

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Матвеев Александр Сергеевич
Должность: И.о. начальника учебно-методического управления
Дата подписания: 13.12.2023 15:03:46
Уникальный идентификатор:
49d49750726343fa86fcec25d926262c30745ce

Приложение к ППСЗ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный аграрный университет –
МСХА имени К.А. Тимирязева»
(ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева)
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ РАБОТ

по дисциплине «ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга»

специальность: 21.02.05 Земельно-имущественные отношения

форма обучения: очная

Москва, 2022

Содержание

Пояснительная записка	3
Тематика и задания самостоятельной работы	5
Список рекомендуемой литературы.....	22
Приложения	23

1. Пояснительная записка

Методические рекомендации к выполнению внеаудиторной самостоятельной работы по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» предназначены для обучающихся по специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения» (базовая подготовка).

Структура методических указаний определена последовательностью изучения дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга».

Для каждой работы определены вопросы, которые необходимо осветить в самостоятельной работе, указана литература.

Цель методических указаний: Методические указания разработаны с целью организации эффективной внеаудиторной самостоятельной работы студентов по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» по специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения» как средства, способствующего повышению качества образовательного процесса. В рекомендациях представлены задания для самостоятельной внеаудиторной работы, требования к их выполнению, критерии оценки выполненной работы.

Целью самостоятельной работы студентов является:

- обеспечение профессиональной подготовки выпускника в соответствии с ФГОС СПО;
- формирование и развитие общих компетенций, определённых в ФГОС СПО;
- формирование и развитие профессиональных компетенций, соответствующих основным видам профессиональной деятельности.

Задачами, реализуемые в ходе проведения внеаудиторной самостоятельной работы студентов, являются:

- систематизация, закрепление, углубление и расширение полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления: способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- овладение практическими навыками применения информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности;
- развитие исследовательских умений.

При выполнении (ВСР) студент может обращаться к преподавателю для получения консультации.

Количество часов, отведенных на внеаудиторную самостоятельную работу – 30 час.

Контроль результатов самостоятельной работы студентов осуществляется в урочное время и может проходить в письменной, устной или смешанной форме с предоставлением продукта творческой деятельности.

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

ПК 1.4. Участвовать в проектировании и анализе социально-экономического развития территории.

ПК 3.1. Выполнять работы по картографо-геодезическому обеспечению территорий, создавать графические материалы.

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Анализировать социально-экономические и политические проблемы и процессы, использовать методы гуманитарно-социологических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности.

ОК 3. Организовывать свою собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 4. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 5. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 8. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

В результате изучения обязательной части учебного цикла обучающийся по общепрофессиональным дисциплинам должен:

уметь:

- планировать и организовывать работу подразделения;
- формировать организационные структуры управления;
- разрабатывать мотивационную политику организации;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- принимать эффективные решения, используя систему методов управления;
- учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;
- анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;
- определять стратегию и тактику относительно ценообразования;

знать:

- сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;
- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);
- внешнюю и внутреннюю среду организации;
- цикл менеджмента;
- процесс принятия и реализации управленческих решений;
- функции менеджмента в рыночной экономике:
- организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;
- систему методов управления;
- методику принятия решений;
- стили управления, коммуникации, деловое общение;
- сущность и функции маркетинга;
- конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.

Тематика и задания самостоятельной работы

Описание каждой самостоятельной работы содержит: тему, цель работы, задания, алгоритм выполнения типовых задач, порядок выполнения работы, формы контроля, требования к выполнению и оформлению заданий. Для получения дополнительной, более подробной информации по изучаемым вопросам, приведено учебно-методическое и информационное обеспечение

Самостоятельная работа № 1 (10 час.)**Раздел 1. Основы менеджмента**

Цель: получить представление об основных понятиях менеджмента; изучить историю становления и развития менеджмента; изучение хронологии науки управления; функций менеджмента.

Задание 1. Сравните различные периоды становления и развития управленческой мысли, с выделением формирования управления как науки. Результаты оформите в виде таблицы

1. Таблица 1 – Периоды развития управленческой мысли

Период с выделением подпериода, школ	Век / годы	Основные положения / достижения	Представители	Управленческая революция

Задание 2. Отрадите в хронологической последовательности развитие управления в России. Результаты необходимо оформить в виде таблицы 2.

Таблица 2 – Вклад российских ученых в развитие управленческой мысли

Фамилия, имя отчество ученого	Период жизни	Содержание вклада в развитие управленческой мысли

Задание 3. Подготовить коллективные доклады и презентации к ним в рамках образованных микрогрупп (3-5 чел, распределение по желанию, должны поучаствовать все обучающиеся академической группы).

Темы докладов:

1. Развитие управленческой мысли в работах Адама Смита
2. Чарльз Бебидж и его вклад в становление управленческой науки
3. Школа научного управления: возникновение тейлоризма и его сущность
4. Административная школа управления
5. Школа психологии (крыло человеческих отношений)
6. Школа психологии (крыло поведенческих наук)
7. Количественная (математическая) школа менеджмента
8. Питер Друкер – гуру современного менеджмента
9. История развития управления в России.

Задание 4. Рассмотрите и письменно проанализируйте

1. Различие между факторами внешней среды прямого и косвенного воздействия.

Почему руководству следует оценивать влияние изменений состояния внешней среды. Приведите примеры.

Задание 5.

Решите предложенные ситуации.

Ответы аргументируйте.

