использование новой информации в области развития потребительского рынка, систематизировать и обобщать информацию	потребительского рынка, систематизацию и обобщение информации	потребительского рынка, систематизировать и обобщать информацию	управленческих решений; методикой выбора новой информации в области развития потребительского рынка, систематизация и обобщение информации
ПК-16	способностью планировать стратегию развития предприятия питания с учетом множественных факторов, проводить анализ, оценку рынка и риски, умеет провести аудит финансовых и материальных ресурсов	- основы стратегического планирования и развития предприятия питания; особенности технологических, производственных факторов, их анализ; оценку рынка и организационные риски; аудит финансовых и материальных ресурсов	- разрабатывать производственные планы предприятия питания с учетом технологических и производственных факторов; оценку рынка и организационные риски; проводить аудит финансовых и материальных ресурсов	- основами стратегического планирования и развития предприятия питания, с учетом множественных факторов; навыками анализа и оценки рынков в сфере общественного питания; способен проводить аудит финансовых и материальных ресурсов предприятия питания
ПК-21	готовностью разрабатывать критерии оценки профессионального уровня персонала для составления обучающих программ, проводить аттестацию работников производства и принимать решения по результатам аттестации	- особенности разработки критериев оценки профессионального уровня персонала, составления обучающих программ, проведение аттестации работников производства и принятие решений по результатам аттестации	- организовать разработку критериев оценки профессионального уровня персонала, составлять обучающие программы, проводить аттестацию работников и принимать решения по результатам аттестации	- методами оценки эффективности критериев профессионального уровня персонала, составления обучающих программ, проведения аттестации работников производства и принятия решений по результатам аттестации

ПК-22	способностью проводить мониторинг финансово-хозяйственной деятельности предприятия, анализировать и оценивать финансовое состояние предприятия	- особенности проведения мониторинга финансово-хозяйственной деятельности предприятия, анализа и оценки финансового состояния предприятия	- собирать и анализировать информацию, необходимую для проведения мониторинга финансово-хозяйственной деятельности предприятия, оценки его финансового состояния	- навыками использования современных методов для проведения мониторинга финансово-хозяйственной деятельности предприятия, анализа и оценки его финансового состояния
ПК-30	готовностью осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития индустрии питания и гостеприимства, способность проводить обоснование и расчеты прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания	- роль информации в менеджменте и маркетинге; источники и виды новой информации в области развития индустрии питания и гостеприимства, проведение обоснования и расчетов прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания	- находить и обрабатывать новую информацию, выбирать и использовать ее в области развития индустрии питания и гостеприимства, проводить обоснование и расчеты прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания	- навыками использования современных технических средств и информационных технологий в области развития индустрии питания и гостеприимства, проведения обоснования и расчетов прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания
ПК-31	способностью планировать маркетинговые мероприятия, составлять календарно-тематические планы их проведения,	- особенности планирования маркетинговых мероприятий и составление календарно-тематических планов их проведения; основы рекламной деятельности в сфере общественного питания; составлять рекламные сообщения о продукции производства и планировать рекламные	- организовать планирование маркетинговых мероприятий с учетом технологических особенностей предприятия питания; оценивать эффективность рекламных сообщений, оптимизировать затраты на рекламу	- методами оценки эффективности планирования маркетинговых мероприятий с учетом особенностей предприятия; разрабатывать календарно тематические планы маркетинговых мероприятий; навыками проведения рекламных

	рекламные сообщения о продукции производства, рекламные акции, владение принципами ценообразования у конкурентов, а также творчески мыслить и анализировать работу с клиентской базой	акции		акций
ПК-32	готовностью прогнозировать конъюнктуру рынка продовольственного сырья и анализировать реализованный спрос на продукцию производства, оценивать эффективность маркетинговых мероприятий по продвижению продукции на рынок, обеспечивать обратную связь с потребителями, участвовать в программах по разработке предложений по формированию ассортимента продукции питания и	- прогнозирование конъюнктуры рынка продовольственного сырья; спрос и предложение на продукцию производства, конкурентоспособность продукции; разработку маркетинговых мероприятий по продвижению продукции на рынок и ее эффективность	- собирать и анализировать информацию, необходимую для производственной деятельности; изучить основные правила работы с управленческой информацией; оценивать ресурсы предприятия, вести их учет и определять потребности в различных видах информации	- навыками использования современных технических средств и информационных технологий в своей профессиональной деятельности; основами автоматизации учета спроса и использования ресурсов предприятия; методами оценки эффективности маркетинговых мероприятий

	продвижению ее на рынок			
ПК-33	способностью участвовать в маркетинговых исследованиях товарных рынков, пищевого сырья, продукции и разрабатывать предложения по выбору поставщиков для предприятий питания	- особенности разработки маркетинговых исследований товарных рынков, пищевого сырья, продукции; принципы выбора поставщиков для предприятий питания	- формулировать проблемы, требующие разработки и проведения маркетинговых исследований; использовать информацию проведения маркетинговых исследований товарных рынков, пищевого сырья и продукции; составлять договора с поставщиками на поставку продукции	- навыками использования информации при проведении маркетинговых исследований товарных рынков, пищевого сырья, продукции оптимизировать структуру поставщиков предприятия

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Таблица 1.4 – Показатели и критерии определения уровня сформированности компетенций

Код компетенции	Содержание компетенции в соответствии с ФГОС ВО	Критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования	Показатели результатов обучения по уровням освоения материала		
			Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
ПК-11	способностью осуществлять мониторинг проведения мотивационных программ на всех ее этапах, оценивать результаты мотивации	Знать: - основные мотивационные программы; основы проведения мониторинга мотивационных программ на всех ее этапах; виды и формы мотивации и стимулирования работников	- знание базового представления о мотивационных программах и стимулировании работников производства	- знание базового представления о мотивационных программах на всех ее этапах, оценки результатов мотивации и стимулирования работников производства	- сформированные представления о современных мотивационных программах на всех ее этапах, оценки результатов мотивации, видов стимулирования работников производства

	и стимулировать работников производства				
		<p>Уметь: - разрабатывать и использовать мотивационные программы и проводить их мониторинг; проводить оценку результатов мотивации и стимулирования работников</p>	<p>- фрагментарное, но не систематическое умение использовать мотивационные программы и проводить их мониторинг</p>	<p>- в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение использовать мотивационные программы и проводить их мониторинг; проводить оценку результатов мотивации и стимулирования работников</p>	<p>- сформированное умение разрабатывать и использовать мотивационные программы и проводить их мониторинг; самостоятельно разрабатывать критерии оценки результатов мотивации и стимулирования работников</p>
		<p>Владеть: - навыками анализа результатов мониторинга проведенных мотивационных программ на всех этапах</p>	<p>- владение отдельными навыками анализа результатов мониторинга проведенных мотивационных программ на всех этапах</p>	<p>- сформированными навыками анализа результатов мониторинга проведенных мотивационных программ на всех этапах, и применения их на практике</p>	<p>- успешное владение навыками анализа результатов мониторинга проведенных мотивационных программ на всех этапах и применения их на практике</p>
ПК-12	способностью разрабатывать критерии оценки профессионального уровня персонала для составления индивидуальных и коллективных программ обучения, оценивать наличие требуемых умений у членов команды и	<p>Знать: - принципы оценки профессионального уровня персонала и составления индивидуальных и коллективных программ обучения, особенности оценки наличия умений у членов команды и осуществление взаимодействия между членами команды</p>	<p>- неполные представления о принципах оценки профессионального уровня персонала и составления индивидуальных и коллективных программ обучения, особенности оценки наличия умений у членов команды и осуществления</p>	<p>- сформированные, но содержащие отдельные пробелы представления об основных принципах оценки профессионального уровня персонала и составления индивидуальных и коллективных программ обучения, особенности оценки наличия умений у</p>	<p>- сформированные систематические представления о принципах оценки профессионального уровня персонала и составления индивидуальных и коллективных программ обучения, особенности оценки наличия умений у членов команды и особенностях их использования при решении</p>

