



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»)
Факультет экологии
Кафедра геоэкологии и природопользования

Рабочая программа дисциплины Менеджмент и маркетинг
по направлению подготовки 35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»

Версия документа - I

стр. 1 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Е.С. Бирюков

« 29 » февраля 2016 г.

Рабочая программа дисциплины

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Направление подготовки

35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура

Присваиваемая квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Челябинск, 2016



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»)
Факультет экологии
Кафедра геоэкологии и природопользования

Рабочая программа дисциплины Менеджмент и маркетинг
по направлению подготовки 35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 2 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Рабочая программа дисциплины согласована:

Ученым советом факультета экологии

Протокол заседания № 8 от «24» февраля 2016 г.

Председатель Ученого совета
факультета экологии

 С.Ф. Лихачев

Секретарь Ученого совета
факультета экологии

 А.Р. Сибиркина

Рабочая программа дисциплины одобрена и рекомендована кафедрой общей экологии

Протокол заседания № 0 от «11» февраля 2016 г.

Заведующий кафедрой

 С.В. Сосненко

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями
ФГОС ВПО по направлению подготовки 35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура,
утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ № 1411 от 3 декабря 2015 г.

Автор (составитель):

Ст. преподаватель кафедры
геоэкологии и природопользования

 Д.Ю. Двинин

Структура рабочей программы соответствует приказу ректора ФГБОУ ВПО «ЧелГУ» от
«10» июня 2014 г. № 901-2 «Об утверждении шаблонов образовательной программы высшего
образования, рабочей программы дисциплины (модуля), программы практики и структуры
УМК»

Начальник управления
образовательной политики


С.П. Еремеева



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»)
Факультет экологии
Кафедра геоэкологии и природопользования

Рабочая программа дисциплины Менеджмент и маркетинг
по направлению подготовки 35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Содержание

1. Вводная часть	4
1.1. Цели и задачи освоения учебной дисциплины.....	4
1.2. Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
1.3. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Структура и содержание учебной дисциплины	5
2.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	5
2.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	5
3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	6
4. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	8
5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	14
6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	14
7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	14
8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине	16
9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	16



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»)
Факультет экологии
Кафедра геоэкологии и природопользования

Рабочая программа дисциплины Менеджмент и маркетинг
по направлению подготовки 35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 4 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. Вводная часть

1.1. Цели и задачи освоения учебной дисциплины

Цель курса – изучить теоретические основы менеджмента и маркетинга; овладеть практическими навыками, схем управления организацией, стратегическим планированием, методами маркетингового исследования товарного рынка продукции.

Задачи изучения дисциплины:

1. Изучение методологических основ менеджмента и маркетинга;
2. Изучение стратегического планирования на предприятии;
3. Изучение организации службы маркетинга на предприятиях.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» входит в обязательную часть Блока 1 «Дисциплины, модули». Изучение дисциплины базируется на компетенциях, освоенных в ходе изучения курса «Экономическая теория». Компетенции, приобретенные студентом в ходе освоения дисциплины, используются в дальнейшем при выполнении выпускной квалификационной работы (ВКР).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты обучения	Формируемые компетенции (результаты освоения программы)
Знать: <ul style="list-style-type: none">– причины социального неравенства и его влияние на экологическую культуру общества;– роль менеджмента и маркетинга в обеспечении перехода к устойчивому развитию. Уметь: <ul style="list-style-type: none">– характеризовать экономические отношения прошлого, настоящего и перспективное развитие в будущем;– заниматься общественно полезным трудом с соблюдением экологических норм и правил. Владеть: <ul style="list-style-type: none">– навыками критического анализа современных экономических проблем, как следствие издержек общественного кризиса.	ОК-6 Способность работать в коллективе, толерантно воспринимать этнические, конфессиональные и культурные различия
Знать: <ul style="list-style-type: none">- основные компетенции своей будущей профессии, необходимые для обладания высокой моти-	ОК-7 Способность к самоорганизации и самообразованию



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»)
Факультет экологии
Кафедра геоэкологии и природопользования

Рабочая программа дисциплины Менеджмент и маркетинг
по направлению подготовки 35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 5 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

<p>вацией к выполнению профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- оперировать категориально-понятийным аппаратом методологии науки в рамках общественно-экономической модели; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- инструментарием экономических научных методов и общенаучной культуры.	
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- методологические основы менеджмента и маркетинга;- особенности стратегического и операционного менеджмента и маркетинга. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- оценить эффективность работы рыбопропускных и рыбозащитных сооружений.- планировать маркетинговую деятельность, прогнозировать и оценивать риски, анализировать рыночную ситуацию. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- методами оперативного и стратегического планирования менеджмента и маркетинга.- методами разработки комплекса менеджмента и маркетинга в деятельности предприятия.	<p>ОПК-2. Готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами.</p>
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- основы экономики рыбного хозяйства;- основы системного анализа рыбохозяйственной информации;- особенности функционирования предприятий рыбного хозяйства <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- использовать элементы экономического анализа при организации и планировании деятельности предприятия;- применять методы системного анализа в рыбном хозяйстве, прикладные программы для решения научно-исследовательских и производственно-технологических задач профессиональной деятельности;- формировать планы развития предприятий рыбного хозяйства;- применять методы оценки эффективности	<p>ОПК-5 Способность использовать базовые знания в экономике в области рыбного хозяйства</p>



