

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Горский государственный аграрный университет»
(ФГБОУ ВО Горский ГАУ)

Факультет экономики и менеджмента

Кафедра менеджмента

Учебный год 2023-2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Менеджмент и маркетинг

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Наименование направления подготовки/специальности	36.03.02 Зоотехния
Направленность (профиль)	Технология производства продуктов животноводства
Реквизиты федерального государственного образовательного стандарта высшего образования	Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 сентября 2017 г. № 972
Год начала подготовки	2019
Очная форма обучения - учебные планы по годам приема	2020,2021,2022,2023
Заочная форма обучения - учебные планы по годам приема	2023, 2022, 2021, 2020, 2019
Очно-заочная форма обучения - учебные планы по годам приема	-
Номер по реестру ОП ВО ФГБОУ ВО Горский ГАУ	Б-360302-2019
Реквизиты решения ученого совета ФГБОУ ВО Горский ГАУ об утверждении ОП ВО	Протокол от 11 апреля 2023 г. №6
Реквизиты приказа ректора или уполномоченного лица об утверждении ОП ВО	Приказ врио ректора от 11 апреля 2023 г. № 85/06
Место дисциплины в структуре учебного плана	Обязательная часть
Количество зачетных единиц	3

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

№ №	Планируемые результаты освоения образовательной программы		Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Направление воспитательной работы (для дисциплин, формирующих универсальные компетенции в соответствии с Концепцией воспитательной работы)
	Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции			
1.	Организация и управление работами по производству продукции животноводства	ПК-5. Способен к организации и управлению работами по производству продукции животноводства, анализу и планированию технологических процессов в животноводстве	И-5.1. Способен к организации и управлению работами по производству продукции животноводства	Знать: принципы организации и управления производством продукции животноводства	
				Уметь: планировать работы по производству продукции животноводства	
				Владеть: навыками организации и управления работами по производству продукции животноводства	
			И-5.2. Способен оформлять и представлять документацию по результатам производственной деятельности предприятий	Знать: принципы анализа данных производственной деятельности предприятия.	
				Уметь оформлять документацию по результатам производственной деятельности предприятия	
				Владеть: навыками анализа и представления документации по результатам производственной деятельности предприятия	
			И-5.3. Способен анализировать и планировать технологические процессы в животноводстве как объекты управления	Знать: принципы и направления оптимизации технологических процессов в животноводстве	
				Уметь: анализировать и планировать технологические процессы в животноводстве как объекты управления	

				Владеть: методами анализа эффективности организации технологических процессов	
--	--	--	--	---	--

2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2.1. Трудоемкость дисциплины по видам учебной деятельности и формам обучения:

Виды учебной деятельности	Всего часов 108, в том числе часов:	
	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
Лекционные занятия	24	8
Практические (лабораторные, др.) занятия	24	8
Самостоятельная работа	60	92
Форма промежуточной аттестации	экзамен	

2.2. Трудоемкость дисциплины по (разделам) темам:

№№ п/п	Наименование разделов, тем	Всего часов					
		Очная форма обучения			Заочная форма обучения		
		Лекци и	Практич еские (лаборат орные, др.) занятия	СРС	Лекц ии	Практич еские (лаборат орные, др.) занятия	СРС
Раздел 1 Общие основы менеджмента							
1.	Введение в менеджмент	2	2	4	2	2	24
2.	Природа управления и исторические тенденции ее развития	2	2	6			
3.	Функции управления	2	2	4			
4.	Методы управления	2	2	6			
Раздел 2 Хозяйственный механизм и технология управления предприятиями АПК							
5.	Рыночные отношения и управление в системе АПК	2	2	6	4	4	36
6.	Управление на предприятиях различных организационно-правовых форм	2	2	6			
7.	Внешняя и внутренняя среда предприятия	2	2	4			
8.	Государственное управление в системе АПК	2	2	4			
Раздел 3 Социально-экономические основы маркетинга							
9.	Теоретические основы маркетинга	2	2	4	2	2	32
10.	Управление маркетингом	2	2	4			
11.	Маркетинговая среда предприятий	2	2	6			
12.	Модель покупательского поведения	2	2	6			

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО РАЗДЕЛАМ (ТЕМАМ)

РАЗДЕЛ 1 ОБЩИЕ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА

Цель изучения дисциплины: дать студентам зооинженерного профиля необходимый объем знаний о своеобразии и формах проявления общих экономических законов в сельском хозяйстве, рациональном построении и ведении производства на сельскохозяйственных предприятиях, основах управления производством в условиях многоукладной экономики и развития рыночных отношений, методах анализа использования ресурсов в животноводстве.

