

Министерство образования и науки Астраханской области
Государственное автономное образовательное учреждение
Астраханской области высшего образования
«Астраханский государственный архитектурно-строительный
университет»
(ГАОУ АО ВО «АГАСУ»)



УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор

/И.Ю. Петрова/
(подпись) *И. О. Ф.*

25 апреля 2019г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины Менеджмент и маркетинг

(указывается наименование в соответствии с учебным планом)

По специальности Прикладная геодезия

(указывается наименование специальности в соответствии с ФГОС ВО)

Специализация Инженерная геодезия

(указывается наименование специализации в соответствии с ОПОП)

Кафедра Экономика строительства

Квалификация выпускника инженер - геодезист

Астрахань - 2019

Разработчики:

Ст. преподаватель

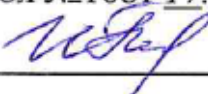
(занимаемая должность,
учёная степень и учёное звание)


(подпись)


Косарлукова Н.А.

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры
«Экономика строительства» протокол №10 от 17.04.2019г.

Заведующий кафедрой

 / И.И.Потапова/
(подпись) И. О. Ф.


Согласовано:

Председатель МКС «Прикладная геодезия»
специализация «Инженерная геодезия»  / Т.Н.Кобзева/
(подпись) И. О. Ф.

Начальник УМУ  / И.В.Аксютина/
(подпись) И. О. Ф.

Специалист УМУ  / Э.Э.Кильмухамедова/
(подпись) И. О. Ф.

Начальник УИТ  / С.В.Пригаро/
(подпись) И. О. Ф.

Заведующая научной библиотекой  / Р.С.Хайдикешова/
(подпись) И. О. Ф.

Оглавление

1. Цели и задачи освоения дисциплины	4
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
3. Место дисциплины в структуре ООП специальности	4
4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
5. Содержание дисциплины, структурированное по разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
5.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)	6
5.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам	7
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	11
7. Образовательные технологии.....	11
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	12
8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	12
8.2. Перечень используемых информационных технологий, включая информационных справочных систем	13
8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины.....	13
9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	14
10. Особенности организации обучения по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	15

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины изучить теоретические основы менеджмента и маркетинга; овладеть практическими навыками, схем управления организацией, стратегическим планированием, методами маркетингового исследования товарного рынка продукции, готовностью руководить коллективом.

Задачи дисциплины:

- формирование навыков стратегического планирования;
- формирование способности руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- освоение методов маркетингового исследования.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОПК-3 - готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

знать:

- источники власти в организации, особенности руководства и лидерства (ОПК-3);
- общие принципы организации труда геодезистов, вопросы планирования производства (ОПК-3).

уметь:

- выполнять функции управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия и применять методы менеджмента (ОПК-3);
- выявлять факторы, влияющие на формирование и развитие управленческой активности, проводить анализ и оценку потенциала конкретной организации, определять пути его развития (ОПК-3).

владеть:

- приемами управления конфликтами, стрессами, изменениями в организации (ОПК-3);
- приемами различных методик оценки эффективности управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия и применять методы менеджмента (ОПК-3).

3. Место дисциплины в структуре ООП специалитета

Дисциплина Б1.Б.05 «Менеджмент и маркетинг» реализуется в рамках блока «Дисциплины» базовой части.

Дисциплина базируется на результатах обучения, полученных в рамках изучения следующих дисциплин: «*Микроэкономика*», «*Социология*», изучаемых ранее.

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества ака-

демократических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Форма обучения	Очная	Заочная
Трудоемкость в зачетных единицах:	9 семестр – 4 з.е. всего – 4 з.е.	9 семестр – 4 з.е.; всего -4 з.е.
Аудиторных (включая контактную работу обучающихся с преподавателем) часов (всего) по учебному плану:		
Лекции (Л)	9 семестр – 38 часов всего - 38 часов	9 семестр – 6 часов всего - 4 часов
Лабораторные занятия (ЛЗ)	9 семестр – 12 часов всего - 12 часов	9 семестр – 4 часа всего - 4 часа
Практические занятия (ПЗ)	9 семестр – 26 часов всего - 26 часов	9 семестр – 4 часа всего - 4 часа
Самостоятельная работа студента (СРС)	9 семестр – 68 часов всего - 68 часов	9 семестр – 130 часов всего - 130 часов
Форма текущего контроля:		
Контрольная работа	семестр – 9	семестр – 9
Форма промежуточной аттестации:		
Экзамены	семестр – 9	семестр – 9
Зачет	<i>учебным планом не предусмотрен</i>	<i>учебным планом не предусмотрен</i>
Зачет с оценкой	<i>учебным планом не предусмотрен</i>	<i>учебным планом не предусмотрен</i>
Курсовая работа	<i>учебным планом не предусмотрена</i>	<i>учебным планом не предусмотрена</i>
Курсовой проект	<i>учебным планом не предусмотрен</i>	<i>учебным планом не предусмотрен</i>

5. Содержание дисциплины, структурированное по разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

5.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины (по семестрам)	Всего часов на раздел	Семестр	Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы				Форма промежуточной аттестации и текущего контроля
				контактная			СРС	
				Л	ЛЗ	ПЗ		
1	2	3	4	5	7	9	11	12
1.	Основные понятия менеджмента и маркетинга	46	9	12	4	8	22	Экзамен, контрольная работа
2.	Менеджмент, его сущность и значение в условиях рынка	46	9	12	4	8	22	
3.	Роль маркетинга в экономическом развитии	52	9	14	4	10	24	
Итого:		144		38	18	26	68	

5.1.2. Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины (по семестрам)	Всего часов на раздел	Семестр	Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы				Форма промежуточной аттестации и текущего контроля
				контактная			СРС	
				Л	ЛЗ	ПЗ		
1	2	3	4	5	7	9	11	12
1.	Основные понятия менеджмента и маркетинга	46	9	2	-	2	42	Экзамен, контрольная работа
2.	Менеджмент, его сущность и значение в условиях рынка	48	9	2	2	2	42	
3.	Роль маркетинга в экономическом развитии	50	9	2	2	-	46	
Итого:		144		6	4	4	130	

5.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам

5.2.1. Содержание лекционных занятий.

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	Основные понятия менеджмента и маркетинга	Цели и задачи предприятия, внутренняя и внешняя его среда его функционирования. Рынок как общественная система. Понятие и классификация рыночных структур.
2.	Менеджмент, его сущность и значение в условиях рынка	Возникновение современного менеджмента. Методологические аспекты менеджмента. Принципы и функции менеджмента. Понятие «хозяйствующего субъекта». Его характеристика. Виды предприятий. Их отличительные черты. Обоснование необходимости управления предприятием. Роль и значение управленческих решений в управлении субъектом хозяйствования. Классификация управленческих решений. Модели и методы принятия решений. Коммуникации как связь передачи управленческих решений. Делегирование полномочий.
3.	Роль маркетинга в экономическом развитии	Социально-экономические основы маркетинга. Маркетинг как одна из подсистем менеджмента. Значение маркетинга в управлении предприятием, фирмой и т. д. Концепции маркетинга и маркетинговые исследования. Понятие «рынок». Его характеристика и значение в современном мире.

5.2.2. Содержание лабораторных занятий

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	Основные понятия менеджмента и маркетинга	Разработка миссии организации: сущность и содержание. Разбор нормативных требований к управлению. Этика поведения профессиональных менеджеров
2.	Менеджмент, его сущность и значение в условиях рынка	Диагностика производственной системы на основе использования информации экспертной оценки состояния элементов данной системы с применением "Excel" Изучение способов компьютерного учета и использования сведений о различных организациях и предприятиях, возможностей описания их основных свойств. Практическое освоение методов математической обработки результатов исследований, данных о численности персонала, вывода нормативных зависимостей и разработки нормативов численности для нормирования труда с представлением их в табличной форме.
3.	Роль маркетинга в экономическом развитии	Исследование рынка и потребителя интернет-услуг. Сегментирование по методу "a priority" Метод "Н-сегментирования" ("post hoc") Критериальная оценка перспективных сегментов. Определение показателей емкости рынка. БКГ-матрица как модель формирования продуктового портфеля предприятия Принятие решений по БКГ-матрице. Особенности изменения состояний Возможности БКГ-матрицы.