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»)
Факультет экологии
Кафедра геоэкологии и природопользования

Рабочая программа дисциплины Менеджмент и маркетинг
по направлению подготовки 35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 6 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

деятельности предприятий рыбного хозяйства.

Владеть:

- методами системного анализа;
- методикой сбора, обработки и представления рыбохозяйственной информации с помощью прикладных программ, сетевых технологий и мультимедиа в образовании, науке и производстве.

2. Структура и содержание учебной дисциплины

2.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, общий объем часов 108, в том числе:

Виды занятий	Очная форма
Контактная работа обучающихся, в том числе	54
Лекции	36
Практические занятия	18
Самостоятельная работа студентов	54
Форма контроля	зачет
Семестр обучения	5

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

Таблица 1.2 - Разделы дисциплины, виды, объем занятий и формы контроля

Номер раздела, темы	Наименование разделов, тем дисциплины	семестр	Объем в часах по видам учебной работы				
			Всего	Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	Процесс организации и проведения маркетинговых исследований.	5	54	18	9		27
2	Обзор природоохранных и рыбохозяйственных требований.	5	54	18	9		27
Итого			108	36	18		54



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»)
Факультет экологии
Кафедра геоэкологии и природопользования

Рабочая программа дисциплины Менеджмент и маркетинг
по направлению подготовки 35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 7 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Темы и содержание лекционных занятий

№	Тема лекции	Содержание лекции	Количество часов
1	Основные понятия менеджмента и маркетинга.	Цели и задачи предприятия, внутренняя и внешняя его среда его функционирования.	4
2	Рынок как общественная система. Понятие и классификация рыночных структур.	Рынок как форма организации хозяйства. Основные виды рынков. Конкуренция, как основной процесс развития отношений	4
3	Менеджмент, его сущность и значение в условиях рынка.	Менеджмент – это особый вид профессиональной деятельности. Основа современного менеджмента.	4
4	Роль маркетинга в экономическом развитии	Маркетинг – вид деятельности, направленный на удовлетворение нужд людей по средствам обмена на рынке.	4
5	Общие и основные функции менеджмента.	Прогнозирование. Планирование. Организация. Регулирование. Мотивация. Координация. Контроль. Учет.	4
6	Коммуникации в управлении	Понятие коммуникации. Виды коммуникации. Управление коммуникациями на предприятии.	4
7	Актуальность проведения маркетинговых исследований.	Предпосылки проведения маркетинговых исследований. Преимущества, получаемые предприятием в результате проведения маркетинговых исследований.	6
8	Методы проведения маркетинговых исследований.	Опрос. Панельный метод обследования. Эксперимент. Наблюдение.	6
Итого:			36

Темы и содержание практических занятий

№	Тема лекции	Содержание практического занятия	Количество часов
1	Управленческие решения	Понятие управленческого решения. Необходимость принятия управленческого решения	3
2	Модели принятия решений	Разработка решений и их оценка. Принятие решения. Выявление факторов влияющих на решение. Появление проблемы. Выработка плана действий по устранению проблемы	3
3	Планирование в системе	Сущность и функции планирования на	3



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»)
Факультет экологии
Кафедра геоэкологии и природопользования

Рабочая программа дисциплины Менеджмент и маркетинг
по направлению подготовки 35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 8 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	менеджмента.	предприятию. система планов предприятия и их взаимосвязь.	
4	Процесс организации и проведения маркетинговых исследований.	Этапы процесса маркетинговых исследований и их взаимосвязь. Определение проблемы и целей исследования. Разработка плана исследования.	3
5	Обзор природоохранных и рыбохозяйственных требований.	Разведочные, описательные и каузальные исследования. Их характеристики и направления использования.	3
6	Типы маркетинговых исследований.	Водоохранные зоны и прибрежные защитные полосы. Режим хозяйственной деятельности в пределах водоохранных зон и прибрежных защитных полос.	3
Итого:			18

3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Тема и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