Ситуация 1

Описание ситуации.

В трудовой коллектив, где существует конфликт между двумя группами по поводу внедрения нового стиля руководства, пришел новый руководитель, приглашенный со стороны.

Постановка задачи.

Каким образом, по вашему мнению, ему лучше действовать, чтобы нормализовать психологический климат в коллективе?

1. Установить тесный контакт со сторонниками нововведений и, не принимая всерьез доводы приверженцев старого стиля работы, вести работу по внедрению новшеств, воздействуя на несогласных силой своего примера и примера других.
2. Попытаться разубедить и привлечь на свою сторону приверженцев прежнего стиля работы, противников новаций, воздействуя на них аргументами в процессе дискуссии.
3. Выбрать наиболее авторитетных членов коллектива,

поручить им разобраться в сложившейся ситуации и предложить меры по ее нормализации, опираясь на поддержку администрации, профсоюза и т.д.

4. Изучить перспективы развития коллектива, поставить перед коллективом совместной трудовой деятельности, опираясь на лучшие достижения и трудовые традиции коллектива, не противопоставлять новое старому.

Ситуация 2

Описание ситуации.

Вас недавно назначили руководителем коллектива, в котором вы несколько лет были рядовым сотрудником. На 8 ч 15 мин вы вызвали к себе в кабинет подчиненного для выяснения причин его частых опозданий на работу, но сами неожиданно опоздали на 15 мин. Подчиненный же пришел вовремя и ждет Вас.

Постановкам задачи.

Как вы начнете беседу при встрече?

1. Независимо от своего опоздания сразу же потребуете его объяснений об опозданиях на работу.

2. Извинитесь перед ним и начнете беседу.

3. Поздороваетесь, объясните причину своего опоздания и спросите его: «Как вы думаете, часто можно ожидать от руководителя, который так же часто опаздывает, как и вы?».

4. Отмените беседу и перенесете ее на другое время.

Ситуация 3.

Описание ситуации.

Вы недавно работаете начальником отдела в крупной торговой фирме (на эту должность перешли из другой фирмы). Еще не все знают вас в лицо. До обеденного перерыва 2 часа. Идя по коридору торгового зала, вы видите трех продавцов вашего отдела, которые о чем-то оживленно беседуют и не обращают на вас внимания. Возвращаясь через 20 минут, видите ту же картину.

Постановка задачи

Как вы себя поведете?

1. Остановитесь, дадите понять продавцам, что вы новый начальник отдела. Вскользь заметите, что беседа их затянулась и пора заняться делом.

2. Спросите, кто их непосредственный начальник, вызовите его к себе в кабинет.

3. Сначала поинтересуетесь, о чем идет разговор, затем представитесь и спросите, нет ли у них каких-либо претензий к администрации. После этого предложите пройти в торговый зал на рабочее место.

4. Прежде всего, представитесь, поинтересуетесь, как обстоят дела в их отделе, какая загруженность работой, кто мешает работать. Возьмете этих продавцов на заметку.

Задание 6. Ниже представлены формулировки стратегического видения и миссии для различных организаций и различных отраслей. Определите, какие формулировки являются стратегическими или финансовыми целями, а какие миссиями организаций. Проанализируйте примеры формулировок стратегического видения и миссий и заполните таблицу 1.

Формулировки стратегического видения и миссии 3СOM "Миссия 3СOM — подключать индивидуальные и корпоративных пользователей к источникам информации с помощью современных, простых и надежных средств. Наше видение глобальной компьютеризации — мир, в котором подключение к Internet проще, доступнее, дешевле". "Решать нерешенные проблемы инновационно».

3M Corporation "Достичь среднегодового роста прибыли на акцию минимум на 10%, прибыльности акционерного капитала — на 20—25%, рентабельности привлеченного капитала — не ниже 27%; не меньше 30% продаваемой продукции должно быть выпущено за последние 4 года".

AlcanAluminum "Производить алюминий с минимальными издержками, удерживать индекс StandardandPoor выше среднего показателя". (StandardandPoor — фондовый индекс 500 наиболее активно покупаемых акций на Нью-йоркской фондовой бирже, публикуемый агентством StandardandPoor). AtlasCorporation "Стать низкозатратной золотодобывающей компанией среднего масштаба, производить не меньше 3735, 5 кг золота в год и создать золотой резерв в 424, 5 т".

Domino'sPizza "Быстрая доставка горячей пиццы не более чем через 30 минут после принятия заказа. Разумные цены, приемлемая прибыль".

EastmanKodak "Мы делаем фото". Мы помогаем миру создавать воспоминания и зарабатывать деньги".

LongJohnSilver's "Наше видение: стать лучшей сетью ресторанов быстрого обслуживания в Америке. Мы предлагаем каждому посетителю вкусные, здоровые и недорогие блюда из рыбы, морепродуктов и цыплят, обслуживаем быстро и вежливо".

McDonald's - крупнейшая в мире сеть ресторанов быстрого питания. "Быстрое, качественное обслуживание клиентов с помощью стандартного набора продуктов"

METRO Cash&Carry - лидер в области оптовой торговли "METRO Cash&Carry предлагает оптовую торговлю по принципу cash&carry для различных сфер бизнеса и профессионалов. METRO Cash&Carry предлагает качественную продукцию и бизнесрешение по максимально низким ценам. METRO Cash&Carry - партнер для профессионалов."