5.2.3. Содержание практических занятий

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	Основные понятия менеджмента и маркетинга	Рынок как форма организации хозяйства. Основные виды рынков. Конкуренция, как основной процесс развития отношений.
2.	Менеджмент, его сущность и значение в условиях рынка	Сущность и значение стратегического планирования. Его место в микро - и макросреде. Реализация стратегических альтернатив. Влияние стратегического планирования на отбор организационной структуры. Понятие «организационная структура». Этапы и принципы ее построения. Виды организационных структур. Их преимущества и недостатки. Норматив управляемости. Понятие «персонал» в рыночной экономике. Характеристика управления персоналом в рынке. Эффективность его управления в целом и группами. Мотивация персонала как основная функция его управления. Современные теории мотиваций. Практическая значимость применения этих теорий. Роль личности в рыночной экономике и ее влияние на власть и лидерство. Лидерство: сущность и значение. Личностный, поведенческий и ситуационный подходы к лидерству. Понятие «власть», ее типы, использование в практике. Понятие «конфликты». Виды конфликтов. Их влияние на принятие решений. Разрешение конфликтов. Понятие «производственная система». Проектирование производственной системы, ее функционирование. Направления управления производственной деятельностью организационной структуры.
3.	Роль маркетинга в экономическом развитии	Роль институционального и международного рынков. Сегментирование рынка. Понятие «товар» и его характеристика. Цены и их роль в рыночной экономике. Методы и стратегия ценообразования. Каналы распределения (сбыта), типы посредников, продвижение товара, стимулирование сбыта, роль рекламы. Значение планирования маркетинговой деятельности, его роль. Виды структур маркетинговой службы.

5.2.4. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очная форма обучения

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4
1.	Основные понятия менеджмента и маркетинга	Рынок как форма организации хозяйства. Основные виды рынков. Конкуренция, как основной процесс развития отношений.	[1], [2], [3]
2.	Менеджмент, его сущность и значение в	Сущность и значение стратегического планирования. Его место в микро - и макросреде. Реализация стратегических альтернатив. Влияние стратегиче-	[1], [2], [3]

	условиях рынка	ского планирования на отбор организационной структуры. Понятие «организационная структура». Этапы и принципы ее построения. Виды организационных структур. Их преимущества и недостатки. Норматив управляемости. Понятие «персонал» в рыночной экономике. Характеристика управления персоналом в рынке. Эффективность его управления в целом и группами. Мотивация персонала как основная функция его управления. Современные теории мотиваций. Практическая значимость применения этих теорий. Роль личности в рыночной экономике и ее влияние на власть и лидерство. Лидерство: сущность и значение. Личностный, поведенческий и ситуационный подходы к лидерству. Понятие «власть», ее типы, использование в практике. Понятие «конфликты». Виды конфликтов. Их влияние на принятие решений. Разрешение конфликтов. Понятие «производственная система». Проектирование производственной системы, ее функционирование. Направления управления производственной деятельностью организационной структуры.	
3.	Роль маркетинга в экономическом развитии	Роль институционального и международного рынков. Сегментирование рынка. Понятие «товар» и его характеристика. Цены и их роль в рыночной экономике. Методы и стратегия ценообразования. Каналы распределения (сбыта), типы посредников, продвижение товара, стимулирование сбыта, роль рекламы. Значение планирования маркетинговой деятельности, его роль. Виды структур маркетинговой службы.	[1], [2], [3]

Заочная форма обучения

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4
1.	Основные понятия менеджмента и маркетинга	Рынок как форма организации хозяйства. Основные виды рынков. Конкуренция, как основной процесс развития отношений.	[1], [2], [3]
2.	Менеджмент, его сущность и значение в условиях рынка	Сущность и значение стратегического планирования. Его место в микро - и макросреде. Реализация стратегических альтернатив. Влияние стратегического планирования на отбор организационной структуры. Понятие «организационная структура». Этапы и принципы ее построения. Виды организационных структур. Их преимущества и недостатки. Норматив управляемости. Понятие «персонал» в рыночной экономике. Характеристика управления	[1], [2], [3]

		персоналом в рынке. Эффективность его управления в целом и группами. Мотивация персонала как основная функция его управления. Современные теории мотиваций. Практическая значимость применения этих теорий. Роль личности в рыночной экономике и ее влияние на власть и лидерство. Лидерство: сущность и значение. Личностный, поведенческий и ситуационный подходы к лидерству. Понятие «власть», ее типы, использование в практике. Понятие «конфликты». Виды конфликтов. Их влияние на принятие решений. Разрешение конфликтов. Понятие «производственная система». Проектирование производственной системы, ее функционирование. Направления управления производственной деятельностью организационной структуры.	
3.	Роль маркетинга в экономическом развитии	Роль институционального и международного рынков. Сегментирование рынка. Понятие «товар» и его характеристика. Цены и их роль в рыночной экономике. Методы и стратегия ценообразования. Каналы распределения (сбыта), типы посредников, продвижение товара, стимулирование сбыта, роль рекламы. Значение планирования маркетинговой деятельности, его роль. Виды структур маркетинговой службы.	[1], [2], [3]

5.2.5. Темы контрольных работ

1. В чем заключается баланс решений относительно специализации выполняемых работ? Какие формы специализации используются в организации?

2. Назовите основные черты эффективной техники делегирования полномочий. Какую роль здесь играет уровень ответственности? В каких случаях необходимо делегировать полномочия?

3. Как сочетаются между собой норма управляемости и степень централизации управления предприятием? Сопоставьте эти два параметра и приведите примеры зависимостей.

4. Назовите основные факторы, определяющие масштаб управляемости в организации. Установите норму контроля в отделе анализа рынка и прогнозирования развития тенденций.

5. Представьте типологию организационных структур. Какие параметры определяют выбор структуры соответствующего типа? Проиллюстрируйте свой ответ примерами.

6. В гибких производственных системах можно увидеть сочетание элементов различных типов производства. Как такая форма технологии влияет на организационную структуру?

7. Приведите примеры трех форм взаимозависимости подразделений в компании. Существуют ли организации, использующие все три формы взаимозависимости?

8. Почему компаниям, оперирующим в изменяющейся среде, требуется развивать горизонтальные связи (в сравнении с фирмами, функционирующими в стабильных условиях)?

9. Назовите показатели, с помощью которых можно оценить уровень централизации (или децентрализации) управления. Используйте практические примеры.

10. Дайте характеристику изменений в используемой технологии и процесса об-

новления продукции. Проведите сравнительный анализ этих элементов. Какой из них обеспечит устойчивое развитие?

11. При каких условиях на промышленном предприятии используется командная организационная структура?

12. Назовите преимущества и недостатки различных типов организационных структур.

5.2.6. Темы курсовых проектов/ курсовых работ «учебным планом не предусмотрены».

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид учебной работы	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно. Фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; отмечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, отметить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Целью практических занятий является закрепление, расширение, углубление теоретических знаний, полученных на лекциях и в ходе самостоятельной работы, развитие познавательных способностей. Изучение первоисточников, повторение теоретического материала, решение проблемно-поисковых вопросов.
Лабораторные занятия	Методические указания по выполнению лабораторных работ
Самостоятельная работа / индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др

7. Образовательные технологии

Перечень образовательных технологий, используемых при изучении дисциплины «Менеджмент и маркетинг».

Традиционные образовательные технологии

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» проводится с использованием традиционных образовательных технологий ориентирующиеся на организацию образовательного процесса, предполагающую прямую трансляцию знаний от преподавателя к студенту (преимущественно на основе объяснительно-иллюстративных методов обучения), учебная

деятельность студента носит в таких условиях, как правило, репродуктивный характер. Формы учебных занятий по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» с использованием традиционных технологий:

Лекция – последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами (монолог преподавателя).

Практическое занятие – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по предложенному алгоритму.

Лабораторные занятия – организация учебной работы с реальными материальными и информационными объектами, экспериментальная работа с аналоговыми моделями реальных объектов.

Интерактивные технологии – организация образовательного процесса, которая предполагает активное и нелинейное взаимодействие всех участников, достижение на этой основе лично значимого для них образовательного результата. Наряду со специализированными технологиями такого рода принцип интерактивности прослеживается в большинстве современных образовательных технологий. Интерактивность подразумевает субъект-субъектные отношения в ходе образовательного процесса и, как следствие, формирование саморазвивающейся информационно-ресурсной среды.