Задачи: сформировать базовые знания по основам организации и управления трудовыми коллективами действующими в сфере аграрной экономики; устанавливать степень влияния факторов на эффективность хозяйственной деятельности, выработать умения и навыки по управлению трудовыми коллективами на сельскохозяйственных предприятиях в изменяющихся условиях; сформировать знания, умения и навыки для самостоятельного принятия управленческих решений в различных производственных ситуациях; выявлять тенденции развития отраслей животноводства.

Тема 1. Введение в менеджмент

Понятие и сущность менеджмента. Менеджмент как наука управления в условиях рынка. Предмет и методы теории менеджмента.

Практическое занятие 1. Введение в менеджмент. Менеджмент как профессия и как наука. Виды менеджмента. Менеджмент в АПК.

Вопросы для самостоятельной работы: Теории мотивации ученых экономистов конца 19 – начала 20 вв.

Тема 2. Природа управления и исторические тенденции ее развития

Школа научного управления. Административная (классическая) школа управления. Школа управления с позиций психологии и человеческих отношений.

Практическое занятие 2. Формирование науки управления как целостной системы. Этапы возникновения науки управления. Западные концепции управления.

Вопросы для самостоятельной работы: Школы и концепции управления. Предпосылки их возникновения.

Тема 3. Функции управления

Понятие о функциях управления. Планирование как функция управления предприятием. Организация как функция управления. Мотивация как функция управления. Контроль в системе менеджмента.

Практическое занятие 3. Функции управления. Общие и конкретные функции управления. Применение функций управления на сельскохозяйственном предприятии.

Вопросы для самостоятельной работы: Современные средства и методы коммуникации, их влияние на эффективность работы предприятия.

Тема 4. Методы управления

Понятие о методах управления. Экономические методы управления. Административные методы управления. Социально-психологические методы управления.

Практическое занятие 4. Экономические методы управления. Административные методы управления. Социально-психологические методы управления.

Вопросы для самостоятельной работы: Критерии оценки эффективности труда менеджера.

Тема 5. Рыночные отношения и управление в системе АПК.

Рыночные отношения: понятие, сравнение с плановой экономикой. Управление в АПК в условиях сочетания рыночных отношений и государственного регулирования. Управление предприятиями в условиях рынка.

Практическое занятие 5. Рыночные отношения: понятие, сравнение с плановой экономикой. Управление в АПК в условиях сочетания рыночных отношений и государственного регулирования. Управление предприятиями в условиях рынка.

Вопросы для самостоятельной работы: Необходимость планирования деятельности предприятия в условиях рыночной экономики. Кризисы перепроизводства и необходимость планирования бизнес деятельности.

Тема 6. Управление на предприятиях различных организационно-правовых форм.

Управление государственными предприятиями. Управление на предприятиях с коллективно-долевой формой собственности. Управление в крестьянских (фермерских) хозяйствах и ассоциациях.

Практическое занятие 6. Новые организационно-правовые формы предприятий и управление в них. Управление государственными унитарными предприятиями. Управление предприятиями, основанными на коллективно-долевой форме собственности. Управление индивидуальными частными предприятиями.

Вопросы для самостоятельной работы: Изучить сущность и классификация методов управления сельскохозяйственных организаций.

Тема 7. Внешняя и внутренняя среда предприятия.

Влияние факторов внешней среды на управление предприятием. Влияние факторов внутренней среды на управление предприятием. Взаимосвязь факторов и их учет в управлении предприятием.

Практическое занятие 7. Влияние факторов внешней среды на управление предприятием. Влияние факторов внутренней среды на управление предприятием. Взаимосвязь факторов и их учет в управлении предприятием.