OtisElevator — производство лифтов . "Предоставить всем клиентам средства перемещения людей и грузов вверх, вниз и в стороны на ограниченное расстояние с надежностью, какую не может обеспечить ни одна другая компания". "Обеспечить заказчиков более надежными, чем у наших конкурентов, средствами перемещения".

SAS Group (Скандинавские авиалинии). Через сотрудничество авиалиний Группа SAS предложит удобное с лучшим соотношением цены и качества путешествие самолётом, фокусируясь на продуктах и услугах, которые удовлетворяют потребности деловых путешественников в скандинавском регионе. "Мы обещаем минимизировать время Вашего путешествия и максимизировать ценность времени, которое Вы проводите с нами».

Американский Красный Крест " Улучшать качество человеческой жизни; развивать в людях уверенность в своих силах и воспитывать ответственность; мы

учим людей избегать несчастных случаев и одновременно быть к ним готовыми, уметь оказывать первую помощь".

Таблица 1

Название компании	Стратегическая цель, Финансовая цель	Миссия

Контрольные вопросы

1. Как соотносятся понятия «управление» и «менеджмент».
2. Что такое менеджмент в практике и научном понимании.
3. Почему деятельность человека нуждается в управлении
4. Расскажите об эволюции управленческой мысли.
5. Охарактеризуйте донаучный период в управлении.
6. Как формировался научный период менеджмента?
7. В чем суть концепций западных школ менеджмента?
8. В чем суть концепции административного управления?
9. Что такое организационные структуры управления
10. Перечислите уровни управления
11. Каковы требования к построению структуры в организационном менеджменте
12. Охарактеризуйте линейную организационную структуру управления
13. Охарактеризуйте функциональную организационную структуру управления
14. Охарактеризуйте линейно - функциональную организационную структуру управления

Контрольные тесты

1. Основоположником научной школы управления является:
 1. Г.Форд;
 2. Г.Эмерсон;
 3. Ф.Тейлор;
 4. М.Вебер;
 5. Э.Мэйо;
2. Какой уровень управления является предметом исследования научной школы управления:
 1. высший;
 2. средний;
 3. низовой;
 4. все уровни управления;
3. Какая школа менеджмента выделила администрирование в самостоятельную функцию:
 1. научная;
 2. административная;
 3. бюрократическая;
 4. школа психологии человеческих отношений;

5. количественная школа;
4. Кто был основателем школы научного управления?
- Ф.Тейлор
 - А.Файоль
 - Э.Мейо
 - С Гарнер
5. Кто был основателем административной школы?
- Ф.Тейлор
 - А.Файоль
 - Э.Мейо
 - С Гарнер
6. Какую основную задачу ставили и решали представители школы научного управления?
- поддержание удовлетворительного социально-психологического климата в организации
 - максимальное увеличение производительности труда на рабочем месте
 - определение функций и принципов эффективного менеджмента
7. Какова главная идея школы административного управления?
- управление должно иметь свои законы, научные методы, формулы, принципы. Оно должно быть основано на измерениях, рационализации, систематическом учете
 - рациональное построение организации как иерархической структуры
 - для решения задачи управления каким-либо объектом разрабатывается модель процесса управления
8. Что понимал А.Файоль под единоначалием?
- за выполнение одной задачи должен отвечать один менеджер
 - один подчиненный должен подчиняться только одному руководителю
9. «Далеко не всегда только высокая заработная плата приводит к росту производительности труда. Достигнуть увеличения выработки можно при большем внимании и заботе о подчиненных со стороны руководителя» - это мнение относится к школе:
- научного управления
 - административного управления
 - человеческих отношений.
10. Общие функции менеджмента:
1. принятие решений;
 2. планирование;
 3. организация;
 4. оценка результатов;
 5. координация;
 6. мотивация;
 7. контроль;
11. Стратегическое планирование выполняют менеджеры:
1. низшего звена;
 2. среднего звена;

3. высшего звена;
12. Основные категории мотивации:
1. потребность;
 2. восприятие;
 3. поведение;
 4. вознаграждение;
13. Согласно теории А.Маслоу, после того, как потребность удовлетворена, её мотивирующее воздействие.....
1. не прекращается;
 2. остается на прежнем уровне;
 3. прекращается;
 4. замедляется.
14. Форма собственности, преобладающая в розничной торговле и сфере услуг в России:
1. государственная;
 2. кооперативная;
 3. муниципальная;
 4. федеральная;
 5. частная;
15. Характерные признаки организации на этапе её зрелости:
1. максимальная численность сотрудников;
 2. завоевание сегмента рынка;
 3. оптимальная численность персонала;
 4. демократический стиль руководства;
 5. устойчивое положение на рынке; 6. систематический рост прибыли;

Самостоятельная работа № 2 (10 час.)

Раздел 2. Принятие управленческих решений

Цель: закрепление теоретических знаний; решение ситуаций по теме; приобретение навыков принятия управленческих решений при выборе стиля управления.

Задание 1. Используя матрицу БКГ, ответьте на вопрос «Что делать?»: (3 балла)

А. Господствовать; Б. Инвестировать; В. Зарабатывать; Г. Снять урожай.
Если доля реализуемой продукции Вашего предприятия возросла с 1% до 5%

Матрица БКГ

ЗВЕЗДА	ЗНАК ВОПРОСА
ДОЙНАЯ КОРОВА	СОБАКА

Высокая Низкая

Относительная доля рынка

квадрат 1 - ЗВЕЗДА - предприятие, завоевавшее большую долю рынка в растущем секторе экономики;

квадрат 2 - ЗНАК ВОПРОСА - предприятие, завоевавшее небольшие доли рынка в быстро растущих отраслях;

квадрат 3 - ДОЙНАЯ КОРОВА - предприятие, завоевавшее большие доли рынка в зрелых отраслях;

квадрат 4 - СОБАКА - предприятие с низкой долей рынка в отраслях, переживающих стагнацию.