	осуществлять взаимодействие между членами команды		взаимодействия между членами команды	членов команды и осуществление взаимодействия между ними	социальных и профессиональных задач
	Уметь: - оценивать профессиональный уровень персонала и составлять индивидуальные и коллективные программы обучения, доводить их до членов команд и осуществлять взаимодействие между членами команд		- базовые умения и навыки по оценке профессионального уровня персонала и составлять индивидуальные и коллективные программы обучения, доводить их до членов команд и осуществлять взаимодействие между членами команд	- использовать основные виды оценки профессионального уровня персонала и составлять индивидуальные и коллективные программы обучения, доводить их до членов команд и осуществлять взаимодействие между членами команд	- хорошие навыки по использованию основных видов оценки профессионального уровня персонала и составлять индивидуальные и коллективные программы обучения, доводить их до членов команд и осуществлять взаимодействие между членами команд с учетом специфики производственных задач
	Владеть: - навыками оценки профессионального уровня персонала, составления индивидуальных и коллективных программ обучения, оценивать наличие требуемых умений у членов команды и осуществлять взаимодействие между ними		- теоретическими знаниями и навыками оценки профессионального уровня персонала, составления индивидуальных и коллективных программ обучения, оценки наличия требуемых умений у членов команды и осуществлять взаимодействие между ними	- теоретическими знаниями и практическими навыками по разработке и анализу оценки профессионального уровня персонала, составления индивидуальных и коллективных программ обучения, оценкой наличия требуемых умений у членов команды и осуществлять взаимодействие между	- теоретическими знаниями и хорошими практическими навыками по оценке профессионального уровня персонала, составления индивидуальных и коллективных программ обучения, оценивать наличие требуемых умений при решении социальных и профессиональных задач членами команды и осуществлять взаимодействие между ними

				ними	
ПК-13	способностью планировать и анализировать программы и мероприятия обеспечения и поддержки лояльности персонала по отношению к предприятию и руководству, планировать и анализировать свою деятельность и рабочий день с учетом собственных должностных обязанностей на предприятиях питания	Знать: - особенности планирования и анализа программ и мероприятий обеспечения и поддержки лояльности персонала по отношению к предприятию и руководству, планирование и анализ деятельности и рабочего дня с учетом должностных обязанностей на предприятиях питания	- понятие и виды планирования и анализа программ и мероприятий обеспечения и поддержки лояльности персонала по отношению к предприятию и руководству, планирование и анализ рабочего дня с учетом должностных обязанностей на предприятии питания	- понятие и виды планирования и анализа программ и мероприятий обеспечения и поддержки лояльности персонала по отношению к предприятию и руководству, основы тайм-менеджмента при планировании и анализе деятельности и рабочего дня с учетом должностных обязанностей на предприятии питания	- понятие и виды планирования и анализа программ и разработки мероприятий обеспечения поддержки лояльности персонала по отношению к предприятию и руководству, основы тайм- менеджмента при планировании и анализе производственной деятельности, особенности планирования рабочего дня с учетом должностных обязанностей на предприятии питания
		Уметь: - разрабатывать плановые программы мероприятий обеспечения поддержки лояльности персонала по отношению к предприятию и руководству, планировать и анализировать свою деятельность с учетом собственных должностных обязанностей на предприятии питания	- базовые умения по разработке плановых программ мероприятий обеспечения поддержки лояльности персонала по отношению к предприятию и руководству, планировать и анализировать свою деятельность с учетом собственных должностных обязанностей на предприятии питания	- в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение разрабатывать и анализировать плановые программы мероприятий обеспечения лояльности персонала по отношению к предприятию и руководству, планировать и анализировать свою деятельность с учетом собственных должностных обязанностей на предприятии питания	- сформированные умения по разработке и анализу плановых программ мероприятий обеспечения поддержки лояльности персонала по отношению к предприятию и руководству, использование новых подходов при планировании и анализе собственных должностных обязанностей на предприятии питания

		<p>Владеть:</p> <p>- навыками использования современных методов планирования и анализа программ и разработки мероприятий обеспечения лояльности персонала по отношению к предприятию и руководству, планирования и анализа своей деятельности и рабочего дня с учетом собственных должностных обязанностей на предприятии питания</p>	<p>- базовыми навыками использования современных методов планирования и анализа программ и разработки мероприятий обеспечения лояльности персонала по отношению к предприятию и руководству, планирования и анализа рабочего дня с учетом собственных должностных обязанностей</p>	<p>- практическими навыками использования современных методов планирования и анализа программ и разработки мероприятий обеспечения лояльности персонала по отношению к предприятию и руководству с учетом особенностей сферы общественного питания, планирования и анализа своей деятельности с учетом собственных должностных обязанностей</p>	<p>- базовыми знаниями и практическими навыками использования современных методов планирования и анализа программ и разработки мероприятий обеспечения лояльности персонала по отношению к предприятию и руководству с учетом сферы общественного питания, использования должностных инструкций при планировании и анализе своей деятельности и рабочего дня с учетом собственных должностных обязанностей на предприятии питания</p>
ПК-14	способностью проводить мониторинг и анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания, оценивать финансовое состояние предприятия питания и принимать решения по результатам контроля	<p>Знать:</p> <p>- виды и особенности проведения мониторинга и анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания, оценки финансового состояния предприятия питания и принятия решений по результатам контроля</p>	<p>- основные виды и особенности проведения мониторинга и анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания, оценки его финансового состояния и принятия решений по результатам контроля</p>	<p>- понятия и виды проведения мониторинга и анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания, особенности оценки финансового состояния предприятия питания и принятия решений по результатам контроля</p>	<p>- понятия и особенности видов проведения мониторинга и анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания, отличительные особенности оценки финансового состояния предприятия питания и принятия решений по результатам контроля</p>
		<p>Уметь:</p> <p>- применять разнообразные формы проведения</p>	<p>- применять базовые теоретические знания о формах мониторинга и</p>	<p>- в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение</p>	<p>- хорошие умения и навыки по применению разнообразных форм</p>

		мониторинга и анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания и принятия решений по результатам контроля	анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания и принятия решений по результатам контроля	применять теоретические знания о формах проведения мониторинга и анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания и принятия решений по результатам контроля	проведения мониторинга и анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания и принятия решений по результатам контроля
		Владеть: - профессиональными знаниями и навыками проведения мониторинга и анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания и принимать решения по результатам контроля	- базовыми профессиональными знаниями и навыками проведения мониторинга и анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания и принятия решений по результатам контроля	- сформированными теоретическими знаниями и навыками проведения мониторинга и анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания и принятия решений по результатам контроля	- хорошее владение профессиональными знаниями и навыками проведения мониторинга и анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия питания и принятия решений по результатам контроля
ПК-15	способностью осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, систематизировать и обобщать информацию	Знать: - классификацию информации, ее поиск, выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, систематизацию и обобщение информации	- основы классификации управленческой информации, особенности ее поиска, выбора и использование новой информации в области развития потребительского рынка, систематизацию и обобщение информации	- понятие и виды новой информации, особенности ее поиска, выбора и использования новой информации в области развития потребительского рынка, систематизации и обобщения информации	- классификацию управленческой информации, особенности ее поиска, выбора, анализа, и использования новой информации в области развития потребительского рынка, систематизацию и обобщение информации
		Уметь:	- базовые умения по	- в целом успешное, но	- сформированные умения по