Вопросы для самостоятельной работы:

Изучить квалификационную структуру кадров сельскохозяйственных организаций. Сформулировать принципы разработки должностных обязанностей. Изучить этапы управления трудовыми ресурсами сельскохозяйственных организаций.

Тема 8. Государственное управление в системе АПК.

Сущность, необходимость и задачи государственного управления в системе АПК. Хозяйственный механизм и управление в системе АПК. Структура и краткое содержание элементов хозяйственного механизма предприятий.

Практическое занятие 8. Государственное управление в системе АПК. Сущность, необходимость и задачи государственного управления в системе АПК. Хозяйственный механизм и управление в системе АПК. Структура и краткое содержание элементов хозяйственного механизма предприятий

Вопросы для самостоятельной работы: Эффективность управленческих решений. Параметры и признаки для определения эффективности управленческих решений

Тема 9. Теоретические основы маркетинга.

Сущность и основные понятия маркетинга. Цели, задачи и функции маркетинга. Концепции управления маркетингом.

Практическое занятие 9. Маркетинговая информация и исследования. Источники и потоки маркетинговой информации. Информационная система управления маркетингом на предприятии. Информационное обеспечение маркетинга: виды информации. Процесс коммуникации в маркетинговой деятельности.

Вопросы для самостоятельной работы: Макро- и микросреда маркетинга. Виды структур управления маркетингом.

Тема 10. Управление маркетингом.

Общая схема процесса управления маркетингом. Анализ рыночных возможностей и отбор целевых рынков. Разработка комплекса маркетинга и претворение его в жизнь.

Практическое занятие 10. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Понятие рекламы, ее виды и функции. Этапы производства рекламы. Средства распространения рекламы. Требования к современной рекламе в России и особенности ее развития.

Вопросы для самостоятельной работы: Достоинства и недостатки различных методов сбора маркетинговой информации.

Тема 11. Маркетинговая среда предприятий.

Основные факторы внутренней микросреды. Факторы внешней микросреды. Основные факторы макросреды.

Практическое занятие 11. Маркетинговая среда и ее изучение с помощью маркетинговых исследований. Структура среды маркетинговой деятельности предприятий технического сервиса. Внутриорганизационная среда маркетинга. Отраслевая маркетинговая среда. Макроэкономическая среда маркетинговой деятельности

Вопросы для самостоятельной работы: Маркетинг на рынке услуг для агропромышленных предприятий.

Тема 12. Модель покупательского поведения.

Основные факторы покупательского поведения. Процесс принятия решения о покупке. Особенности принятия решения о покупке товара-новинки.

Практическое занятие 12. Покупатель в системе маркетинга. Приоритет потребителя. Поведение потребителей, его основные принципы. Факторы, влияющие на поведение потребителей. Моделирование поведения потребителей. Методы изучения потребителей. Консьюмеризм.

Вопросы для самостоятельной работы: Маркетинг сельских территорий, маркетинг новых товаров с/х происхождения.

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Основная литература

1. Беляев, В. И., Маркетинг: основы теории и практики : учебник / В. И. Беляев. — Москва : КноРус, 2023. — 676 с. — ISBN 978-5-406-11078-2. — URL: <https://book.ru/book/947719>. — Текст : электронный.
2. Бронникова, Т. С., Маркетинг: теория, методика, практика : учебное пособие / Т. С. Бронникова. — Москва : КноРус, 2023. — 208 с. — ISBN 978-5-406-11151-2. — URL: <https://book.ru/book/948686>. — Текст : электронный.
3. Зеньков, И. В. Менеджмент и маркетинг : учебное пособие / И. В. Зеньков. — Красноярск: СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2022. — 330 с. — Текст : электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/270071>.
4. Масленников, В. В., Менеджмент : учебник / В. В. Масленников, Ю. В. Ляндау, И. А. Калинина. — Москва: КноРус, 2022. — 421 с. — ISBN 978-5-406-09826-4. — URL: <https://book.ru/book/943866>. — Текст : электронный.

