

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудрявцев Максим Геннадьевич

Должность: Проректор по образовательной деятельности

Дата подписания: 28.06.2023 22:24:16

Уникальный программный ключ:

790a1a8df2525774421adc1fc96453f0e902bfb0

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный аграрный заочный университет»

Кафедра Экономики и финансов

Принято Ученым Советом
ФГБОУ ВО РГАЗУ
«21» сентября 2022 г. Протокол №2

«УТВЕРЖДЕНО»
Проректор по образовательной
деятельности М.А. Реньш
«21» сентября 2022 г.



Рабочая программа дисциплины

Основы экономики менеджмента и маркетинга

Специальность **08.02.04 ВОДОСНАБЖЕНИЕ И ВОДООТВЕДЕНИЕ**

Квалификация **Техник**

Форма обучения **очная**

Балашиха 2022

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС СПО по специальности среднего профессионального образования 080204 Водоснабжение и водоотведение

Рабочая программа дисциплины разработана *доцентом кафедры экономики и финансов Ананьевой Е.В.*

Рецензент:

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в ОПОП СПО компетенциями

1.1 Перечень компетенций, формируемых учебной дисциплиной

Достижимые компетенций	Планируемые результаты обучения
ОК-11 Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.	Знать (З): -основные положения экономической теории; принципы рыночной экономики; -современное состояние и перспективы развития отрасли; -роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; -механизмы ценообразования на продукцию (услуги); -механизмы формирования заработной платы; -формы оплаты труда; -стили управления, виды коммуникации; -принципы делового общения в коллективе; -управленческий цикл; -особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; -сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом; -адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации
	Уметь (У): -рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; -применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; -анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;
	Владеть (В): - распознавать и обобщать сложные взаимосвязи, оценивать экономические процессы и явления; -применять инструменты анализа актуальных проблем современной экономики, менеджмента и маркетинга ; -предлагать способы их решения .

2. Цели и задачи освоения учебной дисциплины, место дисциплины в структуре ОПОП СПО

Дисциплина ОПЦ.06 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» относится к общепрофессиональной части ОПОП СПО по специальности 08.02.04 Водоснабжение и водоотведение базового уровня подготовки, разработанной в соответствии с ФГОС.

Цель дисциплины: освоение основ фундаментальной экономической науки, лежащей в основе всей системы экономических знаний и формирования научного экономического мировоззрения; овладение методологией и инструментарием исследования экономических явлений и процессов; приобретении навыков анализировать экономическую жизнь общества, функционирование различных рынков, деятельность и поведение хозяйствующих субъектов; формирование у студентов представления об основных экономических проблемах, знаний о закономерностях функционирования и институциональной структуре всех уровней современной рыночной экономики, менеджмента и маркетинга;обретение навыков использования полученных знаний в практической деятельности; формулирование компетенций, необходимых в профессиональной деятельности

Задачи курса:

- Показать сущность экономической теории как науки об экономическом выборе, осуществляемом при относительной ограниченности ресурсов и в условиях различных исторически сложившихся институциональных структур.

- Дать представление о методах экономического исследования, их специфике.
- Показать основные микроэкономические проблемы и закономерности современного рынка.
- Дать системное представление о макроэкономических аспектах функционирования экономики.
- Показать при рассмотрении всех разделов курса специфику менеджмента и маркетинга.

3. Объем учебной дисциплины в академических часах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

3.1 Очная форма обучения

Вид учебной работы	2 курс 3 семестр
Общая трудоемкость дисциплины, академических часов	36
Аудиторная (контактная) работа, часов	24
в т.ч. занятия лекционного типа	9
занятия семинарского типа	15
Самостоятельная работа обучающихся, часов	12
в т.ч. курсовая работа	-
Контроль	-
Вид промежуточной аттестации	зачёт

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Перечень разделов дисциплины с указанием трудоемкости аудиторной (контактной) и самостоятельной работы, видов контролей и перечня компетенций

Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Трудоемкость, часов			Наименование оценочного средства	Код компетенции
	всего	в том числе			
		аудиторной (контактной) работы	самостоятельной работы		
Раздел 1. Основы экономики	7	4	3	Собеседование, Реферат, Итоговое тестирование	ОК-11
Тема 1. Введение в экономику.	2	1	-		
Тема 2. Микроэкономика	2	1	1		
Тема 3. Макроэкономика.	2	1	1		
Тема 4. Мировая экономика.	2	1	1		
Раздел 2. Менеджмент	17	12	5		
Тема 1. Содержание и понятие менеджмента. Цели и задачи менеджмента.	1,5	1	0,5		
Тема 2. Функции менеджмента.	1,5	1	0,5		
Тема 3. Внешняя среда организации.	1,5	1	0,5		
Тема 4. Внутренняя среда организации.	1,5	1	0,5		
Тема 5. Управленческие решения. Этапы рационального решения проблем.	1,5	1	0,5		

Тема 6 Факторы и методы Управленческих решений.	1,5	1	0,5		
Тема 7 Сущность и содержание мотивации. Делегирование, ответственность и полномочия.	2,5	2	0,5		
Тема 8 Риски предприятия как объекта управления, их виды и особенности. Предпринимательские потери.	1,5	1	0,5		
Тема 9 Управление конфликтами и стрессами.	1,5	1	0,5		
Тема 10 Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности.	2,5	2	0,5		
Раздел 3. Маркетинг	9	8	4		
Тема 1 Понятие, сущность, элементы маркетинга. Цели и функции маркетинга.	3	2	1		
Тема 2 Товарная политика и планирование продукции	3	2	1		
Тема 3 Планирование товародвижения	3	2	1		
Тема 4 Маркетинговые коммуникации	3	2	1		
Итого за 3 семестр	36	24	12		
Курсовая работа					
ИТОГО по дисциплине	36	24	12		

4.2 Содержание дисциплины по разделам и темам

Раздел 1. Основы экономики

Цель дисциплины: освоение основ фундаментальной экономической науки, лежащей в основе всей системы экономических знаний и формирования научного экономического мировоззрения; овладение методологией и инструментарием исследования экономических явлений и процессов; приобретении навыков анализировать экономическую жизнь общества, функционирование различных рынков, деятельность и поведение хозяйствующих субъектов; формирование у студентов представления об основных экономических проблемах, знаний о закономерностях функционирования и институциональной структуре всех уровней современной рыночной экономики, менеджмента и маркетинга; обретение навыков использования полученных знаний в практической деятельности; формулирование компетенций, необходимых в профессиональной деятельности

Задачи курса:

- Показать сущность экономической теории как науки об экономическом выборе, осуществляемом при относительной ограниченности ресурсов и в условиях различных исторически сложившихся институциональных структур.
- Дать представление о методах экономического исследования, их специфике.
- Показать основные микроэкономические проблемы и закономерности современного рынка.

- Дать системное представление о макроэкономических аспектах функционирования экономики.
- Показать при рассмотрении всех разделов курса специфику менеджмента и маркетинга.

Перечень учебных элементов раздела:

Тема 1. Введение в экономику.

Тема 2. Микроэкономика

Тема 3. Макроэкономика.

Тема 4. Мировая экономика.

Раздел 2. Менеджмент

Цель дисциплины: освоение основ фундаментальной экономической науки, лежащей в основе всей системы экономических знаний и формирования научного экономического мировоззрения; овладение методологией и инструментарием исследования экономических явлений и процессов; приобретении навыков анализировать экономическую жизнь общества, функционирование различных рынков, деятельность и поведение хозяйствующих субъектов; формирование у студентов представления об основных экономических проблемах, знаний о закономерностях функционирования и институциональной структуре всех уровней современной рыночной экономики, менеджмента и маркетинга;обретение навыков использования полученных знаний в практической деятельности; формулирование компетенций, необходимых в профессиональной деятельности

Задачи курса:

- Показать сущность экономической теории как науки об экономическом выборе, осуществляемом при относительной ограниченности ресурсов и в условиях различных исторически сложившихся институциональных структур.
- Дать представление о методах экономического исследования, их специфике.
- Показать основные микроэкономические проблемы и закономерности современного рынка.
- Дать системное представление о макроэкономических аспектах функционирования экономики.
- Показать при рассмотрении всех разделов курса специфику менеджмента и маркетинга.

Перечень учебных элементов раздела:

Тема 1. Содержание и понятие менеджмента. Цели и задачи менеджмента.

Тема 2 Функции менеджмента.

Тема 3

Внешняя среда организации.

Тема 4 Внутренняя среда организации.

Тема 5

Управленческие решения.

Этапы рационального решения проблем.

Тема 6 Факторы и методы

Управленческих решений.