		- осуществлять поиск информации, ее выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, систематизировать и обобщать информацию	осуществлению поиска информации, ее выбора и использования новой информации в области развития потребительского рынка, систематизировать и обобщать информацию	содержащее отдельные пробелы умение осуществления поиска информации, ее выбора и использования новой информации в области развития потребительского рынка, ее систематизация и обобщение	осуществлению поиска информации, ее выбора и использования новой информации в области развития потребительского рынка, систематизировать и обобщать разнообразные виды информации
		Владеть: - навыками использования информации для разработки и принятия организационно-управленческих решений; методикой выбора новой информации в области развития потребительского рынка, систематизация и обобщение информации	- базовыми знаниями использования информации для разработки и принятия организационно-управленческих решений в области развития потребительского рынка	- практическими навыками использования информации для разработки и принятия организационно-управленческих решений; методикой выбора новой информации и области развития потребительского рынка, систематизацией и обобщением информации	- базовыми знаниями и практическими навыками использования информации для разработки и принятия организационно-управленческих решений; методикой выбора новой информации в области развития потребительского рынка с учетом региональных особенностей, систематизацией и обобщением информации
ПК-16	способностью планировать стратегию развития предприятия питания с учетом множественных факторов, проводить анализ, оценку рынка и риски, умеет провести аудит финансовых и	Знать: - основы стратегического планирования и развития предприятия питания; особенности технологических, производственных факторов; оценку рынка и организационные риски; аудит финансовых и материальных ресурсов	- основы стратегического планирования и развития предприятия питания; особенности технологических, производственных факторов; оценку рынка и организационные риски	- сформированные знания об основах стратегического планирования и развития предприятия питания; особенности технологических, производственных факторов; аудит финансовых и материальных ресурсов	- сформированные знания и практические навыки по основам стратегического планирования и развития предприятия питания; особенности технологических, производственных факторов; методику проведения аудита финансовых и материальных ресурсов

	материальных ресурсов	<p>Уметь: - разрабатывать производственные планы предприятия питания с учетом технологических и производственных факторов; проводить оценку рынка и риски; проводить аудит финансовых и материальных ресурсов</p>	<p>- базовые умения по разработке производственных планов предприятия питания с учетом технологических и производственных факторов; проводить оценку рынка и риски</p>	<p>- в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение разрабатывать производственные планы предприятия питания с учетом технологических и производственных факторов; проводить оценку рынка и риски; проводить аудит финансовых ресурсов</p>	<p>- сформированные умения по сбору, систематизации и анализу информации, необходимой для разработки производственных планов предприятия питания с учетом технологических и производственных факторов; проводить оценку рынка и риски; проводить аудит финансовых и материальных ресурсов</p>
		<p>Владеть: - основами стратегического планирования и развития предприятия питания, с учетом множественных факторов; навыками анализа и оценки рисков в сфере общественного питания; основами проведения аудита финансовых и материальных ресурсов предприятия питания</p>	<p>- навыками разработки стратегических планов в сфере предприятий общественного питания, с учетом множественных факторов; навыкам анализа и оценки рисков в сфере общественного питания</p>	<p>- практически навыками разработки стратегических планов предприятий общественного питания, с учетом множественных факторов; навыками анализа и оценки рисков в сфере общественного питания; основами проведения аудита финансовых и материальных ресурсов предприятия питания</p>	<p>- сформированными практически навыками разработки стратегических планов предприятий общественного питания, с учетом множественных факторов; навыками анализа и оценки рисков в сфере общественного питания; основами проведения аудита финансовых и материальных ресурсов предприятий питания</p>
ПК-21	готовностью разрабатывать критерии оценки профессионального уровня персонала для составления	<p>Знать: - особенности разработки критериев оценки профессионального уровня персонала, составления обучающих программ,</p>	<p>- виды и особенности разработки критериев оценки профессионального уровня персонала, составления обучающих</p>	<p>- сформированные знания об особенностях разработки критериев оценки профессионального уровня персонала,</p>	<p>- сформированные знания об особенностях разработки критериев оценки профессионального уровня персонала в сфере общественного питания,</p>

	<p>обучающих программ, проводить аттестацию работников производства и принимать решения по результатам аттестации</p>	<p>проведение аттестации работников производства и принятия решений по результатам аттестации</p>	<p>программ, проведение аттестации работников производства и принятия решений по результатам аттестации</p>	<p>составления обучающих программ, проведение аттестации работников и принятия решений по результатам аттестации</p>	<p>особенности составления обучающих программ, порядок и особенности проведения аттестации работников и принятия решений по результатам аттестации</p>
		<p>Уметь: - организовать разработку критериев оценки профессионального уровня персонала, составлять обучающие программы, проводить аттестацию работников и принимать решения по результатам аттестации</p>	<p>- организовывать разработку критериев оценки профессионального уровня персонала, составлять обучающие программы и проводить аттестацию работников</p>	<p>- организовывать разработку критериев оценки профессионального уровня персонала, составлять обучающие программы, проводить аттестацию работников и принимать решения по результатам аттестации</p>	<p>- самостоятельно организовать разработку критериев оценки профессионального уровня персонала, составлять обучающие программы, разрабатывать критерии для проведения аттестации работников и принимать решения по результатам аттестации</p>
		<p>Владеть: - методами оценки эффективности критериев профессионального уровня персонала, составления обучающих программ, проведения аттестации работников производства и принятия решений по результатам аттестации</p>	<p>- методами оценки эффективности критериев профессионального уровня персонала, составления обучающих программ, проведения аттестации и принятия решений по результатам аттестации</p>	<p>- методами оценки эффективности критериев профессионального уровня персонала, составления обучающих программ, проведения аттестации работников производства и принятия решений по результатам аттестации</p>	<p>- хорошее владение методами оценки эффективности критериев профессионального уровня персонала, составления обучающих программ с учетом специфики производства, проведения аттестации работников производства и принятия решений по результатам аттестации</p>
ПК-22	<p>Способностью проводить мониторинг финансово-</p>	<p>Знать: - особенности проведения мониторинга финансово-хозяйственной деятельности</p>	<p>- особенности проведения мониторинга финансово-хозяйственной</p>	<p>- виды и особенности проведения мониторинга финансово-хозяйственной деятельности</p>	<p>- хорошие знания особенностей проведения мониторинга финансово-хозяйственной деятельности</p>

	хозяйственной деятельности предприятия, анализировать и оценивать финансовое состояние предприятия	предприятия, анализа и оценки финансового состояния предприятия	деятельности предприятия, анализа и оценки финансового состояния	предприятия, анализа и оценки финансового состояния предприятия	предприятия, методов, используемых при проведении анализа и оценки финансового состояния предприятия
		Уметь: - собирать и анализировать информацию, необходимую для проведения мониторинга финансово-хозяйственной деятельности предприятия, оценки его финансового состояния	- использовать и анализировать информацию, необходимую для проведения мониторинга финансово-хозяйственной деятельности предприятия	- собирать и анализировать информацию, необходимую для проведения мониторинга финансово-хозяйственной деятельности предприятия и оценки его финансового состояния	- использовать разнообразные источники сбора и анализа информации, необходимой для проведения мониторинга финансово-хозяйственной деятельности предприятия, оценивать его финансовое состояние
		Владеть: - навыками использования современных методов для проведения мониторинга финансово-хозяйственной деятельности предприятия, анализа его финансового состояния	- базовыми знаниями использования современных методов для проведения мониторинга финансово-хозяйственной деятельности предприятия	- навыками использования современных методов для проведения мониторинга финансово-хозяйственной деятельности предприятия, анализа его финансового состояния	- хорошими знаниями и навыками использования современных методов для проведения мониторинга предприятия сферы общественного питания, анализа его финансового состояния и разработки мероприятий по его оптимизации
ПК-30	готовностью осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития индустрии питания и гостеприимства, способность проводить обоснование и	Знать: - роль информации в менеджменте и маркетинге; источники и виды новой информации в области развития индустрии питания и гостеприимства, проведение обоснования и расчетов прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания	- классификацию информации в менеджменте и маркетинге; источники и виды новой информации, используемой в индустрии питания и гостеприимства, проведение обоснования и расчетов прибыли и	- роль информации в менеджменте и маркетинге; источники и виды новой информации в области развития индустрии питания и гостеприимства, проведение обоснования и расчетов прибыли и затрат в рамках запланированного объема	- классификацию информации, используемой в менеджменте и маркетинге, особенности поиска, выбора и использования новой информации в области развития индустрии питания и гостеприимства, особенности проведения обоснования и расчетов прибыли и затрат в рамках