№ п/п	Тема самостоятельной работы студентов	Кол-во часов	Литература
1	Интервьюирование по почте, по телефону. Личные встречи с респондентами. Интернет опросы.	10	А)2; Б)1
2.	Разработка форм для сбора данных. Составление анкет. Открытые и закрытые вопросы. Измерения в маркетинговых исследованиях	10	А)1,2;Б)1
3.	Определение объема выборки. Этапы проектирования выборки. Типы планов выборки (выборочного контроля). Детерминированные выборки. Нерепрезентативные (удобные) выборки. Преднамеренные выборки. Квотные выборки. Вероятностные выборки.	10	А)1,2; Б)2,
4.	Методы анализа полученных данных при проведении маркетинговых исследований.	10	А)1; Б)1,2,
5.	Преобразование данных. Виды статистического анализа. Инструменты дескриптивного анализа. Анализ различий. Определение и интерпретация связей между двумя переменными.	14	А)1, 2; Б)3
ИТОГО		54	



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»)
Факультет экологии
Кафедра геоэкологии и природопользования

Рабочая программа дисциплины Менеджмент и маркетинг
по направлению подготовки 35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 9 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Источники литературы для самостоятельной работы

А) Основная литература (учебники и учебные пособия):

1. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования [Текст] : учебное пособие для вузов / Н. Г. Каменева, В. А. Поляков. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. — 438 с.

Б) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

- <http://www.sevin.ru/vertebrates/> - Рыбы России.
- <http://www.ribovodstvo.com>.
- <http://www.ribo-vodstvo.ru>.
- <http://www.pisciculture.ru>.
- <http://www.ribovodstvo.ru>.

Вопросы для самоконтроля

1. Способы связи с аудиторией при получении данных.
2. Составление анкет.
3. Виды открытых и закрытых вопросов в анкете.
4. Измерения в маркетинговых исследованиях. Построение шкал.
5. Надежность и достоверность измерения маркетинговой информации.
6. Типы тестовых рынков.
7. Основные понятия и этапы разработки выборочного плана.
8. Этапы проектирования выборки.
9. Влияние генеральной совокупности на объём выборки.
10. Типы планов выборки (выборочного контроля).
11. Организация и проведение сбора данных.
12. Механические устройства, используемые в маркетинговых исследованиях.
13. Методы анализа полученных данных при проведении маркетинговых исследований
14. Контроль качества собираемых данных.
15. Основные этапы процесса кодирования
16. Ошибки сбора данных
17. Преобразование данных.
18. Виды статистического анализа.
19. Инструменты дескриптивного анализа.
20. Анализ различий.
21. Определение и интерпретация связей между двумя переменными.
22. Подготовка заключительного отчета о проведенном исследовании.
23. Информационное обеспечение процесса маркетинговых исследований.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом,



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»)
Факультет экологии
Кафедра геоэкологии и природопользования

Рабочая программа дисциплины Менеджмент и маркетинг
по направлению подготовки 35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 10 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

4. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования

№ п/п	Оценочные средства	Компетенции	Этапы формирования компетенции
1	Контрольные задания (контрольная работа, тестирование, собеседование, контрольные вопросы)	ОК-6 Способность работать в коллективе, толерантно воспринимать этнические, конфессиональные и культурные различия	<i>Знает, понимает:</i> <ul style="list-style-type: none">- причины социального неравенства и его влияние на экологическую культуру общества;- роль менеджмента и маркетинга в обеспечении перехода к устойчивому развитию. <i>Понимает, умеет:</i> <ul style="list-style-type: none">- характеризовать экономические отношения прошлого, настоящего и перспективное развитие в будущем;- заниматься общественно полезным трудом с соблюдением экологических норм и правил. <i>Владеет, применяет:</i> <ul style="list-style-type: none">- навыками критического анализа современных экономических проблем, как следствие издержек общественного кризиса.
2		ОК-7 Способность к самоорганизации и самообразованию	<i>Знает, понимает:</i> <ul style="list-style-type: none">- основные компетенции своей будущей профессии, необходимые для обладания высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности. <i>Понимает, умеет:</i> <ul style="list-style-type: none">- оперировать категориально-понятийным аппаратом методологии науки в рамках общественно-экономической модели; <i>Владеет, применяет:</i> <ul style="list-style-type: none">- инструментарием экономических научных методов и общенаучной культуры.



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»)
Факультет экологии
Кафедра геоэкологии и природопользования

Рабочая программа дисциплины Менеджмент и маркетинг
по направлению подготовки 35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 11 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