Тема 7 Сущность и содержание мотивации.

Делегирование, ответственность и полномочия.

Тема 8 Риски предприятия как объекта управления, их виды и особенности.

Предпринимательские потери.

Тема 9

Управление конфликтами и стрессами.

Тема 10

Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности.

Раздел 3. Маркетинг.

Цель дисциплины: освоение основ фундаментальной экономической науки, лежащей в основе всей системы экономических знаний и формирования научного экономического мировоззрения; овладение методологией и инструментарием исследования экономических явлений и процессов; приобретении навыков анализировать экономическую жизнь общества, функционирование различных рынков, деятельность и поведение хозяйствующих субъектов; формирование у студентов представления об основных экономических проблемах, знаний о закономерностях функционирования и институциональной структуре всех уровней современной рыночной экономики, менеджмента и маркетинга;обретение навыков

использования полученных знаний в практической деятельности; формулирование компетенций, необходимых в профессиональной деятельности

Задачи курса:

- Показать сущность экономической теории как науки об экономическом выборе, осуществляемом при относительной ограниченности ресурсов и в условиях различных исторически сложившихся институциональных структур.
- Дать представление о методах экономического исследования, их специфике.
- Показать основные микроэкономические проблемы и закономерности современного рынка.
- Дать системное представление о макроэкономических аспектах функционирования экономики.
- Показать при рассмотрении всех разделов курса специфику менеджмента и маркетинга.

Перечень учебных элементов раздела:

Тема 1 Понятие, сущность, элементы маркетинга. Цели и функции маркетинга.

Тема 2 Товарная политика и планирование продукции

Тема 3 Планирование товародвижения

Тема 4 Маркетинговые коммуникации

5. Оценочные материалы по дисциплине

Оценочные материалы по дисциплине представлены в виде фонда оценочных средств. Приложение к рабочей программе.

6.1 Перечень учебно-методического обеспечения по дисциплине

№ п/п	Автор, название, место издания, издательство, год издания, количество страниц, режим доступа
1	Основы экономики менеджмента и маркетинга //Методические указания по дисциплине//РГАЗУ , Ананьева Е.В., 30 стр., 2023
2	Борисов, Е. Ф. Основы экономики : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Ф. Борисов. — 7-е изд., перераб. И доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02043-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/433274 (дата обращения: 05.10.2022).
3.	Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489738 (дата обращения: 13.10.2022).
4.	Менеджмент : учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 448 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03372-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489310 (дата обращения: 13.10.2022).

6.2 Перечень учебных изданий, необходимых для освоения дисциплины

Электронные учебные издания в электронно-библиотечных системах (ЭБС):

№ п/п	Автор, название, место издания, год издания, количество страниц	Ссылка на учебное издание в ЭБС
Основная:		
1	Борисов, Е. Ф. Основы экономики : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Ф. Борисов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02043-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].	URL: https://urait.ru/bcode/433274

2	Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].	URL: https://urait.ru/bcode/489738
3	1. Менеджмент : учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 448 с. — (Высшее образование). 2.	URL: https://urait.ru/bcode/489310 (дата обращения: 13.10.2022).

6.3 Перечень электронных образовательных ресурсов

№ п/п	Электронный образовательный ресурс	Доступ в ЭОР (сеть Интернет, локальная сеть, авторизованный/свободный доступ)
1	Экономический портал	https://institutiones.com/
2	Портал по менеджменту, маркетингу и рекламе, финансам, инвестициям, управлению персоналом, экономической теории. Бесплатные библиотеки по каждому разделу, форумы, Интернет-магазин	www.aup.ru

6.4 Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы и лицензионное программное обеспечение

Современные профессиональные базы данных

<https://rosstat.gov.ru/> - Федеральная служба государственной статистики.

<https://cyberleninka.ru/> - научная электронная библиотека открытого доступа (Open Access).

<http://link.springer.com/> - полнотекстовая коллекция (база данных) электронных книг издательства Springer Nature.

<http://fcior.edu.ru/> - Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов.

<https://agris.fao.org/agris-search/index.do> - Международная информационная система по сельскохозяйственным наукам и технологиям.