	расчеты прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания		затрат	выпуска продукции питания	запланированного объема выпуска продукции питания
		Уметь: - находить и обрабатывать новую информацию, выбирать и использовать ее в области развития индустрии питания и гостеприимства, проводить обоснование и расчеты прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания	- находить и обрабатывать новую информацию, выбирать и использовать ее в области развития индустрии питания и гостеприимства, проводить расчеты прибыли и затрат	- находить и обрабатывать новую информацию, выбирать и использовать ее в области развития индустрии питания и гостеприимства, проводить обоснование и расчеты прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции	- осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития индустрии питания и гостеприимства, проводить обоснование и расчеты прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания
		Владеть: - навыками использования современных технических средств и информационных технологий в области развития индустрии питания и гостеприимства, проведения обоснования и расчетов прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания	- частичное владение навыками использования современных технических средств и информационных технологий в области развития индустрии питания и гостеприимства, проведение расчетов прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания	- навыками использования современных технических средств и информационных технологий в области развития индустрии питания и гостеприимства, проведения обоснования и расчетов прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания	- хорошие навыки использования современных технических средств и информационных технологий при осуществлении поиска, выбора и использования новой информации в области развития индустрии питания и гостеприимства, способностью проводить обоснование и расчеты прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания
ПК-31	способностью планировать маркетинговые мероприятия, составлять календарно-тематические планы	Знать: - особенности планирования маркетинговых мероприятий и составление календарно-тематических планов их проведения; основы рекламной деятельности в	- понятие и классификацию управленческой информации; понятие и виды ресурсов, используемых на предприятии	- понятие и виды управленческой информации, принципы ее классификации, требования, предъявляемые к управленческой	- понятие и виды управленческой информации, принципы ее классификации, требования, предъявляемые к управленческой информации; основные виды информационного и

их проведения, рекламные сообщения о продукции производства, рекламные акции, владение принципами ценообразования у конкурентов, а также творчески мыслить и анализировать работу с клиентской базой	сфере общественного питания		информации; понятие и виды ресурсов, используемых на предприятии	программного обеспечения; понятие и виды ресурсов, используемых на предприятии; особенности и источники ресурсного обеспечения предприятия
	Уметь: - организовать планирование маркетинговых мероприятий с учетом технологических особенностей предприятия питания; составлять и оценивать эффективность рекламных сообщений, оптимизировать затраты на рекламу	- базовые умения по сбору и анализу информации необходимой для производственной деятельности; оценивать ресурсы предприятия, вести их учет; творчески мыслить и анализировать работу с клиентской базой	- в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение собирать и анализировать информацию, необходимую для производственной деятельности; оценивать ресурсы предприятия, вести их учет и определять потребность в различных видах ресурсов; творчески мыслить и анализировать работу с клиентской базой	- сформированные умения по сбору, систематизации и анализу информации, необходимой для производственной деятельности; умение применять на практике правила работы с управленческой информацией; оценивать ресурсы предприятия, вести их учет и определять потребность в различных видах ресурсов; творчески мыслить и анализировать работу с клиентской базой
	Владеть: - методами оценки эффективности планирования маркетинговых мероприятий с учетом особенностей предприятий питания; основами составления рекламных сообщений о продукции производства и планирования рекламных акций; принципами ценообразования у	- методами оценки эффективности планирования маркетинговых мероприятий с учетом особенностей предприятий питания	- методами оценки эффективности планирования маркетинговых мероприятий с учетом особенностей предприятий питания	- методами оценки эффективности планирования маркетинговых мероприятий с учетом особенностей предприятий питания; - основами составления рекламных сообщений о продукции производства и планировании рекламных акций

		конкурентов			конкурентов
ПК-32	готовностью прогнозировать конъюнктуру рынка продовольственного сырья и анализировать реализованный спрос на продукцию производства, оценивать эффективность маркетинговых мероприятий по продвижению продукции на рынок, обеспечивать обратную связь с потребителями, участвовать в программах по разработке предложений по формированию ассортимента продукции питания и продвижению ее на рынок	Знать: - прогнозирование конъюнктуры рынка продовольственного сырья; спрос и предложение на продукцию; разработку маркетинговых мероприятий по продвижению продукции на рынок	- базовые знания о прогнозировании конъюнктуры рынка продовольственного сырья; - разработку маркетинговых мероприятий по продвижению продукции на рынок	- прогнозирование конъюнктуры рынка продовольственного сырья; - спрос и предложение на продукцию; - разработку маркетинговых мероприятий по продвижению продукции на рынок	- сформированные знания о прогнозировании конъюнктуры рынка продовольственного сырья; - факторы, оказывающие наибольшее влияние на спрос и предложение продукции; - разработку маркетинговых мероприятий по продвижению продукции на рынок
		Уметь: - прогнозировать конъюнктуру рынка продовольственного сырья и анализировать реализованный спрос на продукцию производства; оценивать эффективность маркетинговых мероприятий по продвижению продукции на рынок	- базовые умения по прогнозированию конъюнктуры рынка продовольственного сырья; - оценивать эффективность маркетинговых мероприятий по продвижению продукции на рынок	- прогнозировать конъюнктуру рынка продовольственного сырья анализировать реализованный спрос на продукцию производства; - оценивать эффективность маркетинговых мероприятий по продвижению продукции на рынок	- сформированные умения по прогнозированию конъюнктуры рынка продовольственного сырья, анализа реализованного спроса на продукцию производства и резервы его роста; - оценивать эффективность маркетинговых мероприятий по продвижению продукции на рынок
		Владеть: - навыками обеспечения обратной связи с потребителями; участвовать в программах по разработке предложений по формированию ассортимента продукции питания и	- базовыми навыками обеспечения обратной связи с потребителями;	- навыками обеспечения обратной связи с потребителями; - участвовать в программах по разработке предложений по формированию ассортимента продукции	- сформированными навыками обеспечения обратной связи с потребителями; участвовать в программах по разработке предложений по формированию ассортимента продукции питания и