По дисциплине «Менеджмент и маркетинг» лекционные занятия проводятся с использованием следующих интерактивных технологий:

Лекция-беседа, или «диалог с аудиторией», является наиболее распространенной и сравнительно простой формой активного вовлечения студентов в учебный процесс. Эта лекция предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Преимущество лекции-беседы состоит в том, что она позволяет привлекать внимание слушателей к наиболее важным вопросам темы, определять содержание и темп изложения учебного материала с учетом особенностей обучаемых.

По дисциплине «Менеджмент и маркетинг» практические и лабораторные занятия проводятся с использованием следующих интерактивных технологий:

Работа в малых группах – это одна из самых популярных стратегий, так как она дает всем обучающимся (в том числе и стеснительным) возможность участвовать в работе, практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения (в частности, умение активно слушать, вырабатывать общее мнение, разрешать возникающие разногласия). Все это часто бывает невозможно в большом коллективе.

Презентации с использованием различных вспомогательных средств: доски, книг, видео, слайдов, компьютеров и т.п. Интерактивность обеспечивается процессом последующего обсуждения.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная учебная литература:

1. Веснин В.Р. Основы менеджмента: учебник. – М.: Проспект, 2016. – 312 с. Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-392-20743-5
2. Коробко В.И. Основы менеджмента и маркетинга в строительстве. – М.: Академия, 2003. – 299 с. Библиогр. в кн. – ISBN 5-7695-1192-3
3. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. Москва: Альпина – Паблишер, 2017 – 211 с. Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9614-6189-3
4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. - 9-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. -

446 с.: табл., схемы, граф. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02263-0; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=418086>

5. Менеджмент : учебник / ред. М.М. Максимцова, М.А. Комарова. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 343 с. : табл., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02247-5; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115008>

б) дополнительная учебная литература:

4. Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л.А. Дробышева. - 4-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 152 с. : ил. - ISBN 978-5-394-02648-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453875> (24.11.2017).

5. Сергеева, Е.А. Менеджмент и Маркетинг: учебное пособие / Е.А. Сергеева, А.С. Брысаев ; Федеральное агентство по образованию, Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Казанский государственный технологический университет». - Казань : Издательство КНИТУ, 2010. - Ч. 1. Основы менеджмента. - 199 с. : ил., табл., схем. - Библиогр. в кн.. - ISBN 978-5-7882-0834-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259050> (24.11.2017).

6. Герчикова, И.Н. Менеджмент : учебник / И.Н. Герчикова. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 510 с. : табл., схемы - (Золотой фонд российских учебников). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01095-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114981> (24.11.2017).

в) перечень учебно-методического обеспечения:

6. Косарлукова Н.А. Методические указания к контрольной работе по дисциплине «Менеджмент и маркетинг». Астрахань. АГАСУ. 2017 г. – 21 с. <http://edu.aucu.ru>

8.2. Перечень информационных технологий, используемых при обеспечении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения

1. Microsoft Imagine Premium Renewed Subscription;
2. [Office Pro+ Dev SL A Each Academic](#);
3. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс;
4. ApacheOpenOffice;
5. 7-Zip;
6. AdobeAcrobatReader DC;
7. InternetExplorer;
8. GoogleChrome;
9. MozillaFirefox;
10. VLC mediaplayer;
11. Dr.Web Desktop Security Suite.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

Список перечня ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

Электронная информационно-образовательная среда Университета, включающая в себя:

1. Образовательный портал (<http://edu.aucu.ru>);

Системы интернет-тестирования

2. Единый портал интернет-тестирования в сфере образования. Информационно- аналитическое сопровождение тестирования студентов по дисциплинам профессионального образования в рамках проекта «Интернет-тренажеры в сфере образования» (<http://i-exam.ru>).

Электронно-библиотечные системы

3. «Электронно-библиотечная система «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru/>)
 4. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» (<https://biblioclub.ru/>)

Электронные базы данных:

5. Научная электронная библиотека (<http://www.elibrary.ru/>)

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Аудитория для лекционных занятий (ул. Татищева 18б, Литер Б, корпус 9 ауд. 401)	№ 401 Комплект учебной мебели Переносное компьютерное и проекционное оборудование.
Аудитория для практических занятий (учебный корпус № 10, 414056, г. Астрахань, ул. Татищева №18б, литер Е, ауд. № 201)	№ 201, корпуса 10 Комплект учебной мебели. Переносной комплект мультимедийного оборудования
Аудитория для лабораторных занятий, для самостоятельной работы (главный учебный корпус, 414056, г. Астрахань, ул. Татищева 18, литер А, ауд. № 312)	№ 312, главный корпус Комплект учебной мебели. Компьютеры-15 шт. Доступ к сети Интернет.
Аудитория для групповых и индивидуальных консультаций (учебный корпус № 10, 414056, г. Астрахань, ул. Татищева №18б, литер Е, ауд. № 209)	№ 209, корпуса 10 Комплект учебной мебели. Переносной комплект мультимедийного оборудования
Аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации (учебный корпус № 10, 414056, г. Астрахань, литер Е, ул. Татищева18б, ауд. 207)	№ 207, главный корпус Комплект учебной мебели. Компьютеры-16 шт. Проекционный телевизор – 1 шт. Доступ к сети Интернет.
Аудитория для самостоятельной работы (главный учебный корпус, 414056, г. Астрахань, ул. Татищева, 18, Литер А, ауд. № 211, 312)	№ 211, главный корпус Комплект учебной мебели. Компьютеры-16 шт. Доступ к сети Интернет. № 312, главный корпус Комплект учебной мебели. Компьютеры-15 шт. Доступ к сети Интернет.
Аудитория для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования (главный учебный корпус, 414056, г. Астрахань, ул. Татищева, 18, Литер А, ауд. № 8)	№8, главный учебный корпус Комплект мебели, расходные материалы для профилактического обслуживания учебного оборудования, вычислительная и орг.техника на хранении

10. Особенности организации обучения по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья на основании письменного заявления дисциплина «Менеджмент и маркетинг» реализуется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее – индивидуальных особенностей).

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу, оценочные и методические материалы по дисциплине

Б1.Б.05 Менеджмент и маркетинг

(наименование дисциплины с указанием блока)

ООП ВО по специальности 21.05.01 «Прикладная геодезия»

специализация «Инженерная геодезия»

по программе специалитет

Земсков С.В. (далее по тексту рецензент), проведена рецензия рабочей программы, оценочных и методических материалов по дисциплине **«Менеджмент и маркетинг»** ООП ВО по специальности **21.05.01 «Прикладная геодезия»**, по программе **специалитет**, разработанной в ГАОУ АО ВО "Астраханский государственный архитектурно-строительный университет", на кафедре **«Экономика строительства»** (разработчик – **старший преподаватель Косарлукова Наталия Андреевна**).

Рассмотрев представленные на рецензию материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

Предъявленная рабочая программа учебной дисциплины **«Микроэкономика»** (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по специальности **21.05.01 «Прикладная геодезия»**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от **07 июня 2016 г., №674** и зарегистрированного в Минюсте России **22 июня 2016, № 42596**.

Представленная в Программе актуальность учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к **«Дисциплины» базовой части**.

Представленные в Программе цели учебной дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО специальности **21.05.01 «Прикладная геодезия»**, специализация **«Инженерная геодезия»**.

В соответствии с Программой за дисциплиной **«Менеджмент и маркетинг»** закреплена **1 компетенция**, которая реализуется в объявленных требованиях.

Результаты обучения, представленные в Программе в категориях **знать, уметь, владеть** соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Учебная дисциплина **«Менеджмент и маркетинг»** взаимосвязана с другими дисциплинами ООП ВО по специальности **21.05.01 «Прикладная геодезия»**, специализация **«Инженерная геодезия»** и возможность дублирования в содержании отсутствует.

Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

Представленные и описанные в Программе формы текущей оценки знаний соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Форма промежуточной аттестации знаний **специалиста**, предусмотренная Программой, осуществляется в форме **экзамена**. Формы оценки знаний, представленные в Рабочей программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено основной, дополнительной литературой, интернет-ресурсами и соответствует требованиям ФГОС ВО специальности **21.05.01 «Прикладная геодезия»**, специализация **«Инженерная геодезия»**.

Материально-техническое обеспечение соответствует требованиям ФГОС ВО

специальности **21.05.01 «Прикладная геодезия»** и специфике дисциплины **«Менеджмент и маркетинг»** и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

Представленные на рецензию оценочные и методические материалы специальности **21.05.01. «Прикладная геодезия», специализация «Инженерная геодезия»** разработаны в соответствии с нормативными документами, представленными в программе. Оценочные и методические материалы по дисциплине **«Менеджмент и маркетинг»** предназначены для текущего контроля и промежуточной аттестации и представляют собой совокупность разработанных кафедрой **«Экономика строительства»** материалов для установления уровня и качества достижения обучающимися результатов обучения.