Задание 2. Примите правильное решение:

а) как менеджер крупного предприятия, занимающего монопольное положение в области безалкогольных напитков, приведите доводы против принятия антимонопольного законодательства;

б) как глава комиссии по антимонопольному регулированию, приведите доводы в пользу принятия антимонопольного законодательства;

в) как потребитель продукции, на чью сторону Вы станете в случае опроса мнений?

3. Какова сущность запрограммированного и незапрограммированного решения?

4. Назовите основные принципы выработки и принятия решения.

5. Каким образом черты характера лидера влияют на характер принимаемого им решения?

6. Перечислите основные требования к методам решения проблем.

Задание 3. Изучите следующие вопросы:

1. В чем различие между руководителем-менеджером и лидером? Может ли руководитель быть лидером?

2. Почему один и тот же стиль управления подходит не всем подразделениям организации?

3. Какой стиль руководства, по Вашему мнению, будет наиболее эффективным в XXI веке, учитывая происходящие в обществе перемены в культуре и технологии?

Задание 4. Определите стиль руководства менеджера Вашего учебного заведения и разработайте рекомендации по изменению или корректировке его стиля, если это необходимо.

Задание 5. Дайте характеристику трем стилям управления, согласно классификации, предложенной К. Левиным. Результаты оформите в таблице 1.

Таблица 1 – Характеристика стилей управления

Признак	Авторитарный	Демократический	Либеральный
Способ принятия решения			
Способ доведения решения до исполнителя			
Распределение ответственности			
Отношение к инициативе подчиненных			
Принцип подбора кадров			
Отношение к знаниям			
Отношение к общению			
Отношение к подчиненным			
Отношение к дисциплине			
Отношение к стимулированию			

Какой, по Вашему мнению, стиль управления считается наиболее оптимальным в условиях функционирования современной организации? Обоснуйте свой ответ письменно.

Задание 6. Данное задание состоит из пяти блоков. В каждом из блоков приведены действия руководителя, соответствующие одному из стилей управления согласно теории трех стилей руководства Курта Левина: авторитарному (А), демократическому (Д) или либеральному (Л).

Определите соответствие между ними, используя условные обозначения А, Д, Л.

Руководитель:

I БЛОК

1. Централизует руководство, требует, чтобы обо всех делах докладывали лично ему.
2. Четко распределяет обязанности между собой, своими заместителями и другими подчиненными;
3. В выполнении управленческих функций пассивен, можно сказать, что просто «плывет по течению».

II БЛОК

1. Часто давая подчиненным поручения, советуется с ними, обращается к ним с просьбами.
2. Всегда приказывает, наставляет, но никогда не обращается с просьбами к подчиненным.
3. Для выполнения какой-либо работы ему нередко приходится уговаривать своих подчиненных.

III БЛОК

1. Решает только те вопросы, которые сами назревают, не старается заранее предусмотреть их возникновение.
2. Старается решать деловые вопросы совместно с подчиненными, единолично решает только самые срочные и оперативные вопросы.
3. Единолично вырабатывает решения или отменяет их.

IV БЛОК

1. Его любимый лозунг «Давай-давай!»
2. Он, пожалуй, не очень требовательный человек.
3. Он требовательный, но одновременно и справедливый.

V БЛОК

1. Он не может влиять на дисциплину, она определяется другими.
2. Подчиненные его боятся, создавая видимость коллектива с высоким уровнем дисциплины.
3. Умеет поддерживать дисциплину и порядок.

Контрольные вопросы:

1. Каковы характерные черты демократического стиля управления?
2. В чем особенности либерального стиля управления?

3. В чем заключается сущность концепции стилей управления по Мутону и Блейку?
4. Какова взаимосвязь личности и коллектива?
5. Раскройте сущность понятия «власть» в системе менеджмента.
6. Что такое формальная и реальная власть?
7. Какие существуют источники власти?
8. Как определяется лидерство?
9. В чем отличие руководителя от лидера?
10. Раскройте понятие стиля управления
11. Что представляет собой научный стиль управления?
12. Чем характеризуется авторитарный стиль управления?
13. Каковы характерные черты демократического стиля управления?
14. В чем особенности либерального стиля управления?
15. В чем заключается сущность концепции стилей управления по Мутону и Блейку?
16. Определите особенности стратегических решений
17. Укажите особенности директивных решений
18. В каких ситуациях решения принимаются едино?
19. Формы коллективного решения. Коллективный метод принятия решения имеет свои преимущества и недостатки, назовите их
20. Этапы принятия рационального решения.
21. Определенность, неопределенность и риск в ходе реализации решения.

Контрольные тесты:

1. Как следует относиться к накоплению информации о проблеме?
 - 1) чем больше информация, тем лучше
 - 2) избыток информации также вреден, как и ее недостаток
 - 3) получение максимума информации о проблеме – обязанность руководителя
 - 4) избыточный объем информации – залог успеха
2. Для чего осуществляется делегирование своих полномочий другим руководителям?
 - 1) для оптимального решения комплексной задачи
 - 2) для сохранения «группового» стиля работы
 - 3) для проверки квалификации рабочих
 - 4) все перечисленное
3. Что означает «принять решение»?
 - 1) перебрать все возможные альтернативы
 - 2) перебрать несколько альтернатив, дающих наиболее эффективные возможности решения проблемы
 - 3) отдать распоряжение о выборе возможной альтернативы
 - 4) отдать распоряжение к реализации конкретного плана
4. Какой смысл вкладывается в слово «риск» при принятии решений?