		продвижения ее на рынке		питания и продвижения ее на рынке	продвижения ее на рынке
ПК-33	способностью участвовать в маркетинговых исследованиях товарных рынков, пищевого сырья, продукции и разрабатывать предложения по выбору поставщиков для предприятий питания	Знать: - особенности проведения маркетинговых исследований товарных рынков, пищевого сырья, продукции и разрабатывать предложения по выбору поставщиков для предприятий питания	- понятие и классификацию маркетинговых исследований товарных рынков пищевого сырья, продукции и разрабатывать предложения по выбору поставщиков	- особенности проведения маркетинговых исследований товарных рынков, пищевого сырья, продукции и разрабатывать предложения по выбору поставщиков для предприятий питания	- сформированные знания об особенностях проведения маркетинговых исследований товарных рынков пищевого сырья, продукции и разрабатывать предложения по выбору поставщиков
		Уметь: - формулировать проблемы, требующие разработки и проведения маркетинговых исследований; составлять договора с поставщиками	- формулировать проблемы, требующие разработки и проведения маркетинговых исследований	- формулировать проблемы, требующие разработки и проведения маркетинговых исследований; составлять договора с поставщиками	- сформированные умения по формулированию проблем, требующих разработки и проведения маркетинговых исследований, анализ результатов; составлять договора с поставщиками
		Владеть: - навыками использования современных технических средств при проведении маркетинговых исследований, разработке предложений по выбору поставщиков	- базовыми навыками использования современных технических средств и информационных технологий в своей профессиональной деятельности	- практическими навыками использования современных технических средств и информационных технологий в своей профессиональной деятельности; - основами автоматизации учета и договорных отношений с поставщиками	- навыками получения теоретических знаний, а также приобретение необходимых практических навыков по использованию информационных технологий в своей профессиональной деятельности; - основными видами программного обеспечения автоматизации учета и использования ресурсов предприятия

Показателями уровня освоенности компетенций на всех этапах их формирования являются:

1-й этап (уровень знаний):

– Умение отвечать на основные вопросы и тесты на уровне понимания сути – удовлетворительно (3).

- Умение грамотно рассуждать по теме задаваемых вопросов – хорошо (4)

- Умение формулировать проблемы по сути задаваемых вопросов – отлично (5)

2-й этап (уровень умений):

- Умение решать простые задачи с незначительными ошибками - удовлетворительно (3).

- Умение решать задачи средней сложности – хорошо (4).

- Умение решать задачи повышенной сложности, самому ставить задачи – отлично (5).

3-й этап (уровень владения навыками):

- Умение формулировать и решать задачи из разных разделов с незначительными ошибками - удовлетворительно (3).

- Умение находить проблемы, решать задачи повышенной сложности – хорошо (4).

- Умение самому ставить задачи, находить недостатки и ошибки в решениях – отлично (5).

На основании приведенных показателей уровня освоенности компетенций на всех этапах их формирования определяется методика оценивания уровня сформированности компетенций в целом по дисциплине:

- оценка «удовлетворительно» ставится студенту, посредственно (неплохо – однако имеются серьезные недочеты, результаты удовлетворяют минимальным требованиям) овладевшему элементами компетенций «знать», «уметь», «владеть навыками», то есть проявившему знания, умения и владения по основному программному материалу по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» в объеме, необходимом для последующего обучения и предстоящей практической деятельности, знакомому с основной рекомендованной литературой, допускающему неточности в соответствующих ответах на экзамене;

- оценка «хорошо» ставится студенту, овладевшему (хорошо – в целом серьезная работа, но с рядом замечаний, очень хорошо – выше среднего уровня, но с некоторыми недочетами) элементами компетенций «знать», «уметь», «владеть навыками», то есть проявившему полные знания, умения и владения по всему программному материалу по дисциплине «Менеджмент и маркетинг», освоившему основную рекомендуемую литературу, показавшему стабильный характер знаний, умений, навыков и способному к их самостоятельному применению, обновлению в ходе последующего обучения и практической деятельности;

- оценка «отлично» ставится студенту овладевшему (показавшему блестящие результаты с незначительными недочетами) элементами компетенций «знать», «уметь», «владеть навыками», то есть проявившему глубокие знания, всестороннее умение и владение навыками по всему программному материалу по дисциплине «Менеджмент и маркетинг», освоившему основную и дополнительную литературу, показавшему творческие способности в понимании, изложении и практическом использовании усвоенных знаний, приобретенных умений и навыков.

- оценка «неудовлетворительно» ставится студенту, не овладевшему (требуется выполнение некоторой дополнительной работы или значительного объема работы, либо повтора курсы в установленном порядке, либо основание для отчисления) элементами компетенций «знать», «уметь», «владеть навыками», то есть допустившему существенные проблемы в знаниях, умениях и навыках по основному программному материалу по дисциплине «Менеджмент и маркетинг», допустившему принципиальные ошибки в соответствующих ответах на экзамене, которые не позволяют ему продолжить обучение без дополнительной подготовки по данной дисциплине;

- оценка «зачтено» соответствует критериям оценок от «удовлетворительно» до «отлично»;

- оценка «не зачтено» соответствует критериям оценки «неудовлетворительно».

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

3.1 Тестовые задания, необходимые для контроля знаний, умений и навыков (характеризующих этапы формирования компетенций ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16, ПК-21, ПК-22, ПК-30, ПК-31, ПК-32, ПК-33) студентов по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»

Тема 1. Сущность и содержание менеджмента и маркетинга

1. Менеджмент и маркетинг как наука тесно связаны с такими дисциплинами как:
 - а) психология и культурология;
 - б) экономика и история;
 - в) экономика, экономическая теория, управление персоналом
2. Общие закономерности, в рамках которых реализуются отношения между различными элементами управляющей системы, реализуются:
 - а) в функциях руководителя;
 - б) в принципах управления;
 - в) в обязанностях работников
3. Среди различных подходов в истории менеджмента наиболее поздним является:
 - а) ситуационный;
 - б) основанный на поведении человека;
 - в) системный
4. Какого принципа менеджмента не существует?
 - а) плановости;
 - б) научности;
 - в) предвидения
5. Наличие в организации должностных инструкций позволяет:
 - а) четко распределять полномочия и ответственность;
 - б) повысить квалификацию работников;
 - в) повысить квалификацию руководителей

Тема 2. Становление и развитие менеджмента как науки

1. Кем впервые менеджмент был определен как обеспечение выполнения работы с помощью других лиц?:
 - а) Э.Мэйо;
 - б) М.Фоллет;
 - в) А.Файоль
2. Основоположник менеджмента Ф.Тейлор относится:
 - а) к классической школе;
 - б) к школе человеческих отношений;
 - в) к научной школе
3. Какого подхода в истории менеджмента не существует?
 - а) количественного;
 - б) системного;
 - в) качественного
4. Эффект Хоторна берет свое начало из эксперимента:
 - а) Ф.Тейлора;
 - б) Г.Герцберга;
 - в) Э.Мэйо
5. В административной функции А.Файоль выделить пять ее элементов:

- а) предвидение, планирование, организация, координация, контроль;
- б) предвидение, планирование, мотивация, организация, контроль;
- в) предвидение, организация, мотивация, координирование, контроль

Тема 3. Роль организаций в менеджменте

1. Выберите верное определение организации:

- а) группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения совместных целей;
- б) группа людей, совместно определяющая цели;
- в) группа вместе работающих людей

2. Как называется наиболее общая цель организации?

- а) план;
- б) задача;
- в) миссия

3. Выберите верное определение цели:

- а) цель – это задача, которая стоит перед рабочим коллективом;
- б) цель – это конечный результат, к которому стремятся работники;
- в) цель – норма, установленная руководством организации

4. Какой организации не существует?

- а) формальной;
- б) неформальной;
- в) адаптивной

5. Множество соподчиненных целей а организации называются:

- а) вереницей целей
- б) системой целей;
- в) деревом целей

Тема 4. Типы организационных структур

1. Структура организации:

- а) выбирается советом директоров и не подлежит изменению
- б) может претерпевать изменения, чтобы лучше адаптироваться к внешней среде;
- в) может быть изменена по настоянию профсоюзного комитета организации

2. Функциональная структура наиболее подходит для:

- а) организаций, работающих в условиях неопределенности;
- б) сельскохозяйственных организаций;
- в) организаций, относящихся к малому или среднему бизнесу

3. Для малых организаций, где круг решаемых вопросов однообразен, характерна:

- а) линейная структура управления;
- б) функциональная структура управления;
- в) линейно-функциональная структура управления

4. Какой тип организационной структуры способствует развитию у работников организации предприимчивости и инициативы?