Задачами оценочных и методических материалов является контроль и управление процессом, приобретения обучающимися знаний, умений, навыков и компетенций, заявленных в образовательной программе по данному направлению.

Оценочные и методические материалы по дисциплине **«Менеджмент и маркетинг»** представлены:

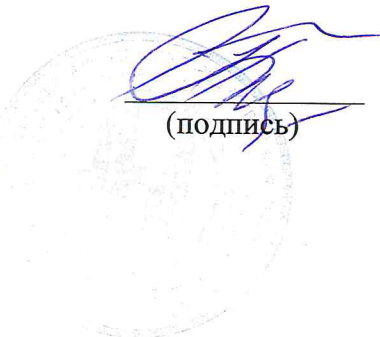
- заданиями для контрольной работы;
- тестовыми заданиями;
- вопросами к экзамену.

Данные материалы позволяют в полной мере оценить результаты обучения по дисциплине **«Менеджмент и маркетинг»** в АГАСУ, а также оценить степень сформированности коммуникативных умений и навыков в сфере профессионального общения.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы, оценочных и методических материалов дисциплины **Б1.Б.05 «Менеджмент и маркетинг»** ООП ВО по специальности **21.05.01 «Прикладная геодезия»**, по программе **специалитет**, разработанная **ст. преподавателем Косарлуковой Натальей Андреевной** соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям отрасли, рынка труда, профессиональных стандартов **21.05.01. «Прикладная геодезия», специализация «Инженерная геодезия»**.

Член. рецензор
ООО «Аэроматика» (дата)
Бизнес - Лига "Брмк А.Ф"



(подпись)

Аннотация

к рабочей программе дисциплины «Менеджмент и маркетинг» по специальности 21.05.01 «Прикладная геодезия» специализация «Инженерная геодезия»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Целью учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг» являются: изучить теоретические основы менеджмента и маркетинга; овладеть практическими навыками, схем управления организацией, стратегическим планированием, методами маркетингового исследования товарного рынка продукции, готовностью руководить коллективом.

Задачами дисциплины являются:

- формирование навыков стратегического планирования;
- формирование способности руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- освоение методов маркетингового исследования.

Учебная дисциплина «Менеджмент и маркетинг» входит в Блок 1, базовая часть. Для освоения дисциплины необходимы знания, полученные при изучении следующих дисциплин: «Микроэкономика», «Социология».

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Основные понятия менеджмента и маркетинга. Цели и задачи предприятия, внутренняя и внешняя его среда его функционирования. Рынок как общественная система. Понятие и классификация рыночных структур. Рынок как форма организации хозяйства. Основные виды рынков. Конкуренция, как основной процесс развития отношений.

Раздел 2. Менеджмент, его сущность и значение в условиях рынка. Возникновение современного менеджмента. Методологические аспекты менеджмента. Принципы и функции менеджмента. Понятие «хозяйствующего субъекта». Его характеристика. Виды предприятий. Их отличительные черты. Обоснование необходимости управления предприятием. Роль и значение управленческих решений в управлении субъектом хозяйствования. Классификация управленческих решений. Модели и методы принятия решений. Коммуникации как связь передачи управленческих решений. Делегирование полномочий.

Сущность и значение стратегического планирования. Его место в микро - и макросреде. Реализация стратегических альтернатив. Влияние стратегического планирования на отбор организационной структуры. Понятие «организационная структура». Этапы и принципы ее построения. Виды организационных структур. Их преимущества и недостатки. Норматив управляемости. Понятие «персонал» в рыночной экономике. Характеристика управления персоналом в рынке. Эффективность его управления в целом и группами. Мотивация персонала как основная функция его управления. Современные теории мотиваций. Практическая значимость применения этих теорий. Роль личности в рыночной экономике и ее влияние на власть и лидерство. Лидерство: сущность и значение. Личностный, поведенческий и ситуационный подходы к лидерству. Понятие «власть», ее типы, использование в практике. Понятие «конфликты». Виды конфликтов. Их влияние на принятие решений. Разрешение конфликтов. Понятие «производственная система». Проектирование производственной системы, ее функционирование. Направления управления производственной деятельностью организационной структуры.

Раздел 3. Роль маркетинга в экономическом развитии. Социально-экономические основы маркетинга. Маркетинг как одна из подсистем менеджмента. Значение маркетинга в управлении предприятием, фирмой и т. д. Концепции маркетинга и маркетинговые исследования. Понятие «рынок». Его характеристика и значение в современном мире.

Роль институционального и международного рынков. Сегментирование рынка. Понятие «товар» и его характеристика. Цены и их роль в рыночной экономике. Методы и стратегия ценообразования. Каналы распределения (сбыта), типы посредников, продвижение товара, стимулирование сбыта, роль рекламы. Значение планирования маркетинговой деятельности, его роль. Виды структур маркетинговой службы.

Заведующий кафедрой



подпись

/И.И. Потанова/

Министерство образования и науки Астраханской области
Государственное автономное образовательное учреждение
Астраханской области высшего образования
«Астраханский государственный архитектурно-строительный
университет»
(ГАОУ АО ВО «АГАСУ»)



УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор

/И.Ю. Петрова/
(подпись) И. О. Ф.

25 апреля 2019г.

ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

Наименование дисциплины Менеджмент и маркетинг

(указывается наименование в соответствии с учебным планом)

По специальности 21.05.01 «Прикладная геодезия»

(указывается наименование направления подготовки в соответствии с ФГОС ВО)

Специализация Инженерная геодезия

(указывается наименование специализации в соответствии с ОПОП)

Кафедра Экономика строительства

Квалификация выпускника инженер - геодезист

Астрахань - 2019


Разработчики:
Ст. преподаватель
(занимаемая должность,
учёная степень и учёное звание)


(подпись)


Косарлукова Н.А.

Оценочные и методические материалы рассмотрены и утверждены на заседании кафедры «Экономика строительства» протокол № 10 от 17.04. 2019г.


Заведующий кафедрой


(подпись) / И.И.Потапова /
И. О. Ф.

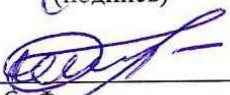
Согласовано:

Председатель МКС «Прикладная геодезия»
специализация «Инженерная геодезия» 
(подпись) /Т.Н.Кобзева/
И. О. Ф.

Начальник УМУ


(подпись) /И.В.Аксютина/
И. О. Ф.

Специалист УМУ
(подпись)


И. О. Ф. /Э.Э.Кильмухамедова/

СОДЕРЖАНИЕ:

	Стр.
1. Оценочные и методические материалы для проведения промежуточной аттестации и текущего контроля обучающихся по дисциплине	4
1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программ	4
1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	5
1.2.1. Перечень оценочных средств текущей формы контроля	6
1.2.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций по дисциплине на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	6
1.2.3. Шкала оценивания	8
2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	10
3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций	22

4. **Оценочные и методические материалы для проведения промежуточной аттестации и текущего контроля обучающихся по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»**

Оценочные и методические материалы являются неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины и представлены в виде отдельного документа

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

Индекс и формулировка компетенции	Номер и наименование результатов образования по дисциплине (в соответствии с разделом 2)	Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.5.1)				Формы контроля с конкретизацией задания
		1	2	3	4	
1	2	3	4	5	6	7
ОПК-3 готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знать:					
	- источники власти в организации, особенности руководства и лидерства - общие принципы организации труда геодезистов, вопросы планирования производства	X	X	X	X	Тестовые задания (№ 1-17) Вопросы к экзамену (№ 1-10)
	Уметь:					
	- выполнять функции управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия и применять методы менеджмента - выявлять факторы, влияющие на формирование и развитие управленческой активности, проводить анализ и оценку потенциала конкретной организации, определять пути его развития	X	X	X	X	Тестовые задания (№ 1-16) Вопросы к экзамену (№ 11-26)
	Владеть:					
- приемами управления конфликтами, стрессами, изменениями в организации; - приемами различных методик оценки эффективности управления коллективом в	X	X	X	X	Вопросы к экзамену (№ 27-57) Тестовые задания (№ 1-6) Контрольная работа	

	сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия и применять методы менеджмента					
--	---	--	--	--	--	--