1) степень значимости проблемы для общей деятельности фирмы
2) степень влияния неправильно решенной проблемы на служебное положение руководителя

3) уровень определенности, с которой можно прогнозировать результат

4) уровень превышения своих полномочий

5. Какова причина, по которой требуется проверка результата принятого решения?

1) если решение хорошее, вы будете знать, что делать в аналогичной ситуации, если плохое – будете знать, что не следует делать

2) по точности реализации решения возможна оценка квалификации подчиненных

3) проверка надежности административной структуры

4) проверка надежности экспертной структуры

6. Для каких целей в процессе принятия решений используется «мозговая атака»?

1) интенсификация мыслительного процесса

2) анализ нестандартных решений

3) выявление альтернатив

4) вовлечение всех участников в процесс принятия решений

7. Кому принадлежит авторство идей при использовании коллективных методов принятия решений

1) организации, где работают участники совещания

2) всем участникам совещания

3) участнику, выдвинувшему первоначальный вариант решения

4) участнику, выдвинувшему окончательный вариант решения

8. Максимальную заботу о производстве и минимальную заботу о людях предполагает стиль управления:

1. демократический;

2. авторитарный;

3. либеральный;

4. ситуационный;

9. Виды работ, которые руководитель не должен делегировать подчиненным:

1. разработка вариантов решения;

2. главные цели;

3. сбор информации;

4. разработка миссии;

5. стратегия развития;

6. мотивация персонала;

7. текущая работа;

8. контроль результатов.

10. К формам распорядительного воздействия относится все, кроме:

1) распоряжения;

2) приказа;

3) устного указания;

4) личного примера.

11. К межличностным методам управления конфликтами не относится:

1) приспособление;

2) избегание;

3) соперничество;

4) компромисс;

5) сотрудничество;

6) приказ.

5. Основной документ, регламентирующий назначение и место работника в системе управления, его функциональные обязанности, права и ответственность, – это:

1) приказ;

2) должностные инструкции;

3) правила внутреннего распорядка;

4) устав предприятия.

Самостоятельная работа № 3 (10 час.)

Раздел 3. Основы маркетинга

Цель: приобретение навыков выработки совместного управленческого решения в процессе выработки маркетинговых действий.

Задание: *Разработайте сценарий проведения рекламной кампании (РК) фирмы по Вашему выбору: обувная фирма «Монарх», завод кисломолочных продуктов «Заречье» или автомобильная фирма «Рено»:*

– обоснуйте основные направления деятельности фирмы и предмет рекламы;

– сформулируйте цели и задачи РК, выделите группу целевого воздействия;

– обоснуйте выбор использованных форм и видов рекламы; – разработайте несколько вариантов рекламного слогана;

– составьте план РК;

– на основе условных данных рассчитайте рекламный бюджет, охарактеризуйте результат РК и оцените эффективность затрат на рекламу.

Решение задачи:

Реклама является одним из важнейших видов деятельности, с помощью которого фирма передает информацию, убеждающую покупателя (в том числе товаров промышленного назначения) в целесообразности приобретения ее товара. Лишь немногие коммерческие предприятия могут сегодня успешно вести дела без рекламы в том или ином ее виде. В крупных фирмах, где есть штатные специалисты и обеспечена поддержка рекламного агентства, осуществляются масштабные рекламные программы. Рекламодатели ежегодно тратят большие средства ради выведения на рынок новых товаров и услуг.

Ниже представлены результаты разработки рекламной компании для фабрики, специализирующейся на выпуске кисломолочной продукции.

Фирма «Заречье» специализируется на производстве кисломолочной продукции. Предмет рекламы – новый йогуртовый продукт, удовлетворяющий качественно новые потребности. К таким потребностям можно отнести

нормализацию работы желудочно-кишечного тракта, что достигается при применении революционной технологии обогащения кисломолочной массы полезными бактериями.

Этапы разработки рекламной компании.

1. Установление целей. Цель рекламы – увеличение спроса на предлагаемую продукцию.

2. Установление ответственности. В качестве подразделения, ответственного за разработку и реализацию рекламной компании, выбрана служба маркетинга.

3. Разработка тем и обращений рекламы. Для рекламного обращения, размещенного на страницах популярной газеты с коммерческими объявлениями – заметка следующего содержания: «Наш йогурт – Ваше здоровье. А на здоровье не экономят». Для рекламного обращения с экрана телевизора – это может быть зарисовка с натуры: молодой человек очень интеллигентного вида, сидя за письменным столом, должно и мучительно смотрит в монитор, пытаясь решить какую-то задачу. В комнату приносят баночки с йогуртом, молодой человек его выпивает (съемка в ускоренном темпе). Молодой человек при этом не отрываясь смотрит в монитор, не меня позы. Заканчивается ролик криком «Эврика! Я нашел решение!». Голос за кадром: «Йогурт «Заречье» и все проблемы будут решены!»