- а) матричной;
- б) функциональной;
- в) дивизиональной

5. При какой организационной структуре руководитель в большей степени загружен?

- а) линейной;
- б) матричной;

в) дивизиональной

Тема 5. Теории мотивации

1. А.Маслоу является автором теории мотивации получившей название:
 - а) теории потребностей;
 - б) теории возможностей;
 - в) теории ресурсов
2. Результат работы сотрудника зависит от его способностей, его осознания своей роли в процессе труда, от затраченных им усилий, которые зависят от степени ценности, справедливости получаемого вознаграждения и ожидаемой вероятности получения желаемой награды – это теория:
 - а) справедливости
 - б) ожиданий
 - в) Л.Портера – Э.Лоулера
3. Д.Мак-Клелланд дополнил теорию А.Маслоу, введя понятия во власти, успехе, а также:
 - а) в самостоятельности;
 - б) в доверии;
 - в) в причастности
4. Социальные потребности - это:
 - а) потребность быть принятым в коллективе, получить поддержку, доброжелательное отношение людей
 - б) потребность работника в социальном пакете, дополнительных льготах;
 - в) желание участвовать в жизни коллектива

3.2. Вопросы к зачету и индивидуальному собеседованию, необходимые для оценки знаний, умения и навыков (характеризующих этапы формирования компетенций ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16, ПК-21, ПК-22, ПК-30, ПК-31, ПК-32, ПК-33)

1. Роль менеджмента и маркетинга в современной российской экономике.
2. Целевое управление. Метод «дерево целей».
3. Становление и развитие менеджмента и маркетинга как наук.
4. Школа научного управления.
5. Административная классическая школа менеджмента.
6. Школа человеческих отношений и социальных систем.
7. Эмпирическая школа менеджмента.
8. Новая и новейшая школы менеджмента.
9. Современный американский менеджмент, особенности.
10. Японский менеджмент, особенности.
11. Европейский менеджмент, особенности.
12. Роль организаций в менеджменте и маркетинге.
13. Классификация организаций.
14. Организационно-правовые формы в РФ и тенденции их изменения.
15. Управление организацией, ее основные элементы и их характеристика.
16. Внешняя и внутренняя среда организации, особенности.
17. Жизненный цикл организации, схема.
18. Типы организаций и характеристика организационных структур.
19. Линейная структура управления, схема.
20. Функциональная структура управления, схема.
21. Линейно-функциональная структура управления, схема.

22. Дивизиональная (клиентская) структура управления, схема.
23. Дивизиональная (региональная структура управления, схема).
24. Дивизиональная (продуктовая) структура управления, схема.
25. Матричная структура управления, схема.
26. Бригадная структура управления, схема.
27. Общие функции менеджмента и маркетинга, характеристика.
28. Планирование как функция менеджмента и маркетинга. Виды и методы планирования.
29. Организация как функция менеджмента и маркетинга.
30. Контроль как функция менеджмента и маркетинга. Виды контроля.
31. Мотивация как функция менеджмента и маркетинга.
32. Содержательные теории мотивации, характеристика.
33. Процессуальные теории мотивации, характеристика.
34. Неэкономическая мотивация персонала.
35. Управленческие решения и их классификация.
36. Методы, стадии и этапы принятия управленческих решений.
37. Оценка эффективности управленческих решений.
38. Роль руководителя в менеджменте и маркетинге.
39. Требования, предъявляемые к современным руководителям.
40. Профессиональные качества руководителя, характеристика.
41. Деловые качества руководителя, характеристика.
42. Личные качества руководителя, характеристика.
43. Стили управления, их особенности.
44. Лидерство и авторитет.
45. Эффективность организации, критерии и показатели.
46. Основные факторы маркетинговой среды предприятий сферы общественного питания.
47. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования.
48. Задачи и политика ценообразования в маркетинге предприятия.
49. Каналы распределения и товародвижение.
50. Розничная и оптовая торговля.

3.3 Примерные темы эссе, необходимые для оценки знаний, умения и возможностей развития навыков (характеризующих этапы формирования компетенций ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16, ПК-21, ПК-22, ПК-30, ПК-31, ПК-32, ПК-33)

Проблемная задача: научиться формулировать свое мнение и уметь его обосновать.

Главная цель – определение умения выделять, формулировать и идентифицировать основания конкретной проблемы, демонстрация навыков критического и логического мышления, владение категориально-понятийным аппаратом аудита, проявлении эрудиции. Эссе – это особый литературный и научный жанр, который (в нашем случае) предполагает размышление или комментарий от первого лица по поводу конкретной проблемы. Оно представляет собой собственную рациональную рефлексию (бук. - отражение разумом) на актуальные проблемы.

Написание эссе помогает взглянуть на конкретную проблему со стороны, дает возможность развить навыки междисциплинарного и комплексного подхода, способствует освоению системного метода.

1. Роль менеджмента и маркетинга в современной российской экономике.
2. Становление развитие менеджмента как науки, особенности.
3. Сущность и содержание современного российского менеджмента.
4. Научные подходы к исследованию организаций.
5. Миссия, цели и функции сельскохозяйственных организаций.
6. Формы организаций в менеджменте.
7. Мотивация деятельности человека в организации. Сущность и методы мотивации. Теории мотивации.

8. Организационные процессы в системе менеджмента. Содержание организационных полномочий.
9. Роль коммуникаций в системе управления. Сущность и виды, процесс коммуникации.
10. Понятие и классификация управленческих решений. Технология принятия решений.
11. Роль руководителя в организации. Руководство и лидерство, авторитет.
12. Эффективность менеджмента организации. Критерии и показатели эффективности.

3.4. Лекция с запланированными ошибками (лекция-провокация), необходимая для оценки знаний, умения и владения навыками (характеризующих этапы формирования компетенций ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16, ПК-21, ПК-22, ПК-30, ПК-31, ПК-32, ПК-33)

При изучении тем «Роль организаций в менеджменте», «Типы организационных структур и принципы их построения», «Маркетинг в сфере общественного питания» проводится лекция с запланированными ошибками (лекция-провокация), которая направлена на решение студентами задач, связанных классификацией организаций и типов организационных структур. После объявления темы лекции преподаватель сообщает, что в ней будет сделано определенное количество ошибок различного типа: содержательные, методические, поведенческие и т.д. Цель лекции, направлена на выполнение студентами задач, связанных с лучшим усвоением информации, базовыми принципами построения организационных структур, внимательного прослушивания и полного освоения лекционного материала.

Ожидаемые результаты: в ходе лекции с запланированными ошибками студенты должны освоить и продемонстрировать знания, умения, владение навыками выявления ошибок в лекции-провокации, способами анализа выявленных ошибок и обоснования сделанных выводов.

Ход лекции: преподаватель объявляет тему, цель, вопросы лекции, нормативные документы, сообщает, что в ней будет сделано определенное количество ошибок различного типа: содержательные, методические и т.д. В процессе изложения лекционного материала преподаватель намеренно приводит ошибочные определения экономических категорий, ошибки при разработке организационных структур. После изложения материала по каждому вопросу преподаватель спрашивает у студентов о замеченных ошибках. Студенты должны назвать ошибки. Преподаватель вместе со студентами обсуждают ошибки и вырабатывают вместе правильные определения, составляют методические рекомендации по исправлению ошибок. Такая форма работы побуждает к более качественному усвоению предложенного материала. По окончании лекции преподаватель подводит итоги лекции, отмечает и оценивает наиболее активных студентов, которые выявили намеренно допущенные ошибки.