<http://window.edu.ru/> - Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»

Информационные справочные системы

1. Информационно-справочная система «Гарант». – URL: <https://www.garant.ru/>

2. Информационно-справочная система «Консультант Плюс». – URL: <http://www.consultant.ru/>

Лицензионное программное обеспечение

Microsoft Office (Access, Excel, PowerPoint, Word и т. д),

OpenOffice, Люникс (бесплатное программное обеспечение широкого класса),

система дистанционного обучения Moodle (www.edu.rgazu.ru),

Вебинар (Adobe Connect v.8, Zomm, Google Meet, Skype, Мираполис), программное обеспечение электронного ресурса сайта, включая ЭБС AgriLib и видеоканал РГАЗУ (<http://www.youtube.com/rgazu>), антивирусное программное обеспечение Dr. WEB Desktop Security Suite.

6.5 Перечень учебных аудиторий, оборудования и технических средств обучения

Предназначение помещения (аудитории)	Наименование корпуса, № помещения (аудитории)	Перечень оборудования (в т.ч. виртуальные аналоги) и технических средств обучения
<i>Учебная аудитория для проведения лекционных занятий</i>	Учебно-административный корпус. Каб. 129. № ТИ 140	Специализированная мебель, доска меловая, мультимедийное оборудование, проектор, экран настенный
<i>Учебная аудитория для проведения учебных занятий (урок, практическое занятие, лабораторное занятие, консультация, лекция, семинар), для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации и воспитательной работы.</i>	Учебно-административный корпус. Каб. 125 № ТИ 136	Специализированная мебель, доска меловая. Мультимедийное оборудование, проектор, экран настенный
<i>Помещение для самостоятельной работы</i>	Учебно-административный корпус. Читальный зал № ТИ 177	Персональные компьютеры в сборке с выходом в интернет.

**Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный аграрный заочный университет»**

**Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине**

Основы экономики менеджмента и маркетинга

Специальность **08.02.04 ВОДОСНАБЖЕНИЕ И ВОДООТВЕДЕНИЕ**

Квалификация **Техник**

Форма обучения **очная**

Балашиха 2022г.

1.Описание показателей и критериев оценивания планируемых результатов обучения по учебной дисциплине

Компетенция	Уровень освоения	Планируемые результаты обучения	Наименование оценочного средства
<p>ОК-11 Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.</p>	<p align="center">Пороговый (удовлетворительно)</p>	<p>Знает: -основные положения экономической теории; принципы рыночной экономики; -современное состояние и перспективы развития отрасли; -роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; -механизмы ценообразования на продукцию (услуги); -механизмы формирования заработной платы; -формы оплаты труда; -стили управления, виды коммуникации; -принципы делового общения в коллективе; -управленческий цикл; -особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; -сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом; -адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации</p>	<p>Собеседование, Реферат, Итоговое тестирование</p>
	<p align="center">Продвинутый (хорошо)</p>	<p>Умеет: -рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; -применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; -анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;</p>	<p>Собеседование, Реферат, Итоговое тестирование</p>
	<p align="center">Высокий (отлично)</p>	<p>Владеет: - распознавать и обобщать сложные взаимосвязи, оценивать</p>	<p>Собеседование, Реферат, Итоговое тестирование</p>

		экономические процессы и явления; -применять инструменты анализа актуальных проблем современной экономики, менеджмента и маркетинга ; -предлагать способы их решения .	
--	--	--	--

2. Описание шкал оценивания

2.1 Шкала оценивания на этапе текущего контроля

Форма текущего контроля	Отсутствие усвоения (ниже порогового)*	Пороговый (удовлетворительно)	Продвинутый (хорошо)	Высокий (отлично)
Реферат	не показал умение собирать и систематизировать информацию из теоретических источников, анализировать практический материал, не овладел методикой исследования, не проявил творческий подход и самостоятельность в анализе, обобщениях и выводах, не аргументировал предложения, не соблюдал все требования к оформлению курсовой работы и сроков ее исполнения.	показал умение собирать информацию из теоретических источников, анализировать практический материал для иллюстраций теоретических положений, недостаточно овладел методикой исследования, не проявил творческий подход и самостоятельность в анализе, обобщениях и выводах, не аргументировал предложения, не соблюдал все требования к оформлению курсовой работы и сроков ее исполнения.	показал умение собирать и систематизировать информацию из теоретических источников, анализировать и грамотно использовать практический материал для иллюстраций теоретических положений, проявил творческий подход и самостоятельность в анализе, недостаточно аргументировал выводы и предложения, не соблюдал все требования к оформлению курсовой работы и сроков ее исполнения.	показал умение собирать и систематизировать информацию из теоретических источников, анализировать и грамотно использовать практический материал для иллюстраций теоретических положений, проявил творческий подход и самостоятельность в анализе, обобщениях и выводах, аргументировал предложения, соблюдал все требования к оформлению курсовой работы и сроков ее исполнения.
Собеседование	Обучающийся не продемонстрировал способности к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, в знаниях допущены существенные пробелы в знаниях культурных различий, имело	Обучающийся продемонстрировал способность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, умение получить с помощью преподавателя правильное решение конкретной практической задачи	Обучающийся продемонстрировал сформировавшуюся способность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, умение самостоятельно решать конкретные практические	Выставляется обучающемуся, если 80% и более поставленных вопросов получили четко сформулированные квалифицированные ответы в полном объеме и обучающийся продемонстрировал сформировавшуюся способность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном

	место неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины	из числа предусмотренных рабочей программой, знакомство с культурными различиями. Однако при этом имеет место отсутствие четкого и логического ответа, доказательной базы при оценке полученных результатов	задачи, предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в культурных различиях, умеет правильно оценить полученные результаты.	языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, а также глубокое знание культурных различий.
--	--	---	--	--

* Студенты, показавшие уровень усвоения ниже порогового, не допускаются к промежуточной аттестации по дисциплине.

2.2 Шкала оценивания на этапе промежуточной аттестации (зачет и экзамен в виде итогового теста)

Форма промежуточной аттестации	Отсутствие усвоения (ниже порогового)	Пороговый (удовлетворительно)	Продвинутый (хорошо)	Высокий (отлично)
Выполнение итоговых тестов (не менее 15 вопросов на вариант)	Менее 51%	51-79%	80-90%	91% и более

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

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

(в соответствии пунктом 4 рабочей программы дисциплины)

Реферат одна из основных научно-исследовательских работ студентов. Структура реферата должна включать следующие составные части и разделы:

1. Титульный лист.
2. Содержание.
3. Введение.
4. Основное содержание. Заключение (выводы).
5. Список литературы.
6. Приложения (если имеются).

1. Титульный лист.

Работа начинается с титульного листа, на котором указываются название вуза, факультета и кафедры, на которой выполнена работа, фамилия, имя и отчество студента (полностью), курс и группа, название и вид работы (реферат), данные о научном руководителе, город и год выполнения работы.

2. *Содержание (оглавление)* - это наглядная схема, перечень всех без исключения заголовков работы с указанием страниц. Заголовки должны быть написаны так, чтобы по расположению можно было судить об их соотношении между собой по значимости (главы, разделы, параграфы и т.п.).

3. *Введение.* Обоснование выбора темы:

- актуальность, связь с настоящим, значимость в будущем;
- новые, современные подходы к решению проблемы;
- наличие противоречивых точек зрения на проблему в науке и желание в них разобраться;
- противоположность бытовых представлений и научных данных о заинтересованном факте;
- личные мотивы и обстоятельства возникновения интереса к данной теме;

- цель и значимость темы.

4. Основное содержание

- сущность проблемы или изложение объективных научных сведений по теме реферата;
- обзор источников;
- собственные версии, сведения, оценки

5. Заключение:

- основные выводы;
- результаты и личная значимость проделанной работы; перспективы продолжения работы над темой.

6. *Список использованной литературы:* В списке литературы дается перечень использованной литературы в алфавитном порядке с полным библиографическим описанием источников и нумерацией по порядку. При этом в него включается только та литература, на которую бы- ли сделаны ссылки в тексте или выдержки, из которой они цитировались.

7. *Приложения.* В приложения включается второстепенный материал, например анкеты, первичные результаты измерений, схемы приборов и т. п.