5. Менеджмент : учебник / В. Г. Антонов, Э. М. Коротков, М. Б. Жернакова [и др.] ; под ред. В. Г. Антонова, Э. М. Короткова, М. Б. Жернаковой. — Москва : КноРус, 2022. — 306 с. — ISBN 978-5-406-09815-8. — URL: <https://book.ru/book/943861>. — Текст : электронный.

4.2. Дополнительная литература

6. Беляев, В. И., Маркетинг (с практикумом) : учебник / В. И. Беляев, М. М. Бутакова, О. Н. Пяткова, ; под ред. В. И. Беляева. — Москва : КноРус, 2023. — 659 с. — ISBN 978-5-406-11778-1. — URL: <https://book.ru/book/949669>. — Текст : электронный.
7. Блинов, А. О., Менеджмент. Задания, тесты, кейсы : учебное пособие / А. О. Блинов, Н. В. Угрюмова. — Москва : КноРус, 2022. — 208 с. — ISBN 978-5-406-08744-2. — URL: <https://book.ru/book/940664>. — Текст : электронный.
8. Маркетинг: Практикум для обучающихся по направлениям бакалавриата / составители О. Н. Бунчиков [и др.]. — Персиановский : Донской ГАУ, 2019. — 146 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/134362>.
9. Менеджмент и маркетинг : методические указания / составитель С. Г. Сафонова, М. С. Шейхова. — Персиановский : Донской ГАУ, 2020. — 78 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/148545>.
10. Менеджмент и маркетинг : учебное пособие / составитель Л. Д. Котлярова. — 2-е изд., исправл. — пос. Караваево : КГСХА, 2021. — 76 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/252335>.
11. Михалкина, Е. Г., Менеджмент : учебное пособие / Е. Г. Михалкина, Р. Г. Мумладзе. — Москва : Русайнс, 2023. — 170 с. — ISBN 978-5-466-00940-8. — URL: <https://book.ru/book/947410>. — Текст : электронный.
12. Мумладзе, Р. Г., Менеджмент в агропромышленном комплексе : учебник / Р. Г. Мумладзе. — Москва : КноРус, 2022. — 375 с. — ISBN 978-5-406-09240-8. — URL: <https://book.ru/book/942808>. — Текст : электронный.
13. Мумладзе, Р. Г., Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие / Р. Г. Мумладзе, В. С. Парамонов, Н. И. Литвина. — Москва : Русайнс, 2021. — 350 с. — ISBN 978-5-4365-5451-8. — URL: <https://book.ru/book/936950>. — Текст : электронный.
14. Подольникова, Е. М. Маркетинг: учебное пособия / Е. М. Подольникова, И. В. Кислова. — 3-е изд. — Брянск : Брянский ГАУ, 2019. — 80 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/172012>.

4.3. СОСТАВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, В ТОМ ЧИСЛЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

№	Наименование лицензионного продукта
1	Microsoft Windows 7 Pro
2	Office 2007 Standard
3	Moodle 3.8
4	Oracle VM VirtualBox 6

**4.4. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ,
ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ, ЭЛЕКТРОННЫЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ**

1. Информационно-правовой портал «Гарант» <http://www.garant.ru/>
2. Система автоматизации библиотек ИРБИС64; ООО «ЭйВиДи –систем» <http://support.open4u.ru>
3. Электронная библиотечная система ООО «КноРус медиа» www.book.ru
4. Электронная библиотечная система издательства «Лань»; www.e.lanbook.ru
5. Национальная электронная библиотека (НЭБ) <http://нэб.рф>