3.5. Типовые задачи, кейсы

Задание 1

Деловая игра

«Анализ возможностей применения японского опыта управления в российских условиях»

Цель игры – развитие навыков анализа зарубежных концепций управления организацией с целью адаптации их к современным российским условиям. Игра состоит из нескольких этапов: Этап 1. Ознакомьтесь с положениями и базовыми характеристиками японской модели управления организацией.

Этап 2. Определите название и характер деятельности вашей организации. Оцените предложение учредителей о внедрении японского опыта в вашей организации для повышения ее эффективности. Проведите тщательный анализ положительных и отрицательных последствий применения японской модели конкретно в вашей организации. Определите, что именно можно было бы применять на практике, а какие особенности японского менеджмента потребуют специальной подготовки организации и ее работников.

Этап 3. Сформулируйте отличительные особенности российских работников. Продумайте, какие изменения в вашей организации необходимо осуществить, что положительные аспекты японского менеджмента органично вошли в жизнь вашей организации.

Задание 2 Деловая игра

«Анализ факторов внешней и внутренней среды организации»

Цель игры – развитие навыков целеполагания; анализа задач, стоящих перед менеджером; выявление факторов, способных влиять на функционирование организации.

1. Выберите сферу деятельности и организационно-правовую форму сельскохозяйственного предприятия с учетом экономических условий Удмуртской Республики.
2. Сформулируйте миссию предприятия, цели в долгосрочной и краткосрочной перспективе.
3. Постройте дерево целей, отражающее работу одного из подразделений вашего предприятия.

Задание 3 «Разновидности организационных структур»

Цель – закрепление изученного теоретического материала по теме «Структуры управления»

Внимательно прочтите представленные ниже утверждения. Отметьте неверные утверждения и перефразируйте их так, чтобы получились правильные.

1. Структура организации составляет один раз и является неизменной на всем функционировании организации.
2. Линейная структура управления ничем не отличается от функциональной структуры.
3. Организация вынуждена время от времени менять свою структуру, чтобы продолжить свою работу.
4. Преобразование структуры управления – задача менеджеров высшего звена.
5. Выбор структуры организации зависит от характера ее деятельности.
6. Наиболее распространенной организационной структурой является линейно-функциональная.
7. Тип организационной структуры может многое рассказать о характере взаимоотношений в рабочем коллективе.

Задание 4

«Управленческие решения в менеджменте и маркетинге».

Цель – закрепление изученного теоретического материала по теме «Управленческие решения»

Внимательно прочтите представленные ниже утверждения. Отметьте неверные утверждения и перефразируйте их так, чтобы получились правильные.

1. Разработка нескольких вариантов развития ситуации способствует принятию оптимального решения.
2. Процесс анализа, подготовки и принятия конкретного решения всегда начинается с выявления проблемы.
3. Если решения принято большинством трудового коллектива, то оно является рациональным.
4. При принятии решений опытный менеджер основывается на интуиции, а не на теоретических знаниях.
5. Эффективность управленческого решения зависит от времени, затраченного на его разработку.

Задание 5 «Выявление качеств менеджера»

Цель- закрепление изученного теоретического материала по теме «Роль менеджера в организации».

Подробно опишите качества современных менеджеров по видам:

1. Профессиональные качества.
2. Деловые качества.
3. Личные качества.

Задание 6

«Основные факторы маркетинговой среды предприятия»

Цель – закрепление изученного теоретического материала по теме «Маркетинговая среда предприятия»

1. Опишите факторы маркетинговой среды предприятия:
2. Факторы маркетинговой микросреды предприятия
3. Укажите значение и роль торговых посредников предприятий общественного питания.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Контроль того, насколько студентом освоена дисциплина «Менеджмент и маркетинг» осуществляется с использованием балльно-рейтинговой системы, включающей входной, текущий, рубежный и выходной контроль знаний, умений и навыков (владений) студентов.

За модульную программу дисциплины в сумме студент может получить 95 баллов. Большую часть баллов студент получает в течение семестров: 45 баллов – при рубежном контроле, 50 при текущем и выходном (итоговом) контроле.

Основными видами поэтапного контроля результатов обучения являются: входной (в начале изучения модульной дисциплины), текущий контроль (на занятиях), рубежный контроль (по модулям), выходной контроль (зачет).

Формы контроля: устный опрос, тестовый контроль, индивидуальное собеседование, выполнение домашнего задания, индивидуального задания.

Учитываются все виды учебной деятельности студента, оцениваемые определенным количеством баллов. В итоговую сумму баллов входят результаты всех контролируемых видов деятельности студента – посещение занятий, выполнение заданий, прохождение тестового контроля, активность на семинарских, практических занятиях, в ходе деловых игр и т.п.

Студент отчитывается по всем учебным модулям дисциплины и с учётом выходного контроля набрать не менее 50 % баллов от максимального их количества по данной дисциплине.

Рейтинговая система основана на подсчете баллов, «заработанных» студентом в течение семестра (см. схему далее).

Все виды учебных работ должны быть выполнены точно в сроки, предусмотренные программой обучения. Если студент не выполнил какое-либо из учебных заданий (пропустили контрольную работу (тестовый контроль), позже положенного срока сдал курсовую работу, не выполнил домашнее задание, не подготовил доклад и т.п.), то за данный вид учебной работы баллы не начисляются, а подготовленные позже положенного срока работы оцениваются с понижающим коэффициентом.

Текущая аттестация проводится на каждом аудиторном занятии. Формы и методы текущего контроля: устное выборочное собеседование, письменные фронтальные опросы, проверка и оценка выполнения практических заданий и др.

При изучении каждого модуля дисциплины проводится рубежный контроль знаний с целью проверки и коррекции хода освоения теоретического материала и практических умений и навыков. Рубежный контроль знаний проводится по графику в часы практических (семинарских) занятий по основному расписанию, либо в дополнительное время при проведении компьютерного тестирования.

№ 7 семестр	
↓	
Модуль 1.	
Общее количество баллов – 19	
0-7 незачет	8-19 зачет
↓	
Рубежный контроль знаний	
Общее количество баллов – 12	
0-5 незачет	6-12 зачет
↓	
Модуль 2.	
Общее количество баллов – 19	
0-7 незачет	8-19 зачет
↓	
Рубежный контроль знаний	
Общее количество баллов – 12	
0-5 незачет	6-12 зачет
↓	
Рубежный контроль знаний	
Общее количество баллов – 14	
0-6 незачет	7-14 зачет
↓	
Зачет	
Общее количество баллов - 95	
0-37 незачет	38-95 зачет

После сдачи модуля (рубежного контроля знаний) в журнале академической группы выставляется рейтинг студента в баллах. Модуль считается сданным, если студент получил не менее 50% баллов от максимально возможного количества, которое мог бы получить за этот модуль.

Если студент не прошел рубежный контроль знаний (не сдал модуль), то продолжает учиться и имеет право сдавать следующий модуль по этой дисциплине.

В случае пропуска рубежного контроля знаний (модуля) по уважительной причине студент допускается к его прохождению по согласованию с преподавателем и при предоставлении в деканат оправдательного документа для получения допуска.

Повторный рубежный контроль знаний (модуля) разрешается студенту в период до срока сдачи следующего модуля, в исключительных случаях, до начала зачетной недели. В этом случае полученная оценка учитывается при подведении итогов балльно-рейтинговой аттестации и деканат выдаёт студенту допуск на сессию.

При пропуске рубежного контроля знаний (модуля) без уважительной причины студент допускается к сессии только после ликвидации задолженности. При этом полученная оценка в зачёт балльно-рейтинговой аттестации идёт с понижающим коэффициентом.

Сведения о ликвидации задолженности по предыдущему рубежному контролю знаний (модуля) представляются в деканат при сдаче результатов последующего (очередного) учебного модуля. Сведения о результатах рубежного контроля знаний (сдаче модуля) вносятся в рейтинговую ведомость.