Примерные вопросы к собеседованию по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

Раздел 1. Основы экономики

1. Предмет науки «Основы экономики, менеджмента и маркетинга», ее связь с другими экономическими науками.
2. Собственность: содержание и функции. Субъекты и объекты собственности.
3. Экономические ресурсы и потребности, их характеристика и взаимосвязь.
4. Рыночная экономика: основные черты и принципы функционирования.
5. Смешанная экономика: основные черты, особенности и принципы функционирования.
6. Возникновение, сущность, типы и функции денег. Виды современных денег.
7. Денежная система: содержание и типы. Денежная масса и ее измерение.
8. Инфляция: содержание, причины, виды, последствия. Антиинфляционная политика государства.
9. Закон спроса и предложения. Равновесная цена.
10. Эластичность спроса и предложения.
11. Предприятие: понятие, признаки, типы.
12. Организационно-правовые формы предприятий.
13. Конкуренция (понятие, виды). Фирма в условиях конкуренции.
14. Естественная монополия.
15. Издержки производства: содержание, виды, факторы минимизации.
16. Прибыль предприятия: содержание, функции, виды, факторы роста.
17. Заработная плата: сущность, функции, формы.
18. Рынок труда. Занятость. Безработица.
19. Рынок земли и земельная рента. Цена земли.
20. Виды ценных бумаг. Рынок ценных бумаг.
21. Валовой национальный продукт и благосостояние общества. Макроэкономические показатели в экономике.
22. Государственный бюджет: содержание, структура доходов и расходов. Государственный внешний долг. Особенности политики государственного внешнего долга в России.
23. Государственные финансы. Доходы и расходы государства. Роль государственных финансов в экономическом развитии.
24. Экономические системы, их характеристика.
25. Фискальная политика, её виды.
26. Банки и их классификация. Центральный банк и его функции. Денежно-кредитная политика. Банковская система России.
27. Кредит: сущность, формы, функции. Кредитная система.
28. Экономические циклы: содержание, причины, виды. Государственное регулирование цикличности экономики.
29. Фазы экономического цикла и их характеристика. Особенности современных кризисов.
30. Экономический рост: содержание, типы, факторы.
31. Безработица: содержание и формы. Экономические и социальные последствия безработицы. Безработица в России.
32. Внешняя торговля. Либерализация внешней торговли в экономике России.

33. Валюта и её конвертируемость. Валютный курс. Валютный рынок. Валютная политика России.
34. Платежный баланс: структура, причины дефицита. Стратегия развития внешнеторговой политики России.

Раздел 2. Менеджмент

35. Процесс управления: сущность, цели, принципы, функции и методы.
36. Принятие и реализация управленческих решений (сущность, классификации, модели).
37. Функции управления (классификация, характеристика, особенности).
38. Роль факторов внутренней и внешней среды организации в управлении.
39. Коммуникации в управлении: характеристика, влияние на эффективность управления.
40. Социальная ответственность и этика менеджмента.
41. Организационные отношения в системе менеджмента: взаимоотношения между членами организации, организационные полномочия, принципы.
42. Особенности менеджмента в области электрификации и автоматизации сельского хозяйства
43. Трудовой коллектив и менеджмент (сущность, структура, стадии формирования и развития трудового коллектива; теории управления; кадры управления; элементы кадровой политики).
44. Руководитель в системе управления: функции, роль в формировании взаимоотношений в коллективе, организация труда руководителя.
45. Управление группами и конфликтами в организации.
46. Руководство и лидерство (власть, её характеристика; модели лидерства; стили руководства).
47. Интеграционные процессы в менеджменте: сущность, принципы, направления интеграции; критерии оценки успеха интеграции.
48. Управление рисками (содержание, виды, организация управления, методы).
49. Управление производством: производственный процесс и его организация, типы производства, производственная структура, организация оперативного управления.
50. Результативность и эффективность управления (понятие, критерии и показатели; эффективность управления организацией; эффективность государственного управления).

Раздел 3. Маркетинг

51. Маркетинговые исследования (виды, методы, принципы, формы).
52. Методы исследования рынка.
53. Маркетинговые исследования товаров.
54. Маркетинговые исследования конкурентов и потребителей.
55. Формы адаптации и сбыта к рыночной ситуации.
56. Формирование маркетинговой стратегии.
57. Товарная политика.
58. Ценовая политика и её роль в маркетинге.
59. Сбытовая политика организации.
60. Классификация планов маркетинга по продолжительности, охвату и месту разработки. Контроль за исполнением плана.

Примерные темы для написания рефератов

Раздел 1. Экономика.

1. Рыночная экономика и альтернативные модели экономических систем.
2. Потребности общества и виды благ, необходимые для жизни людей.
3. Собственность как основа социально-экономических отношений между людьми.
4. Кооперация и разделение труда как исходные и важнейшие виды организационно-экономических отношений между людьми.
5. Рынок как форма экономических связей между специализированными и обособленными товаровладельцами.
6. Рыночная цена и её воздействие на индивидуальный спрос покупателя и индивидуальное предложение продавца.
7. Конкуренция: её сущность и формы.
8. Национальная экономика и экономическая политика
9. Макроэкономические проблемы российской экономики.
10. Государственный бюджет: его доходы и расходы.
11. Государственное перераспределение доходов.
12. Смешанная система управления национальной экономикой и её особенности в разных странах.