**5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ
СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ**

Наименование объекта, подтверждающего наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объекта, подтверждающего наличие материально-технического обеспечения (с указанием номера такого объекта в соответствии с документами по технической инвентаризации)
<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Специализированная мебель на 94 посадочных места, доска настенная, рабочее место преподавателя, кафедра, стенд «План рыбоводного хозяйства», муляжи животных.</p>	<p>Республика Северная Осетия- Алания, г. Владикавказ, ул. Кирова / пер. Тимирязевский / ул. Л. Толстого / ул. Миллера, д. 37/3-5/30-32/30 (Литер АМ) Учебный корпус № 3. (факультет технологического менеджмента). Каб. № 3.4.09.</p>
<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Специализированная мебель на 50 посадочных мест, стол преподавателя, доска настенная</p>	<p>Республика Северная Осетия- Алания, г. Владикавказ, ул. Кирова / пер. Тимирязевский / ул. Л. Толстого / ул. Миллера, д. 37/3-5/30-32/30 (Литер АМ) Учебный корпус № 3. (факультет технологический менеджмент). Каб. № 3.3.07</p>
<p>Читальный зал; электронно-информационный отдел научной библиотеки Горского ГАУ. Специализированная мебель; система комфортного кондиционирования с (подогревом), форм-фактор сплит-система; комплект компьютерной техники в сборе (7 единиц) с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечения доступа в электронно- информационную образовательную среду Горского ГАУ, телевизоры, проектор BenQ, проекционный экран Lumien, ноутбук. Научный зал научной библиотеки Горского ГАУ. Специализированная мебель, система комфортного кондиционирования с (подогревом), комплект компьютерной техники с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечения доступа в электронно-информационную образовательную среду Горского ГАУ.</p>	<p>Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Кирова / пер. Тимирязевский / ул. Л. Толстого / ул. Миллера, д. 37/3-5/30-32/30 (Литер Б). Корпус 6 (основной корпус Библиотеки).</p>

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

6.1. Тематика курсовых работ (при наличии).

Не предусмотрено.

6.2. Перечень вопросов к экзамену.

1. Менеджмент как управление в условиях рыночной экономики.
2. Менеджмент как профессия и как наука.
3. Виды менеджмента
4. Эволюция менеджмента.
5. Менеджмент в условиях России.
6. Менеджмент в АПК.
7. Школа научного управления.
8. Административная(классическая) школа управления.
9. Школа управления с позиций психологии и человеческих отношений.
10. Формирование науки управления как целостной системы.
11. Предпосылки и этапы возникновения науки управления.
12. Содержательные теории мотивации.
13. Процессуальные теории мотивации.
14. Западные концепции управления.
15. Понятие о функциях управления.
16. Планирование как функция управления предприятием.
17. Организация как функция управления.
18. Мотивация как функция управления.
19. Контроль как функция управления.
20. Маркетинг как функция управления.
21. Общие и конкретные функции управления.
22. Применение функций управления на сельскохозяйственном предприятии.
23. Понятие о методах управления.
24. Экономические методы управления.
25. Административные методы управления.
26. Социально-психологические методы управления.
27. Управленческие решения и их классификация.
28. Требования предъявляемые к управленческим решениям.
29. Методы принятия управленческих решений.
30. Технология принятия управленческих решений.
31. Влияние факторов внешней среды на управление предприятием.
32. Факторы внешней среды прямого воздействия.
33. Факторы внешней среды косвенного воздействия
34. Влияние факторов внутренней среды на управление предприятием.
35. Взаимосвязь факторов и их учет в управлении предприятием.
36. Рыночные отношения и управление в системе АПК
37. Рыночные отношения и государственное регулирование.
38. Управление предприятиями в условиях рынка.
39. Управление государственными предприятиями.
40. Управление на предприятиях с коллективно-долевой формой собственности.
41. Управление в крестьянских (фермерских) хозяйствах и ассоциациях.
42. Понятие об управлении предпринимательской деятельностью.
43. Типология стилей управления.
44. Требования к управленческому контролю.
45. Управление кадрами на аграрном предприятии.
46. Экономическая оценка эффективности менеджмента.
47. Маркетинг в предпринимательской деятельности.

48. Управление предпринимательской деятельностью в сфере производства, переработки и доведения готовой продукции до потребителя.
49. Управление производством на предприятии.
50. Система управления производством.
51. Стратегические основы управления производством.
52. Оперативное управление производством.
53. Государственное управление в системе АПК.
54. Сущность, необходимость и задачи государственного управления в системе АПК.
55. Хозяйственный механизм и управление в системе АПК.
56. Структура и краткое содержание элементов хозяйственного механизма предприятий.
57. Методологические основы маркетинга.
58. Основные этапы развития науки маркетинга.
59. Особенности развития науки маркетинга в России.
60. Общая схема процесса управления маркетингом.
61. Анализ рыночных возможностей и отбор целевых рынков.
62. Разработка комплекса маркетинга и претворение его в жизнь.
63. Основные факторы внутренней среды.
64. Факторы внешней среды.
65. Основные факторы макросреды.
66. Ценообразование в маркетинге.
67. Цели и этапы ценообразования.
68. Основные ценовые факторы.
69. Методы ценообразования.
70. Каналы распределения товаров.
71. Основные функции участников канала распределения.
72. Характеристика различных каналов товародвижения.