Результаты рубежного контроля знаний (модуля) вносятся в графу «Рубежный контроль» рейтинговой ведомости.

В конце семестра на основании поэтапного контроля обучения суммируются баллы текущих, рубежных и творческого рейтингов, подсчитываются дополнительные баллы (посещаемость и активность на занятия) и принимается решение о допуске студента к выходному контролю (экзамену) или освобождении от сдачи экзамена.

Если студент по результатам текущих, рубежных и творческого рейтингов набрал в сумме менее 50% баллов от максимального рейтинга дисциплины, то до выходного контроля не допускается и считается задолжником по этой дисциплине.

Если сумма баллов за 7 семестр составляет более 40% от максимального рейтинга дисциплины за данный семестр (95 баллов), то по усмотрению преподавателя студенту может быть проставлен зачёт. В этом случае к набранному рейтингу добавляются поощрительные баллы.

Результаты балльно-рейтинговой аттестации за 7 семестр объявляются преподавателем на последнем занятии в зачётную неделю. Если студент набрал по шкале оценок достаточное количество баллов («зачёт») – то имеет возможность получения оценки по итогам работы в семестре и можете быть освобожден от сдачи зачёта. Если студент не набрал на протяжении семестра необходимое количество баллов, то сдаёт зачёт по расписанию зачётной сессии.

Конкретные методические рекомендации для оценки знаний, умений и навыков студентов по степени характеристик их ответов

Структурные элементы компетенций, отражающие уровень знаний, умений, навыков в результате освоения дисциплины, этапы формирования компетенций, виды занятий для формирования компетенций, оценочные средства сформированности компетенций приведены в карте компетенций (таблица 1.4). В соответствии с картой компетенции для проведения процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине применяются следующие методические материалы:

Выходная промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Критерии оценки зачета в тестовой форме: количество баллов или удовлетворительно, хорошо, отлично. Для получения соответствующей оценки на экзамене по курсу используется накопительная система балльно-рейтинговой работы студентов. Итоговая оценка складывается из суммы баллов или оценок, полученных по всем разделам курса и суммы баллов полученной на зачете. Количество баллов и оценка неудовлетворительно, удовлетворительно, хорошо, отлично определяются программными средствами по количеству правильных ответов к количеству случайно выбранных вопросов.

Критерии оценивания компетенций следующие:

1. Ответы имеют полные решения (более 83% с правильными результатами). Их содержание свидетельствует об уверенных знаниях обучающегося и о его умении решать профессиональные задачи, поэтому ставится оценка «отлично»;

2. Более 71% ответов имеют полные решения (с правильными результатами). Их содержание свидетельствует о достаточных знаниях обучающегося и его умении решать профессиональные задачи – оценка ставится «хорошо»;

3. Не менее 50% ответов имеют полные решения (с правильными результатами). Их содержание свидетельствует об удовлетворительных знаниях обучающегося и о его ограниченном умении решать профессиональные задачи, соответствующие его будущей квалификации – оценка ставится «удовлетворительно»;

4. Менее 50% ответов имеют решения с правильным ответом. Их содержание свидетельствует о слабых знаниях обучающегося и его неумении решать профессиональные задачи – оценка ставится «неудовлетворительно».

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

Оценка «отлично» выставляется, если дан полный, развернутый ответ на поставленный теоретический вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений. Умеет тесно увязывать теорию с практикой. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным

языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа или с помощью "наводящих" вопросов преподавателя.

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

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции. При ответе на дополнительные вопросы студент начинает понимать связь между знаниями только после подсказки преподавателя.

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

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

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

Критерии оценки лекции с запланированными ошибками (лекция-провокация), интерактивной лекции "Ученик в роли учителя": оценка «отлично» выставляется студенту, если он: продемонстрировал способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, знания в аудите тех или иных объектов; имеет представления об объекте аудита.

Написание эссе по заданным темам производят на основе прочтения основной и дополнительной литературы, анализа Интернет-ресурсов.

Критериями оценки эссе являются: новизна текста, обоснованность выбора источников литературы, степень раскрытия сущности вопроса, соблюдения требований к оформлению. Новизна текста определяет, прежде всего, самостоятельностью в постановке проблемы, формулированием нового аспекта известной проблемы, наличие авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений. Одним из критериев оценки работы является анализ использованной литературы. Определяется, привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, справки и т.д.).

Степень раскрытия сущности вопроса – наиболее важный критерий оценки работы студента над эссе. В данном случае определяется: а) соответствие плана теме эссе; б) соответствие содержания теме и плану эссе; в) обоснованность способов и методов работы с материалом, способность его систематизировать и структурировать; г) полнота и глубина знаний по теме; е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме). Также учитывается соблюдение требований к оформлению: насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; оценка грамотности и культуры изложения; владение терминологией; соблюдение требований к объёму эссе.

Критерии оценки эссе:

Оценка «хорошо» выставляется, если основные требования к эссе выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём эссе; имеются упущения в оформлении, на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если в работе имеются существенные отступления от требований к эссе. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании эссе; отсутствуют выводы, допущены ошибки на дополнительные вопросы при защите.

Оценка «неудовлетворительно»: эссе представлено, но тема эссе не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы или эссе не представлено студентом.

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

Критерии оценки текущих тестов: если студент выполняет правильно менее 50% тестовых заданий, то ему выставляется оценка «неудовлетворительно»; если студент выполняет правильно 50-70% тестовых заданий, то ему выставляется оценка «удовлетворительно»; если студент выполняет правильно 71-82 % тестовых заданий, то ему выставляется оценка «хорошо»; если студент выполняет правильно 83-100% тестовых заданий, то ему выставляется оценка «отлично».

Критерии оценки Доклад, сообщение - Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы «Отлично». Выступление (доклад) отличается последовательностью, логикой изложения. Легко воспринимается аудиторией. При ответе на вопросы выступающий (докладчик) демонстрирует глубину владения представленным материалом. Ответы формулируются аргументированно, обосновывается собственная позиция в проблемных ситуациях.

«Хорошо». Выступление (доклад) отличается последовательностью, логикой изложения. Но обоснование сделанных выводов не достаточно аргументировано. Неполно раскрыто содержание проблемы.

«Удовлетворительно». Выступающий (докладчик) передает содержание проблемы, но не демонстрирует умение выделять главное, существенное. Выступление воспринимается аудиторией сложно.

«Неудовлетворительно». Выступление (доклад) краткий, неглубокий, поверхностный.

Критерии оценки собеседования. Собеседование - Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.:

«отлично» - ставится студенту, который полно раскрыл содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложил материал грамотным языком в определенной логической последовательности; «хорошо» - ставится студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, но допускает в ответе некоторые неточности; «удовлетворительно» - ставится студенту, если неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса, недостаточно правильные формулировки базовых понятий;



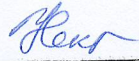

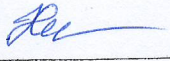
Оценка «отлично» выставляется, если в эссе обозначена проблема и обоснована её актуальность; сделан анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция; сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём; соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы при защите.

«неудовлетворительно» - ставится студенту, который не раскрыл основное содержание учебного материала, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий дисциплины.

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

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

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

Номер изменения	Номер измененного листа	Дата внесения изменения и номер протокола	Подпись ответственного за внесение изменений
1	12, 13	31.08.2017 прот. №1	
2	18, 19	28.09.2018 прот. №1	
3	34, 35	04.09.2018 прот. №1	
4	22, 23	01.09.2020 прот. №1	
5	20, 21	20.11.2020 прот. №3	
6	21, 22	31.08.2021 прот. №1	