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

и. Перечень оценочных средств текущей формы контроля

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося	Фонд тестовых заданий
Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам

1.2.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций по дисциплине на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Показатели и критерии оценивания результатов обучения			
		Ниже порогового уровня (не зачтено)	Пороговый уровень (Зачтено)	Продвинутый уровень (Зачтено)	Высокий уровень (Зачтено)
1	2	3	4	5	6
ОПК-3 способностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности	Источники власти в организации, особенности руководства и лидерства, общие принципы организации труда геодезистов, вопросы планирования производства	Обучающийся не знает источники власти в организации, особенности руководства и лидерства, общие принципы организации труда геодезистов, вопросы планирования производ-	Обучающийся знает источники власти в организации, особенности руководства и лидерства, общие принципы организации труда геодезистов, вопросы плани-	Обучающийся знает основы определения источники власти в организации, особенности руководства и лидерства, общие принципы организации труда геодези-	Обучающийся в совершенстве знает источники власти в организации, особенности руководства и лидерства, общие принципы организации труда геодезистов, вопросы

сти, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия		ства	рования производства	стов, вопросы планирования производства Знает способы анализа и интерпретацию полученных результатов.	планирования производства. Знает способы анализа и интерпретацию полученных результатов.
	Умеет (ОПК-3) - выполнять функции управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия и применять методы менеджмента, выявлять факторы, влияющие на формирование и развитие управленческой активности, проводить анализ и оценку потенциала конкретной организации, определять пути его развития	Обучающийся не умеет выполнять функции управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия и применять методы менеджмента, выявлять факторы, влияющие на формирование и развитие управленческой активности, проводить анализ и оценку потенциала конкретной организации, определять пути его развития	Обучающийся умеет выполнять функции управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия и применять методы менеджмента, выявлять факторы, влияющие на формирование и развитие управленческой активности, проводить анализ и оценку потенциала конкретной организации, определять пути его развития	Обучающийся умеет применять в выполнении функций управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия и применять методы менеджмента, выявлять факторы, влияющие на формирование и развитие управленческой активности, проводить анализ и оценку потенциала конкретной организации, определять пути его развития, используя при этом необходимую информацию.	Обучающийся в совершенстве умеет выполнять функции управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия и применять методы менеджмента, выявлять факторы, влияющие на формирование и развитие управленческой активности, проводить анализ и оценку потенциала конкретной организации, определять пути его развития, используя при этом необходимую информацию.
	Владеет (ОПК-3) - приемами управления конфликтами, стрессами, изменениями в	Обучающийся не владеет приемами управления конфликтами, стрессами, изменениями в	Обучающийся владеет приемами управления конфликтами, стрессами, изменениями в	Обучающийся владеет приемами управления конфликтами, стрессами, изменениями в	Обучающийся владеет приемами управления конфликтами, стрессами, изменениями в

	организации, - приемами различных методик оценки эффективности управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия и применять методы менеджмента	ми в организации, приемами различных методик оценки эффективности управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия и применять методы менеджмента	организации, приемами различных методик оценки эффективности управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия и применять методы менеджмента	организации, приемами различных методик оценки эффективности управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия и применять методы менеджмента. Способен применять их на практике.	нениями в организации, приемами различных методик оценки эффективности управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия и применять методы менеджмента
--	---	--	---	---	---

1.2.3. Шкала оценивания

Уровень достижений	Отметка в 5-бальной шкале	Зачтено/ не зачтено
высокий	«5»(отлично)	зачтено
продвинутый	«4»(хорошо)	зачтено
пороговый	«3»(удовлетворительно)	зачтено
ниже порогового	«2»(неудовлетворительно)	не зачтено

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ:

2.1. Экзамен ОПК-3 (знать, уметь, владеть)

А. типовые вопросы (задания)

(ОПК-3 Знать)

1. Предмет экономической теории.
2. Функции и задачи экономической теории
3. Материальное производство как основа жизни общества.
4. Методы экономической теории.
5. Сущность собственности и её экономическая реализация.
6. Экономическая организация производства.
7. Предприятие и принципы его организации
8. Потребность. Виды потребностей.
9. Законы развития потребностей. Пирамида Маслоу.
10. Блага и их виды.

(ОПК-3 Уметь)

11. Экономические агенты и их разновидности.
12. Экономический кругооборот. Экономические цели.
13. Экономические системы и их виды.
14. Общественное производство и его стадии.
15. Ограниченность производственных ресурсов.
16. Факторы производства и их характеристика
17. Кривая производственных возможностей.
18. Рынок: понятие и условия возникновения.
19. Товарное и рыночное хозяйство.
20. Деньги: понятие, условия возникновения, свойства и функции в рыночной экономике.
21. Уравнение Фишера и её применение.
22. Спрос. Закон спроса..
23. Неценовые факторы спроса. Индивидуальный и рыночный спрос.
24. Предложение. Закон предложения.
25. Рыночное равновесие: равновесная цена и объем.
26. Эффективность рыночного механизма.

(ОПК-3 Владеть)

27. Государственное регулирование рынка. Прямые и косвенные методы государственного регулирования.
28. Эластичность спроса и факторы ее определяющие.
29. Эластичность предложения и ее определяющие.
30. Принцип рационального поведения.
31. Теория предельной полезности.
32. Кривые безразличия и их свойства.
33. Бюджетное ограничение. Условие равновесия потребителя.
34. Фирма как субъект рынка.
35. Основные формы организации бизнеса
36. Роль малых, средних и крупных фирм в экономике.
37. Совокупный, средний и предельный продукт переменного ресурса.
38. Производственная функция в условиях двух переменных ресурсов.
39. Изокванта и карта изоквант.
40. Правило минимизации издержек и равновесие фирмы.

41. Издержки производства и прибыль: экономический и бухгалтерский подходы.
42. Явные и неявные издержки.
43. Издержки фирмы в краткосрочном периоде.
44. Постоянные и переменные издержки.
45. Общие, средние и предельные издержки.
46. Получение экономической прибыли. Точка безубыточности.
47. Издержки фирмы в долгосрочном периоде.
48. Эффект масштаба.
49. Совершенная и несовершенная конкуренция.
50. Фирма и рынок в условиях совершенной конкуренции.
51. Равновесие фирмы в долгосрочном периоде и нулевая экономическая прибыль.
52. Сущность монополии и ее основные виды и характеристики.
53. Ценовая дискриминация: понятие и основные виды.
54. Монопольная власть. Источники монопольной власти. Общественные издержки и выгоды от монополии
55. Несовершенная конкуренция: характерные черты и основные виды.
56. Сущностные характеристики олигополии и олигополистическая взаимосвязь.
57. Сущность монополистической конкуренции: условия функционирования.

б) критерии оценивания

При оценке знаний на экзамене учитывается:

1. Уровень сформированности компетенций.
2. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
3. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
4. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
5. Умение связать теорию с практикой.
6. Умение делать обобщения, выводы.

№п /п	Оценка	Критерии оценки
1	Отлично	Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых нормативно-правовых актов. Соблюдаются нормы литературной речи.
2	Хорошо	Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Базовые нормативно-правовые акты используются, но в недостаточном объеме. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются нормы литературной речи.
3	Удовлетворительно	Допускаются нарушения в последовательности изложения. Имеются упоминания об отдельных базовых нормативно-правовых актах. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения норм литературной речи.
4	Неудовлетворительно	Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не

		представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения норм литературной речи.
5	Зачтено	Выставляется при соответствии параметрам экзаменационной шкалы на уровнях «отлично», «хорошо», «удовлетворительно».
6	Незачтено	Выставляется при соответствии параметрам экзаменационной шкалы на уровне «неудовлетворительно».

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ:

2.2. Тест ОПК-3 (знать, уметь, владеть)

A. типовые вопросы (задания)

ЗНАТЬ ОПК-3

1. Реальное влияние при управлении по целям имеют руководители
 - а) среднего уровня
 - б) низшего уровня
 - в) высшего, среднего и низшего уровня
 - г) высшего уровня

2. Основные функции управления
 - а) планирование, контроль
 - б) планирование, организация, мотивация, контроль
 - в) организация, мотивация
 - г) организация, мотивация, контроль

3. Что является источником власти и управления? (П)
 - А) Знания.
 - Б) Техника.
 - В) Собственность.
 - Г) Люди.