6.3 Тестовые задания для диагностической работы.

1. Менеджмент - это процесс:
 - а) стабилизации экономики предприятия;
 - б) организации предпринимательской деятельности;
 - в) планирования, организации, мотивации и контроля;
 - г) управленческого воздействия;
 - д) реорганизации предприятия.
2. Управление современным предприятием эффективно, если:
 - а) ориентировано на конкретных потребителей;
 - б) осуществляется волевым руководителем;
 - в) увязывается с природно-экономическими факторами;
 - г) осуществляется без вмешательства государства;
 - д) учитывает влияние конкуренции.
3. Между субъектом и объектом управления должна быть:
 - а) прямая связь;
 - б) односторонняя обратная связь;
 - в) прямая и обратная связь;
 - г) периодическая связь;
 - д) интегральная связь.
4. Тейлор Ф. является основоположником:
 - а) классического менеджмента;
 - б) научного управления;
 - в) науки по управлению предприятием;

- г) теории научной организации управленческого труда;
 - д) теории управленческой деятельности.
5. Принципы менеджмента впервые сформулированы:
- а) А.Файолем;
 - б) Ф.Тейлором;
 - в) А.Маслоу;
 - г) П.Друкером;
 - д) Г.Фоллетом.
6. Управление с позиций науки о поведении человека относится к теориям:
- а) синтетическим;
 - б) классическим;
 - в) адаптивным;
 - г) бихевиористским;
 - д) комплексным.
7. Методы управления могут быть:
- а) экономическими, административно-экономическими, психологическими;
 - б) экономико-психологическими, психологическими, административно-организационными;
 - в) социально-психологическими, экономическими, административными;
 - г) административно-оперативными, психо-аналитическими, экономико-организационными;
 - д) организационно-оперативными, экономико-административными, социально-организационными.
8. Административные методы управления реализуются на предприятиях через:
- а) Устав, различные инструкции, приказы;
 - б) должностные инструкции, нормативы времени, предупреждающие документы;
 - в) указания местных органов самоуправления, приказов министерства, распорядительные инструкции;
 - г) устные беседы с подчиненными, письменные выговоры, административную мотивацию;
 - д) бухгалтерские документы, планы предприятия, штатные управленческие должности.
9. Административные методы могут быть:
- а) оперативными, распорядительными;
 - б) оперативно-распорядительными, организационными;
 - в) организационно-оперативными, организационно-приказными;
 - г) приказными, оперативно-тактическими;
 - д) экономико-административными, административно-инструктивными.
10. Методы управления - это:
- а) административные средства воздействия на работника;
 - б) способы и средства экономико-административного воздействия на коллектив;
 - в) способы и средства воздействия на объект с целью получения планируемых результатов;
 - г) комплексное применение в рамках законов любых средств воздействия на подчиненного;
 - д) административно-хозяйственные приемы воздействия на подчиненных.
11. Что не входит в задачи органов государственного управления:
- а) создание благоприятных экономических условий для развития АПК;
 - б) целенаправленная техническая политика, развитие науки, внедрение достижений НТП;
 - в) построение рациональной структуры управления АПК региона;
 - г) организация подготовки кадров для АПК.
12. Рынок – это:

- а) место, куда люди приходят подискутировать;
 - б) территория, где можно купить все товары и услуги,
 - в) механизм, сводящий вместе покупателей и продавцов.
13. Преимуществом плановой экономики не является:
- а) высокая стабильность цен и постепенное повышение уровня оплаты труда;
 - б) свобода предпринимательства;
 - в) равномерное распределение ресурсов и производственного потенциала по различным регионам;
 - г) социальная направленность экономики.
14. К задачам службы маркетинга не относится:
- а) создание конкурентоспособной продукции;
 - б) экономическое обоснование технологических новшеств;
 - в) проведение гибкой ценовой политики;
 - г) организация системы сбыта;
 - д) управление продвижением товаров на рынке.
15. К первоначальным мерам по внедрению рыночного управления на аграрном предприятии относятся:
- а) организация учебы по маркетингу;
 - б) совершенствование технологических процессов;
 - в) повышение роли коммерческой деятельности;
 - г) создание информационной базы и компьютеризация маркетинговой деятельности;
 - д) включение в штаты специалиста по финансам.
16. В число организационно-правовых форм предприятий не входит:
- а) хозяйственное товарищество;
 - б) хозяйственное общество;
 - в) акционерно-государственное предприятие;
 - г) государственное предприятие;
 - д) кооператив.
17. Из перечня выделить некоммерческое предприятие:
- а) товарищество;
 - б) производственный кооператив;
 - в) акционерное общество;
 - г) ассоциация фермерских хозяйств;
 - д) государственное предприятие на праве хозяйственного ведения.
18. Высшим органом управления в акционерном обществе является:
- а) совет директоров;
 - б) администрация во главе с генеральным директором;
 - в) общее собрание акционеров;
 - г) правление общества;
 - д) наблюдательный совет.
19. Общество с дополнительной ответственностью имеет:
- а) коллегиальное управление;
 - б) управление на основе принципа единоначалия;
 - в) дополнительный рабочий орган управления;
 - г) управление, установленное правлением;
 - д) индивидуально-коллективное управление.
20. Кооператив может быть:
- а) производственно-потребительским;
 - б) потребительским;
 - в) производственным;
 - г) акционерно-кооперативным.

21. Процесс, посредством которого индивид отбирает, организует и интерпретирует поступающую информацию для создания значимой картины окружающего мира:
- а) Мотив
 - б) Восприятие
 - в) Убеждение
 - г) Усвоение
22. Специалист по информации, действующий на бирже или вне ее:
- а) Агент
 - б) Комиссионер
 - в) Брокер
 - г) Дилер
23. Оптовый или розничный торговец, осуществляющий посредничество на условиях комиссии:
- а) Коммивояжер
 - б) Комиссионер
 - в) Консигнатор
 - г) Джоббер
24. Ориентация маркетинговой службы предприятия может быть по:
- а) видам продукции
 - б) видам продаж
 - в) формам организации сбыта
 - г) субъектам рынка
 - д) каналам сбыта
25. Управление маркетингом невозможно без:
- а) установления основной специализации предприятия
 - б) построения структуры управления маркетингом
 - в) коммерческого образования специалистов
 - г) аттестации маркетологов
 - д) создания системы координации с другими службами предприятия
26. К системе маркетинга относится:
- а) распределение товара
 - б) продажа продукции
 - в) транспортное обслуживание
 - г) сегментация рынка
 - д) выбор каналов сбыта
27. Аграрный маркетинг имеет специфическую особенность:
- а) независимость от спроса и предложения
 - б) зависимость от определенного покупателя
 - в) неэластичность спроса
 - г) зависимость от региона производства продукции
 - д) независимость от рекламы
28. В число принципов маркетинга входит:
- а) единство стратегии и тактики маркетинга
 - б) влияние только внешних факторов
 - в) необходимость предварительного определения каналов сбыта
 - г) зависимость от материального достатка основной массы покупателей
 - д) независимость от внутренних факторов предприятия

29. Макросреда - это совокупность:

- а) внешних факторов косвенного воздействия
- б) внутренних влияющих факторов
- в) внешних факторов прямого воздействия
- г) внутренних и внешних влияющих факторов
- д) международных влияющих факторов

30. Маркетинг как функция управления - это:

- а) управление влиянием на рынок
- б) учет управленческого влияния маркетинга на предприятие
- в) управление ценообразованием
- г) управление предприятием на основе комплексного анализа рынка
- д) управленческая деятельность по изучению каналов сбыта