Раздел 2. Менеджмент

1. Основные школы менеджмента.
2. Внутренняя и внешняя среда организации.

3. Система мотивации труда.
4. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности.
5. Управление конфликтами и стрессами в коллективе.
6. Формы власти и влияния.

Раздел 3. Маркетинг

1. Система факторов, влияющих на рыночное поведение предприятия.
2. Рынок в системе маркетинга и его исследование.
3. Особенности маркетинга на стадиях жизненного цикла.
4. Ценовая политика и эффективность маркетинга.

Итоговые тестовые задания:

Раздел 1. Основы экономики.

1. Как наука, т.е. систематизированное научное знание о сущности, целях и задачах экономической системы, экономическая теория возникла в...

- а) в 16-17 вв.
- б) в начале 20 века
- в) в 10-12 вв.
- г) в 5 веке до н.э.
- д) в конце 18 века

2. Одна из основных экономических школ, которая видела основу национального процветания в накоплении благородных металлов (золота, серебра).

- а) школа физиократов
- б) классическая политическая экономия
- в) кейнсианство
- г) меркантилизм
- д) маржинализм

3. Представители этой школы считали, что только земля продуктивна и что только труд сельскохозяйственных работников способен создать доход, превышающий затраты.

- а) школа физиократов
- б) классическая политическая экономия
- в) кейнсианство
- г) меркантилизм
- д) маржинализм

4. Представителей какой школы можно считать сторонниками экономического либерализма, суть которого выражается словами "laissez faire"?

- а) школа физиократов
- б) классическая политическая экономия
- в) кейнсианство
- г) меркантилизм
- д) маржинализм

5. Выберите наиболее правильное определение экономической теории

- а) наука, изучающая как лучше организовать работу предприятия, чтобы получить максимальную прибыль
- б) наука, изучающая деятельность отдельных участников рынка
- в) наука, изучающая человеческое поведение с точки зрения соотношения между безграничными потребностями и ограниченными средствами для их удовлетворения
- г) наука, изучающая причины роста материального благосостояния людей и возможности их увеличения
- д) наука, имеющая предметом своего исследования деньги

6. Понятие "ограниченность ресурсов" в экономике означает...

- а) ресурсы настолько велики, что у общества нет возможности их полностью задействовать в производстве товаров и услуг
- б) невозможно использовать имеющиеся в обществе ресурсы с максимальной выгодой
- в) ресурсов, имеющихся в распоряжении у общества, недостаточно для удовлетворения потребностей всех его членов
- г) ресурсы, которыми располагает общество, достаточны лишь для удовлетворения первичных материальных потребностей
- д) ресурсы, имеющиеся в распоряжении общества, являются невозможными

7. Совокупность систематических знаний, относящихся к тому, что должно быть

- а) нормативная экономическая теория

- б) позитивная экономическая теория
 - г) микроэкономика
 - д) макроэкономика
 - е) экономическая политика
8. Метод познания, используемой в экономической науке, который предполагает разделение целого на отдельные составные части
- а) индукция
 - б) синтез
 - в) абстракция
 - г) анализ
 - д) дедукция
9. Метод познания, используемой в экономической науке, который состоит в выделении главного в объекте исследования и отвлечение от несущественного
- а) индукция
 - б) синтез
 - в) абстракция
 - г) анализ
 - д) дедукция
10. Блага, которые по сравнению с нашими потребностями имеются в неограниченном количестве
- а) экономические блага
 - б) неэкономические блага
 - в) материальные блага
 - г) нематериальные блага
 - д) общественные блага