4. В чем заключается экспертная власть?
 - А) Менеджер имеет власть над другим человеком, если этот человек верит, что менеджер может вознаградить его или отказать в этом
 - Б) Исполнитель верит, что влияющий обладает специальными знаниями, которые позволяют удовлетворять потребности
 - В) Свойства менеджера настолько привлекательны для исполнителя, что он хочет быть таким же.

5. Система производственной взаимосвязи и взаимодействия образует:
 - А) кооперацию труда
 - Б) дисциплину труда
 - В) организацию труда

6. Кто является родоначальником классической школы менеджмента:
 - А) Ч. Бебидж;
 - Б) М. Вебер;

В) Ф. Тейлор.

7. Необходимость планирования заключается в определении:

- А) конечных и промежуточных целей;
- Б) задач, решение которых необходимо для достижения целей;
- В) средств и способов решения задач;
- Г) правильного ответа нет.

8. При какой форме планирования осуществляется выбор средств для выполнения целей на период от 1 года до 5 лет?

- А) перспективное;
- Б) среднесрочное;
- В) оперативное.

9. Чем характеризуется компромисс при принятии решения?

- а) установление некоего среднего в результате спора двух сотрудников
- б) уменьшением выгоды в одной области с целью уменьшения нежелательных последствий в другом
- в) принятием решения аудитивно, учитывающего мнения всех заинтересованных сторон
- г) уменьшением выгоды

10. Укажите фактор "ближнего внешнего окружения"

- а) Маркетинговые посредники, экономические факторы, клиенты, конкуренты, демографические факторы
- б) Контактные аудитории, сама фирма (организация), конкуренты, клиенты, маркетинговые посредники, поставщики
- в) Контактные аудитории, демографические факторы, клиенты, конкуренты, поставщики, политические факторы
- г) Демографические факторы, сама фирма (организация), контактная аудитория, маркетинговые посредники

11. Основное отличие открытой системы от закрытой заключается в

- а) отсутствии упорядоченного взаимодействия между отдельными подсистемами;
- б) наличии взаимодействия отдельных подсистем с внешним миром;
- в) замкнутости элементов системы самих на себя;
- г) наличие взаимодействия с внешней средой.

12. В том случае, когда товар поставщиков уникален или отказ от него приводит к росту расходов можно говорить о том, что:

- а) Имеется зависимость от поставщиков
- б) Рынок не привлекателен для производителей
- в) Существуют барьеры выхода на рынок

13. Определите основные характеристики внешней среды для организации

- а) все перечисленное
- б) взаимосвязанность факторов, сложность
- в) сложность и подвижность
- г) взаимосвязанность и неопределенность

14. С какого этапа начинается анализ текущей ситуации?

- а) Прогнозирование

- б) Сбор информации
- в) Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз

15. Для чего осуществляется делегирование своих полномочий другим руководителям?

- а) для оптимального решения комплексной задачи
- б) для сохранения «группового» стиля работы
- в) для проверки квалификации рабочих
- г) все перечисленное

16. Какая из перечисленных стратегий не относится к маркетинговым стратегиям?

- а) Коммуникативная стратегия
- б) Стратегия сбыта
- в) Товарная стратегия
- г) Финансовая стратегия
- д) Ценовая стратегия

17. К какому типу построения управления относится следующая ситуация: «Строительство трубопровода включает в себя ряд технологических операций: подготовительные работы, земляные работы (устройство траншей), сварочные работы (сварка труб в нитку), изоляция и укладка трубопровода в траншею и др.? Руководство производством каждого вида работ возложено на начальника специального строительного управления. Информация о каждом процессе поступает управляющему строительным трестом, а от него начальнику управления»?

- а) матричная система управления
- б) функциональная система управления
- в) линейная система управления
- г) ни одна система не подходит

УМЕТЬ ОПК-3

1. Автомобильный дилер рассматривает возможность расширения своей деятельности. Он должен сделать выбор между включением автомобильных аксессуаров в спектр своих товаров, а также оценить возможность продажи цветов, безалкогольных напитков и сигарет. Дилер должен сделать выбор между:

- а) Развитием продукта и диверсификацией
- б) Проникновением на рынок и развитием продукта
- в) Интеграцией и развитием рынка
- г) Проникновением на рынок и развитием рынка

2. Ступени мотивации по Маслоу - это

- а) потребность развития и признания
- б) потребность развития и признания, социальная потребность и потребность в защищенности, основные потребности
- в) социальная потребность и потребность в защищенности
- г) основные потребности

3. Производитель стиральных порошков решает осуществить продвижение своего товара в форме ценовой скидки. На настоящий момент продажи составляют 1 000 000 единиц по цене 15 руб. Скидка составляет 10%. На какой процент должны увеличиться продажи, чтобы оборот остался таким же?

- а) меньше 10%
- б) 10,0%

в) больше 10%

4. Какая последовательность приоритетов позволит фирме добиться успеха:

- а) люди – продукция – прибыль
- б) прибыль – люди – продукция
- в) продукция – прибыль – люди
- г) люди – прибыль – продукция

5. Компания Макдональдс решила открыть свой ресторан в Екатеринбурге, помимо уже существующих в Москве и Санкт-Петербурге. Для того чтобы соответствовать местной культуре, в Екатеринбурге будет предлагаться специальный бургер - МакУрал. Это является примером следующих двух стратегий:

- а) Развитие рынка и проникновение на рынок
- б) Развитие продукта и горизонтальная интеграция
- в) Горизонтальная интеграция и диверсификация
- г) Развитие рынка и развитие продукта

6. Что является первоочередной необходимостью успешной работы сотрудника на новом месте?

- а) соответствие специализации
- б) справедливое вознаграждение
- в) социальная адаптация
- г) перспектива роста

7. Отметьте в данном перечне то, что относится к элементам комплекса маркетинга:

- а) Производство
- б) Сегментирование
- в) Товар
- г) Цена
- д) Продвижение
- е) Исследования
- ж) Сбыт

8. Любое предприятие независимо от его правовой формы обязано иметь

- а) помещение, офис
- б) руководство
- в) средства, оборудование
- г) штатных сотрудников

9. Как называется следующая стратегия: «Создание новых товаров для продажи на существующем рынке»?

- а) Развитие товара
- б) Диверсификация
- в) Расширение рынка
- г) Развитие рынка
- д) Проникновение на рынок

10. Одной из основных функций менеджмента является

- а) наблюдение за ходом производства
- б) методическое обеспечение принятия решений
- в) планирование
- г) издание приказов и распоряжений

11. Какое из перечисленных средств относится к личным средствам коммуникации?

- а) Скидки и купоны
- б) Пресс-релизы
- в) Выставки и ярмарки
- г) Реклама в прессе

12. Процесс побуждения себя и других к деятельности по достижению личных целей или целей организации это:

- а) организация
- б) действие
- в) координация
- г) мотивация

13. Укажите фактор "ближнего внешнего окружения"

- а) Маркетинговые посредники, экономические факторы, клиенты, конкуренты, демографические факторы
- б) Контактные аудитории, сама фирма (организация), конкуренты, клиенты, маркетинговые посредники, поставщики
- в) Контактные аудитории, демографические факторы, клиенты, конкуренты, поставщики, политические факторы
- г) Демографические факторы, сама фирма (организация), контактная аудитория, маркетинговые посредники

14. Выполнение работы по принуждению или через экономические стимулы это:

- а) мотивация по статусу
- б) внешняя мотивация
- в) мотивация по результату
- г) внутренняя мотивация

15. С какого этапа начинается анализ текущей ситуации?

- а) Прогнозирование
- б) Сбор информации
- в) Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз

16. В том случае, когда товар поставщиков уникален или отказ от него приводит к росту расходов можно говорить о том, что:

- а) Имеется зависимость от поставщиков
- б) Рынок не привлекателен для производителей
- в) Существуют барьеры выхода на рынок

ВЛАДЕТЬ ОПК-3

**-приемами управления конфликтами, стрессами, изменениями в организации;
-приемами различных методик оценки эффективности управления**

1. Мотивация базируется на:

- а. Потребностях и самовыражении;
- б. Потребностях и вознаграждениях;
- в. Вознаграждениях и удовлетворении отдельных людей;
- г. Удовлетворении всех людей;
- д. Самовыражении и вознаграждениях.

2. Основной формой материального стимулирования персонала организации является:

- а. Премии;
- б. Премии и ценные подарки;
- в. Ценные подарки и зарплата;
- г. Зарплата;
- д. Премии и зарплата.

3. Что создает структуру управления организацией?