4. Выбор средства рекламы. Выбор рекламного средства зависит от многих факторов, в том числе от:

- характера рекламируемого товара;
- содержания рекламы;
- наличия ассигнований на рекламу;
- размеров рынка (его емкости);
- целей рекламы (создать рынок для нового продукта или расширить уже существующий рынок);
- масштабов рекламной кампании;
- круга возможных потребителей;
- специфических требований рынка;
- технических возможностей изготовления средств рекламы в нужном количестве в требуемые сроки.

Здесь обычно учитывается целый ряд обстоятельств:

- Охват. Рекламодатель определяет, какое число лиц в рамках целевой аудитории должно ознакомиться с его рекламной кампанией за конкретный отрезок времени.

- Частота появления рекламы. Рекламодатель фиксирует, сколько раз за конкретный отрезок времени должен столкнуться с его рекламным объявлением средний представитель целевой аудитории.

- Сила воздействия. Важна также оценка эффективности воздействия, которую должен обеспечить контакт с его рекламой. Так, обращения по телевидению обычно производят более сильное впечатление, нежели использование возможностей радио, из-за сочетания звука с изображением.

Итак, выбранные средства рекламы – объявление в газете и рекламный ролик по телевидению.

5. Создание рекламного объявления (сделано в п. 3).

6. Выбор времени рекламы: в прессе – еженедельно; на телевидении – ежедневно 1 раз в день в прайм-тайм.

7. Оценка эффективности усилий. Рекламное обращение выступает в качестве продукта, который производится и размещается рекламодателем с целью увеличения и максимизации прибыли предприятия. Под выручкой от рекламной кампании мы понимаем произведение количества целевой аудитории, охваченной данным СМИ, у которой потребность в приобретении рекламируемого товара является доминирующей и количества денежных средств, которые могут быть затрачены (либо накоплены) ими на приобретение рекламируемого товара. По оценкам специалистов приведенная рекламная компания должна быть эффективной и способствовать привлечению новых покупателей.

8. Рекламный бюджет:

Направления расходования средств	Сумма за месяц, руб.
Рекламные объявления в прессе	80*4 руб.
Рекламный ролик на телевидении	1500 руб.*4
Итого	6230 руб.

Контрольные вопросы:

1. Для чего необходимо постановка целей плана разработки нового товара?
2. Основные условия, необходимые для разработки товарной политики предприятия?
3. Этапы разработки бюджета маркетинга?
4. Контроль за выполнением плана разработки товара и выведение его на рынок.
5. Основные условия, необходимые для разработки ценовой политики предприятия?
6. Этапы разработки бюджета маркетинга?
7. Контроль за выполнением плана разработки товара и выведение его на рынок.

Контрольные тесты:

1. Комплекс маркетинга включает в свой состав:
 - а) производство, продукт, цену продукта, законодательную систему, НИОКР, продвижение продукта, доведение продукта до потребителя;
 - б) продукт, цену продукта, доведение продукта до потребителя, продвижение продукта;
 - в) продукт, законодательную базу, НИОКР.
2. Портфель товаров предприятия формируется исходя из:
 - а) максимальной прибыли;
 - б) минимальных издержек производства;
 - в) баланса между ростом объема продаж, потоками наличных денег, риском;
 - г) минимального риска предпринимательской деятельности.
3. Выберите правильное определение жизненного цикла товара:
 - а) период времени от начала разработки товара до снятия его с производства;
 - б) период времени от появления товара на рынке до замены его новым;

в) период времени от начала продаж до их завершения.

4. Ассортимент – это:

а) виды, подвиды, разновидности товара, отличающиеся друг от друга незначительными потребительскими свойствами;

б) список товаров, вывешиваемый в магазине;

в) перечень магазинов различной специализации.

5. Качество товара – это:

а) свойство товара, установленное производителем;

б) совокупность свойств и характеристик, которые придают товару способность удовлетворять определенные потребности;

в) символ товара.

6. Товарная политика предприятия – это:

а) комплекс решений по разработке и выводу товара на рынок;

б) план маркетинговых действий, который составляет предприятие;

в) действия, направленные на продажу произведенных товаров.

7. Продвижение товаров – это:

а) транспортировка товаров;

б) продажа товаров на потребительском рынке других регионов;

в) форма сообщения для информации, убеждения или напоминания потребителям о товарах.

8. Основными инструментами коммуникативной политики являются:

а) пропаганда, реклама, каналы сбыта, ценообразование;

б) реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью, прямой маркетинг;

в) товародвижение, реклама, каналы сбыта, личная продажа.

9. Определите, сколько уровней каналов распределения использованы в следующих примерах:

а) Фирма «Семко» принимает заказы по почте, следовательно, фирма пользуется _____ каналом распределения;

б) Ростовская обувная фабрика реализует свою продукцию через сеть розничных магазинов, расположенных в разных районах города, следовательно, фабрика использует _____ каналом распределения;

в) Ростовский мясоперерабатывающий комбинат «Тавр» реализует свою продукцию через сеть крупных и мелких оптовиков и розничную торговлю, следовательно, комбинат пользуется _____ каналом распределения.

10. Вертикальная маркетинговая система – это:

а) интегрированное объединение всех участников канала распределения;

б) подчинение филиалов головному предприятию;

в) форма планирования «сверху вниз» и «снизу вверх»;

г) приобретение в собственность компании аналогичного профиля.