Раздел 2. Менеджмент

11. Коммерческие организации - это:
- а) потребительские кооперативы;
 - б) унитарные предприятия;
 - в) ассоциации;
 - г) фонды.
12. Решение в менеджменте - это:
- а) выбор альтернативы;
 - б) концентрированное выражение процесса управления;
 - в) верно (а+б);
 - г) нет верного ответа.
13. Автором книги «Принципы научного управления» был:
- а) А. Смит;
 - б) Д. Рикардо;
 - в) Ф. Тейлор;
 - г) Ф. Хедоури.
14. Обобщающими показателями экономической эффективности в широком смысле могут быть:
- а) степень выполнения заказов потребителей;
 - б) доля объема продаж организации на рынке;
 - в) верно (а+б);
 - г) нет верного ответа.
15. Закономерность появления в России термина «менеджмент» специалисты связывают с:
- а) реформированием нашей экономики;
 - б) вхождением России в зону стран развитой рыночной экономики;
 - в) верно (а+б);
 - г) нет верного ответа.
16. Обобщающими показателями социальной эффективности в узком смысле являются:
- а) доля решений, принятых по предложению работников организации;
 - б) численность сотрудников, привлеченных к разработке управленческого решения;
 - в) верно (а+б);
 - г) нет верного ответа.
17. Главным продолжателем, развившим идеи основателя школы научного менеджмента, считают:
- а) Ф. Тейлора;
 - б) А. Файоля;
 - в) Э. Мэйо;
 - г) М. Мескона.

18. Особое значение при оценке эффективности управления придается:

- а) исключению неожиданностей;
- б) выявлению закономерностей;
- в) поиску условностей;
- г) взаимосвязи показателей.

19. Существенным фактором повышения результативности российского менеджмента является:

- а) прирост важнейших технико-экономических показателей;
- б) удвоение ВВП на душу населения к 2010 году;
- в) экономическое возрождение России;
- г) специализация управления.

20. Оценка эффективности управления производится в:

- а) абсолютном измерении;
- б) относительном измерении;
- в) долларах (\$);
- г) евро (€).

Раздел 3. Маркетинг

21. Какие из перечисленных ниже организаций не принадлежат к микроокружению современного предприятия?

- а) банк обслуживающий фабрику
- б) поставщик упаковочных материалов
- в) налоговая полиция
- г) компания закупающая продукцию фабрики

22. Какая группа факторов составляет основу для позиционирования продукта?

- а) поведение покупателей при покупке
- б) поведение покупателей после покупки
- в) восприятие продуктов потребителями
- г) намерение потребителей совершить покупку.

23. Выбор рыночного сегмента может базироваться на различных критериях. Какие из следующих утверждений являются неверными?

- а) чем больше рыночный сегмент, тем больший интерес он представляет для компании
- б) между сегментами должна быть существенная разница
- в) должна существовать возможность свободного доступа к сегментам
- г) компания должна иметь возможность подсчитать потенциальный объём сбыта для сегмента

24. Поставщик персональных компьютеров продает компьютеры только для применения в бизнесе. Он принимает решение начать продажу этих компьютеров также и конечным пользователям (индивидуальным потребителям). Как можно назвать эту стратегию?

- а) проникновение на рынок
- б) развитие рынка
- в) диверсификация
- г) развитие продукта

25. Если предприятие принимает решение активно действовать на двух сегментах рынка (или большем числе) и разрабатывает различные продукты и/или маркетинговые программы для каждого сегмента рынка, то это решение может быть охарактеризовано как:

- а) агрегированный маркетинг
- б) дифференцированный маркетинг
- в) концентрированный маркетинг
- г) недифференцированный маркетинг

26. Если предприятие принимает решение активно действовать только в одном сегменте рынка, то это решение может быть охарактеризовано как:

- а) агрегированный маркетинг
- б) дифференцированный маркетинг
- в) концентрированный маркетинг
- г) недифференцированный маркетинг

27. Если предприятие принимает решение активно действовать на всем рынке без разработки различных продуктов и/или маркетинговых программ для каждого сегмента рынка, то это решение может быть охарактеризовано как:

- а) агрегированный маркетинг
- б) дифференцированный маркетинг
- в) концентрированный маркетинг
- г) недифференцированный маркетинг

28. 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

29. Для предпринимателя, который знает, что он действует на стабильном и насыщенном рынке, лучшим решением будет направить свои маркетинговые усилия на:

- а) первичный спрос;
- б) потенциальный спрос;
- в) общие потребности (общий спрос);
- г) избирательный (специфический) спрос.

30. Для предпринимателя, который знает, что он действует на ненасыщенном рынке, лучшим решением будет направить свои маркетинговые усилия на:

- а) первичный спрос;
- б) потенциальный спрос;
- в) общие потребности (общий спрос);
- г) избирательный(специфический) спрос.