- а. Совокупность линейных органов управления;
- б. Совокупность функциональных служб;
- в. Совокупность линейных и функциональных служб (органов);
- г. Совокупность органов управления;
- д. Совокупность программно-целевых служб.

4. Анализ конкурентов организации проводится с целью:

- а. Определения их стратегии и сильных сторон;
- б. Определения их целей и сильных сторон;
- в. Определения их целей, стратегий, сильных и слабых сторон;
- г. Определения стратегии;
- д. Определения их целей и слабых сторон.

5. Цели организации должны удовлетворить такие основные требования:

- 1. + Достижимость, конкретность, ориентация во времени;
- 2. Достижимость и ориентация во времени;
- 3. Ориентация во времени и конкретность;
- 4. Достижимость;.
- 5. Ориентация во времени.

6. Укажите, что характерно для японской компании «Сони» в отношениях между руководителями и подчиненными?

(А) По возможности желательно, чтобы человек всю свою жизнь остался на одном рабочем месте, где он приобретает определенный опыт, что соответственно повышает эффективность работы

+ (В) Отсутствие дифференцированного отношения к людям

(С) Для успешной работы в компании важно, какое учебное заведение закончил сотрудник и с какими отметками

(D) при всех положительных качествах свободы дискуссии в большой компании она нарушает режим работы

Б. критерии оценивания

При оценке знаний оценивания тестов учитывается:

- 1. Уровень сформированности компетенций.
- 2. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
- 3. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
- 4. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
- 5. Умение связать теорию с практикой.
- 6. Умение делать обобщения, выводы.

№п	Оценка	Критерии оценки
----	--------	-----------------

/п		
1	Отлично	если выполнены следующие условия: - даны правильные ответы не менее чем на 90% вопросов теста, исключая вопросы, на которые студент должен дать свободный ответ; - на все вопросы, предполагающие свободный ответ, студент дал правильный и полный ответ.
2	Хорошо	если выполнены следующие условия: - даны правильные ответы не менее чем на 75% вопросов теста, исключая вопросы, на которые студент должен дать свободный ответ; - на все вопросы, предполагающие свободный ответ, студент дал правильный ответ, но допустил незначительные ошибки и не показал необходимой полноты.
3	Удовлетворительно	если выполнены следующие условия: - даны правильные ответы не менее чем на 50% вопросов теста, исключая вопросы, на которые студент должен дать свободный ответ; - на все вопросы, предполагающие свободный ответ, студент дал непротиворечивый ответ, или при ответе допустил значительные неточности и не показал полноты.
4	Неудовлетворительно	если студентом не выполнены условия, предполагающие оценку «Удовлетворительно».
5	Зачтено	Выставляется при соответствии параметрам экзаменационной шкалы на уровнях «отлично», «хорошо», «удовлетворительно».
6	Незачтено	Выставляется при соответствии параметрам экзаменационной шкалы на уровне «неудовлетворительно».

2.3. Контрольная работа ОПК-3 (владеть)

А. типовые вопросы (задания)

Вариант 1.

Ситуация 1. В коллектив отдела нарезки продовольственного магазина была принята новая продавщица Юлия. Директор предложил девушке сразу приступить к исполнению должностных обязанностей. Сначала Юлии предложили навести порядок в отделе. Спустя 15 минут директор выразил недовольство отсутствием ценников на некоторых товарах. В течение дня подобные ситуации (противоречивые задания) возникали несколько раз. Рабочий день Юлия закончила в крайне угнетенном состоянии.

1. Наличие противоречащих производственных заданий способно привести к _____ конфликту.
 - межличностному
 - коллективному
 - внутриличностному
 - межгрупповому
2. Для предотвращения подобной конфликтной ситуации необходимо использовать структурные методы, в частности ...
 - разъяснение требований к работе
 - разработку общеорганизационных комплексных целей
 - создание обоснованной системы вознаграждения
 - уклонение от конфликта

3. Директор магазина использует авторитарный стиль руководства, для которого характерны ...

Укажите не менее двух вариантов ответа

- поощрение инициативы при выполнении заданий
- высокая степень единоличной власти
- недоверие к подчиненным
- учет мнения сотрудников при принятии решений

Ситуация 2. С первого апреля на должность директора супермаркета «Сладкоежка» назначен Новоселов Петр Сергеевич. Состав сотрудников магазина на протяжении последних пяти лет достаточно устойчив, атмосфера в коллективе благоприятная и доброжелательная. Проанализировав работу коллектива по истечении первого месяца работы, Петр Сергеевич пришел к выводу, что сотрудники достаточно хорошо знают технологии работы и успешно применяют их на практике, владеют стандартами компании. В следующем месяце участие директора в работе сотрудников было минимальным. Основное внимание было уделено определению перспектив развития организации на следующий год.

1. Определение перспектив развития предприятия происходит в рамках реализации функции ...

- мотивации
- контроля
- планирования
- организации

2. Тактическое планирование является средством реализации _____ планов.

- текущих
- оперативных
- календарных
- стратегических

3. Руководитель использует в управлении либеральный стиль, для которого характерны ...

Укажите не менее двух вариантов ответа

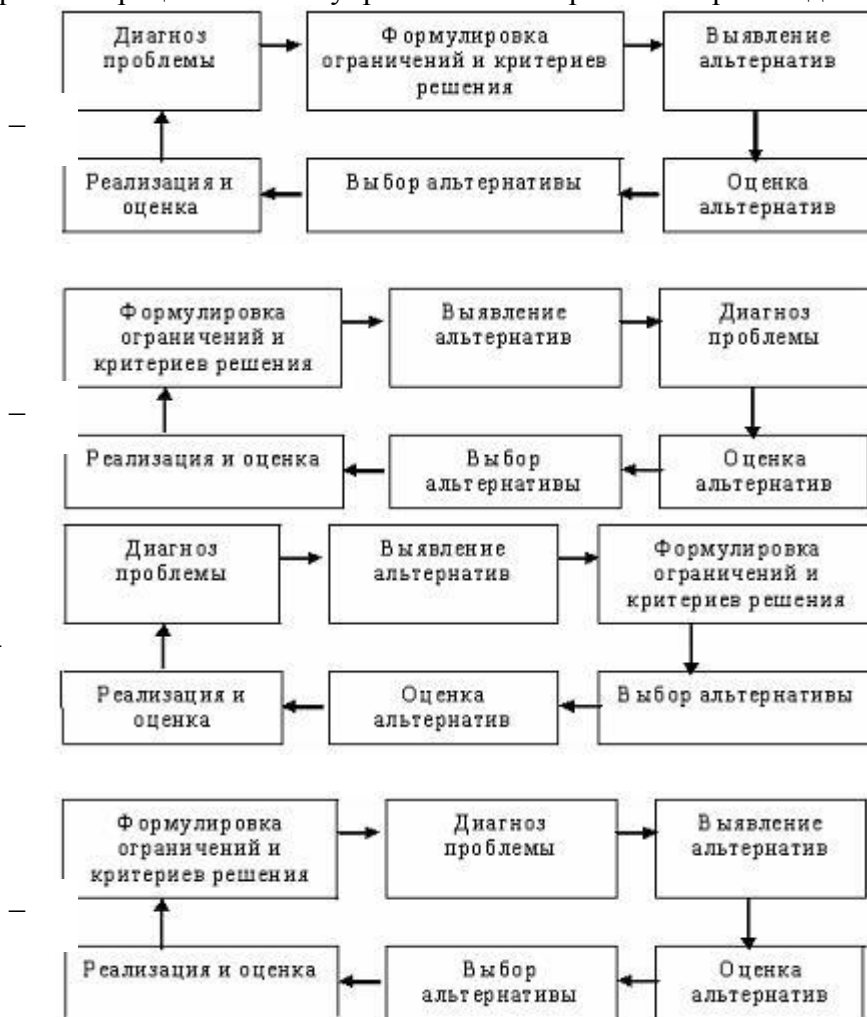
- жесткий контроль выполнения производственных заданий
- подавление инициативы сотрудников
- отсутствие контроля за работой подчиненных
- самостоятельность сотрудников при принятии решений

Ситуация 3. На декабрь план производственного отдела определен в размере 6 300 тыс. руб. (на 15 % выше среднемесячного). Но в течение года отдел периодически не выполнял запланированные объемы. Для устранения проблемы руководитель провел анализ причин ее возникновения. В результате выяснилось, что основными причинами этого являются отсутствие жесткого контроля со стороны руководства и нарушения трудовой дисциплины внутри коллектива. У сотрудников отсутствует заинтересованность в интенсивной работе, которая необходима для того, чтобы вовремя выполнить запланированное. На собрании коллектива руководитель объявил о том, что в течение месяца будет проводиться постоянный контроль за работой сотрудников, сотрудники, нарушившие трудовую дисциплину, будут лишены части премии по итогам месяца. Плановые показатели были выполнены в полном объеме.