3. Темы для рефератов

1. Теоретики и практики менеджмента.
2. Задачи, функции и методы работы менеджера.
3. Принципы и методы управления.
4. Идеальный менеджер.
5. Великие менеджеры 20-го столетия (на конкретном примере).
6. Проблемы развития менеджмента в России.
 7. Российский менеджмент и национальная культура.
 8. Влияние внешней среды на организацию.
 9. Системный подход при изучении организаций.
 10. Виды организационных структур.
 11. Особенности менеджмента в крупных организациях.
 12. История развития организации (на конкретном примере).
 13. Особенности подготовки современного менеджера.
 14. Женщина-руководитель: проблемы и достижения.
 15. Рабочее время руководителя и проблемы его использования.
 16. Стил ь работы современного руководителя на конкретном примере.
 17. Пути повышения эффективности и качества управления организацией на конкретном примере.
18. Функции процесса управления.
19. Связующие процессы в менеджменте.
20. Планирование как функция управления.
21. Организация как функция управления.
22. Мотивация как функция управления.
23. Контроль как функция управления.
24. Взаимосвязь функций планирования и контроля в организации.
25. Стратегическое планирование на микроуровне (стратегия фирмы)
26. Методология и логика стратегического планирования.
27. Менеджмент проектов: бизнес-планирование
28. Стратегия сегментирования рынка предприятий, ориентированных на потребителя.
 29. Разработка стратегии фирмы: конкурентный анализ.
 30. Сравнительный анализ зарубежных и отечественных теорий мотивации.
31. Содержательные теории мотивации (достоинства и недостатки)
 32. Процессуальные теории мотивации (достоинства и недостатки)
 33. Материальное стимулирование как один из методов мотивации трудовой деятельности.
 35. Формирование эффективной системы мотивации персонала современной организации.

36. Модели и методы принятия управленческих решений.
37. Этические аспекты менеджмента.
38. Этика и современное управление.
39. Уровни социальной ответственности организации.
40. Этика бизнеса на международном уровне.
41. Исследование маркетинговой среды предприятия
42. Влияние факторов на маркетинговую деятельность предприятия.
43. Исследование потенциала рынка.
44. Анализ методов ценообразования и оптимизация ценовой политики предприятия.
45. Разработка товара и выведение его на рынок.
46. Исследование методов прогнозирования спроса и емкости рынка .
47. Методы прогнозирования спроса и емкости рынка.

4. Критерии оценивания

Оценка **«отлично»** выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий.

Оценка **«хорошо»** выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Список рекомендуемой литературы

Основная литература

1. Менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / А. Л. Гапоненко [и др.] ; ответственный редактор А. Л. Гапоненко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17649-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/>
2. Менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / А. Л. Гапоненко [и др.] ; ответственный редактор А. Л. Гапоненко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17649-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode>
3. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16682-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/>

Дополнительные учебные издания

4. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16640-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/>

Интернет-ресурсы:

5. Электронно-библиотечная система РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева (далее ЭБС) сайт www.library.timacad.ru
6. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» - <https://cyberleninka.ru/>
7. Сетевая электронная библиотека аграрных вузов - <https://e.lanbook.com/books>
8. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент» <http://ecsocman.edu.ru>

Приложения

Приложение 1

Требования к написанию и оформлению рефератов

Реферат (от лат. *referrer* – докладывать, сообщать) – краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников.

Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу.

Однако реферат – не механический пересказ работы, а изложение ее сущности.

В настоящее время, помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу.

Реферат – письменная работа объемом 12-18 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца). Текст отчета должен быть подготовлен с использованием компьютера в Word, распечатан на одной стороне белой бумаги формата А4 (210 x 297 мм), если иное не предусмотрено спецификой.

Текст отчета следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: правое – не менее 10 мм, верхнее и нижнее – не менее 20 мм, левое – не менее 30 мм.

Основную часть отчета следует делить на разделы, подразделы и пункты. Пункты, при необходимости, могут делиться на подпункты. При делении текста отчета на пункты и подпункты необходимо, чтобы каждый пункт содержал законченную информацию.

Слова **«СОДЕРЖАНИЕ»**, **«ВВЕДЕНИЕ»**, **«ЗАКЛЮЧЕНИЕ»**, записывают по центру с прописной буквы жирным начертанием.

Каждый новый раздел начинается с новой страницы.

Страницы реферата следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту отчета. Номер страницы проставляют в правом нижнем углу листа без точки (размер шрифта – 12).

Титульный лист включают в общую нумерацию страниц отчета. Номер страницы на титульном листе не проставляют, нумерация начинается с «Содержания».

Тему реферата может предложить преподаватель или сам студент, в последнем случае она должна быть согласованна с преподавателем. В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания.

Содержание реферируемого произведения излагается объективно от имени автора. Если в первичном документе главная мысль сформулирована недостаточно четко, в реферате она должна быть конкретизирована и выделена.

Требования к языку реферата: он должен отличаться точностью, краткостью, ясностью и простотой.

Структура реферата:

Титульный лист (заполняется по единой форме, см. приложение 2)

После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.

После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.

Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблицу - обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.

Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.

Приложение может включать графики, таблицы, расчеты.

Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература. Список составляется согласно правилам библиографического описания.

Этапы работы над рефератом.

Работу над рефератом можно условно подразделить на три этапа:

1. Подготовительный этап, включающий изучение предмета исследования;
2. Изложение результатов изучения в виде связного текста;
3. Устное сообщение по теме реферата.

Подготовительный этап работы.

Формулировка темы.