1. При определении задач для сотрудников руководитель использует власть ...

- экспертную
- основанную на вознаграждении
- традиционную
- основанную на принуждении

2. Для устранения проблемы руководитель принял рациональное решение. Процесс принятия рационального управленческого решения происходит следующим образом ...



3. Для контроля за выполнением плановых показателей руководитель использует текущий контроль, который ...

Укажите не менее двух вариантов ответа

- проверит готовность предприятия к работе
- выявит причины некорректной работы
- устранил наметившееся отклонение от стандарта
- своевременно выявляет проблемы

Ситуация 4. Работники отдела сбыта и отдела рекламы не могут прийти к единому мнению по вопросу, требующему совместных усилий. Они приходят к руководителю и описывают ему сложившуюся ситуацию. Начинается долгая дискуссия с убедительными аргументами с обеих сторон. Скоро все участники беседы понимают, что конечной ее целью является не выработка оптимального решения, а отстаивание собственной точки зрения. Руководитель выслушав обе стороны, предлагает свой вариант решения проблемы, учитывающий интересы как сотрудников отдела рекламы, так и сотрудников отдела сбыта. Вариант, предложенный директором, был принят обеими сторонами.

1. Ситуация представляет собой конфликт ...

- внутриличностный
- межличностный
- межгрупповой
- между личностью и группой

2. Для разрешения конфликтной ситуации его участники использовали ...

- разъяснение требований к работе
- координационные механизмы
- справедливую систему вознаграждения
- постановку общеорганизационных комплексных целей

3. Решение руководителя представляет собой коллегиальное управленческое решение, суть которого состоит в том, что ...

Укажите не менее двух вариантов ответа

- руководитель не принимает в расчет мнение специалистов
- проблему обсуждают специалисты
- решение формирует руководитель
- решение принимается простым большинством голосов

Ситуация 5. Для подведения итогов работы за первое полугодие текущего года руководством фирмы «Климат» было собрано производственное совещание. Произошло изменение ситуации на рынке кондиционеров, в результате чего на складе фирмы скопилось большое количество нереализованной продукции. Директором фирмы вся ответственность за упущения была возложена на коммерческого директора Соколова. Соколов, в свою очередь, уведомил участников совещания о том, что уже в апреле у него появилась тревога по поводу реализации кондиционеров и поэтому он дал устное указание начальнику отдела маркетинга Петрову определить конъюнктуру рынка на май и июнь. Петров же на выдвинутые обвинения ответил, что впервые слышит об этом. Возник конфликт.

1. Предложение аналогичного товара со стороны конкурентов, состояние спроса со стороны покупателей, уровень цен на рынке на аналогичную продукцию относятся к факторам ...

- внутренней среды организации
- среды косвенного воздействия
- среды прямого воздействия

2. Конфликт, возникший в организации, является ...

- конфликтом между личностью и группой
- внутриличностным
- межгрупповым
- межличностным

3. Причинами конфликта в данной ситуации являются ...

Укажите не менее двух вариантов ответа

- противоречивость целей отдельных групп работников
- недостаточная согласованность действий
- неблагоприятные физические условия труда
- недостаточный уровень профессиональной подготовки

Ситуация 6. Иван Николаевич – руководитель крупной организации. В первую очередь он всегда выполняет неотложные дела, пытается самостоятельно решать все важные вопросы и тем самым тратит большую часть своего рабочего времени, но часть дел так и остается «лежать на столе». В результате фактические показатели работы по отношению к запланированным составили 95 %.

1. Для повышения эффективности работы руководителя в процессе управления необходимо использовать делегирование, то есть ...

- перераспределение ответственности за важные и срочные дела
- повышение квалификации
- перемещение по карьерной лестнице
- частичную передачу полномочий подчиненным

2. Принцип Эйзенхауэра, устанавливающий приоритеты по критериям срочности и важности дела, используется руководителем в ситуации, когда необходимо ...

– быстро принять решение относительно того, какой задаче отдать предпочтение

– подобрать сотрудника на руководящую должность

– провести обучение сотрудников

– обеспечить расстановку рабочих на места, где они смогут принести наибольшую пользу

3. В качестве главных целей делегирования выступают ...

Укажите не менее двух вариантов ответа

– возможность последующего сокращения численности персонала

– освобождение вышестоящих руководителей от текущих рутинных дел

– повышение дееспособности нижестоящих звеньев

создание благоприятной атмосферы в коллективе

б) критерии оценивания

Выполняется в письменной форме. При оценке работы студента учитывается:

1. Правильное раскрытие содержания основных вопросов темы, правильное решение задач.

2. Самостоятельность суждений, творческий подход, научное обоснование раскрываемой проблемы.

3. Правильность использования цитат (если цитата приводится дословно, то надо взять ее в кавычки и указать источник с указанием фамилии автора, названия произведения, места и города издания, тома, части, параграфа, страницы).

4. Наличие в конце работы полного списка литературы.

№п /п	Оценка	Критерии оценки
1	Отлично	Студент выполнил работу без ошибок и недочетов, допустил не более одного недочета
2	Хорошо	Студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух недочетов
3	Удовлетворительно	Студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов, плохо знает материал, допускает искажение фактов
4	Неудовлетворительно	Студент допустил число ошибок и недочетов превосходящее норму, при которой может быть выставлена оценка «3», или если правильно выполнил менее половины работы
5	Зачтено	Выполнено правильно не менее 50% заданий, работа выполнена по стандартной или самостоятельно разработанной методике, в освещении вопросов не содержится грубых ошибок, по ходу решения сделаны аргументированные выводы, самостоятельно выполнена графическая часть работы
6	Незачтено	Студент не справился с заданием (выполнено правильно менее 50% задания варианта, не раскрыто основное содержание вопросов, имеются грубые ошибки в освещении вопроса, в решении задач, в выполнении графической части задания и т.д., а также выполнена не самостоятельно.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций

Поскольку учебная дисциплина призвана формировать несколько дескрипторов компетенций, процедура оценивания реализуется поэтапно:

1-й этап: оценивание уровня достижения каждого из запланированных результатов обучения – дескрипторов (знаний, умений, владений) в соответствии со шкалами и критериями, установленными матрицей компетенций ООП (приложение к ООП). Экспертной оценке преподавателя подлежат уровни сформированности отдельных дескрипторов, для оценивания которых предназначена данная оценочная процедура текущего контроля или промежуточной аттестации согласно матрице соответствия оценочных средств результатам обучения по дисциплине.

2-этап: интегральная оценка достижения обучающимся запланированных результатов обучения по итогам отдельных видов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Характеристика процедур текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

№	Наименование оценочного средства	Периодичность и способ проведения процедуры оценивания	Виды вставляемых оценок	Способ учета индивидуальных достижений обучающихся
1.	Экзамен	Раз в семестр, по окончании изучения дисциплины	По пятибалльной шкале	Ведомость, зачетная книжка, учебная карточка, портфолио
2.	Контрольная работа	Раз в семестр, по окончании изучения дисциплины	По пятибалльной шкале или зачтено/незачтено	Тетрадь для контрольных работ. журнал успеваемости преподавателя
3.	Тест	4 раза в семестр по окончании изучения раздела дисциплины	По пятибалльной шкале	Бланки тестовых заданий, журнал успеваемости преподавателя

Удовлетворительная оценка по дисциплине, может выставляться и при неполной форсированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения в ходе освоения других учебных дисциплин.

**Лист внесения дополнений и изменений
в рабочую программу учебной дисциплины
МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ**

(наименование дисциплины)

на 20__ - 20__ учебный год

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры «Экономика строительства»,
протокол № ____ от _____ 20__ г.

Зав. кафедрой

/_____/

ученая степень, ученое звание

подпись

И.О. Фамилия

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Составители изменений и дополнений:

/_____/

ученая степень, ученое звание

подпись

И.О. Фамилия

/_____/

ученая степень, ученое звание

подпись

И.О. Фамилия

Председатель методической комиссии

/_____/

ученая степень, ученое звание

подпись

И.О. Фамилия

« ____ » _____ 20__ г.