Подготовительная работа над рефератом начинается с формулировки темы. Тема в концентрированном виде выражает содержание будущего текста, фиксируя как предмет исследования, так и его ожидаемый результат.

Для того чтобы работа над рефератом была успешной, необходимо, чтобы тема заключала в себе проблему, скрытый вопрос.

Поиск источников. Грамотно сформулированная тема зафиксировала предмет изучения; задача студента – найти информацию, относящуюся к данному предмету и разрешить поставленную проблему.

Выполнение этой задачи начинается с поиска источников. На этом этапе необходимо вспомнить, как работать с энциклопедиями и энциклопедическими словарями (обращать особое внимание на список литературы, приведенный в конце тематической статьи); как работать с систематическими и алфавитными

каталогами библиотек; как оформлять список литературы (выписывая выходные данные книги и отмечая библиотечный шифр).

Работа с источниками.

Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение: 1) главного в тексте; 2) основных аргументов; 3) выводов.

Создание конспектов для написания реферата.

Подготовительный этап работы завершается созданием конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Здесь важно вспомнить, что конспекты пишутся на одной стороне листа, с полями и достаточным для исправления и ремарок межстрочным расстоянием (эти правила соблюдаются для удобства редактирования).

Если в конспектах приводятся цитаты, то непременно должно быть дано указание на источник (автор, название, выходные данные, № страницы). По завершении предварительного этапа можно переходить непосредственно к созданию текста реферата.

Создание текста.

Общие требования к тексту.

Текст реферата должен подчиняться определенным требованиям: он должен раскрывать тему, обладать связностью и цельностью. Раскрытие темы предполагает, что в тексте реферата излагается относящийся к теме материал и предлагаются пути решения содержащейся в теме проблемы; связность текста предполагает смысловую соотносительность отдельных компонентов, а цельность - смысловую законченность текста.

С точки зрения связности все тексты делятся на тексты - констатации и тексты - рассуждения.

Тексты-констатации содержат результаты ознакомления с предметом и фиксируют устойчивые и несомненные суждения. В текстах-рассуждениях одни мысли извлекаются из других, некоторые ставятся под сомнение, дается им оценка, выдвигаются различные предположения.

План реферата.

Изложение материала в тексте должно подчиняться определенному плану - мыслительной схеме, позволяющей контролировать порядок расположения частей текста. Универсальный план научного текста, помимо формулировки темы, предполагает изложение вводного материала, основного текста и заключения.

Все научные работы - от реферата до докторской диссертации - строятся по этому плану, поэтому важно с самого начала научиться придерживаться данной схемы.

Требования к введению.

Введение - начальная часть текста. Оно имеет своей целью сориентировать читателя в дальнейшем изложении.

Во введении аргументируется актуальность исследования, - т.е. выявляется практическое и теоретическое значение данного исследования. Далее

констатируется, что сделано в данной области предшественниками; перечисляются положения, которые должны быть обоснованы. Введение может также содержать обзор источников или экспериментальных данных, уточнение исходных понятий и терминов, сведения о методах исследования. Во введении обязательно формулируются цель и задачи реферата. Объем введения - в среднем около 10% от общего объема реферата.

Основная часть реферата.

Основная часть реферата раскрывает содержание темы. Она наиболее значительна по объему, наиболее значима и ответственна. В ней обосновываются основные тезисы реферата, приводятся развернутые аргументы, предполагаются гипотезы, касающиеся существа обсуждаемого вопроса.

Важно проследить, чтобы основная часть не имела форму монолога. Аргументируя собственную позицию, можно и должно анализировать и оценивать позиции различных исследователей, с чем-то соглашаться, чему-то возражать, кого-то опровергать. Установка на диалог позволит избежать некритического заимствования материала из чужих трудов - компиляции.

Изложение материала основной части подчиняется собственному плану, что отражается в разделении текста на главы, параграфы, пункты. План основной части может быть составлен с использованием различных методов группировки материала: классификации (эмпирические исследования), типологии (теоретические исследования), периодизации (исторические исследования).

Заключение.

Заключение – последняя часть научного текста. В ней краткой и сжатой форме излагаются полученные результаты, представляющие собой ответ на главный вопрос исследования. Здесь же могут намечаться и дальнейшие перспективы развития темы. Небольшое по объему сообщение также не может обойтись без заключительной части - пусть это будут две-три фразы. Но в них должен подводиться итог проделанной работы.

Список использованной литературы.

Реферат любого уровня сложности обязательно сопровождается списком используемой литературы. Названия книг в списке располагают по алфавиту с указанием выходных данных использованных книг.

При проверке реферата преподавателем оцениваются:

1. Знания и умения на уровне требований стандарта конкретной дисциплины: знание фактического материала, усвоение общих представлений, понятий, идей.

2. Характеристика реализации цели и задач исследования (новизна и актуальность поставленных в реферате проблем, правильность формулирования цели, определения задач исследования, правильность выбора методов решения задач и реализации цели; соответствие выводов решаемым задачам, поставленной цели, убедительность выводов).

3. Степень обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, логичность и последовательность изложения материала, корректность аргументации и системы доказательств, характер и

достоверность примеров, иллюстративного материала, широта кругозора автора, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению).

4. Качество и ценность полученных результатов (степень завершенности реферативного исследования, спорность или однозначность выводов).

5. Использование литературных источников.

6. Культура письменного изложения материала.

7. Культура оформления материалов работы.

8. Объективность оценки предусматривает отражение как положительных, так и отрицательных сторон работы.