3		ОПК-2. Готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами.	<i>Знает, понимает:</i> <ul style="list-style-type: none">- методологические основы менеджмента и маркетинга;- особенности стратегического и операционного менеджмента и маркетинга. <i>Понимает, умеет:</i> <ul style="list-style-type: none">- оценить эффективность работы рыбопропускных и рыбозащитных сооружений.- планировать маркетинговую деятельность, прогнозировать и оценивать риски, анализировать рыночную ситуацию. <i>Владеет, применяет:</i> <ul style="list-style-type: none">- методами оперативного и стратегического планирования менеджмента и маркетинга.- методами разработки комплекса менеджмента и маркетинга в деятельности предприятия.
4		ОПК-5 Способность использовать базовые знания в экономике в области рыбного хозяйства	<i>Знает, понимает:</i> <ul style="list-style-type: none">- основы экономики рыбного хозяйства;- основы системного анализа рыбохозяйственной информации;- особенности функционирования предприятий рыбного хозяйства <i>Понимает, умеет:</i> <ul style="list-style-type: none">- использовать элементы экономического анализа при организации и планировании деятельности предприятия;- применять методы системного анализа в рыбном хозяйстве, прикладные программы для решения научно-исследовательских и производственно-технологических задач профессиональной деятельности;- формировать планы развития предприятий рыбного хозяйства;- применять методы оценки эффективности деятельности предприятий рыбного хозяйства. <i>Владеет, применяет:</i> <ul style="list-style-type: none">- методами системного анализа;- методикой сбора, обработки и представления рыбохозяйственной информации с помощью прикладных программ, сетевых технологий и мультимедиа в образовании,



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»)
Факультет экологии
Кафедра геоэкологии и природопользования

Рабочая программа дисциплины Менеджмент и маркетинг
по направлению подготовки 35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 12 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

науче и производстве.

При оценивании результатов освоения дисциплины применяется балльно-рейтинговая система.

NB! Максимальный (первичный) балл, который студент может получить по итогам выполнения контрольных работ – 75. Данный результат переводится в 100-балльную шкалу путем умножения на коэффициент 1,33. Если по итогам трех работ студент набрал 50 первичных баллов, то его итоговый результат составит 66,5 баллов (результат «округляется» до 67).

Полученный итоговый результат переводится в 5-балльную шкалу (шкала оценивания)

Итоговые баллы

61 и более

60 и менее

Оценка

«зачтено»

«не зачтено»

В случае если студент по итогам контрольных мероприятий (аудиторная контрольная работа, дискуссионные вопросы), набрал менее 60 баллов, он получает «не зачтено».

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

С нарушением слуха	Тестирование.	Письменная проверка
С нарушением зрения	Контрольные аудиовопросы	Устная проверка (индивидуально)

4.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций для теста и контрольных заданий

4.2.1 Творческое задание, эссе

В заданиях данного типа, помимо логического изложения и аргументации, оценивается умение подтверждать свое мнение примерами, а также литературная обработка ответа на вопрос.

Ответы на творческие задания должны быть четко структурированы. Они включают такие структурные элементы, как введение, основная часть и вывод. Во введении излагается суть предлагаемой темы, выявляется заложенная в нее проблема. В этой части студенту необходимо четко сформулировать вопрос, на который он будет отвечать по ходу раскрытия темы эссе.

Основная часть должна состоять из аргументов, подкрепленных примерами, с помощью которых студент представляет свое видение проблемы.

В заключении излагаются собственные выводы и обобщения, которые вытекают из рассмотрения темы.

Общий объем ответа на должен превышать 1 страницы формата А4.

Творческое задание имеет составной характер. Умение выявить основной вопрос (проблему) высказывания оценивается 1 баллом. Подбор аргументов и примеров 2 баллами. Также 2 баллами оценивается общий вывод по заданию.



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»)
Факультет экологии
Кафедра геоэкологии и природопользования

Рабочая программа дисциплины Менеджмент и маркетинг
по направлению подготовки 35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 13 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

4.2.2 Собеседование

Критерии	Уровень знаний и умений			
	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Владение понятийным аппаратом	Свободно владеет понятийным аппаратом, умеет использовать его при анализе экономических явлений.	Владеет понятийным аппаратом, но при использовании его допускает неточности.	В основном знает содержание понятий, но допускает ошибки в их использовании.	Не владеет основными понятиями по предмету.
Владение фактическим материалом по теме	Знание и свободное владение фактическим материалом по теме.	Незначительные неточности в изложении фактического материала.	Испытывает затруднения в изложении фактического материала.	Не владеет фактическим материалом.
Знание принципов принятия и реализации решений в конкретных ситуациях.	Достаточно глубоко знает принципы принятия и реализации решений.	Допускает незначительные ошибки при определении принципов принятия решений.	Испытывает значительные затруднения при определении принципов принятия решений.	Отсутствуют знания основных принципов принятия решений.
Умение выявлять и анализировать проблемы экологического характера в конкретных ситуациях.	Умеет выявлять и анализировать проблемы и предлагает способы их решения. Умеет оценивать результат.	Допускает отдельные неточности и затруднения при анализе и выявлении проблем и предложении решений.	Испытывает значительные трудности при анализе фактического материала и формировании решения проблем.	Не умеет анализировать и выявлять проблемы экономического характера в конкретных ситуациях.
Логичность изложения материала.	Свободное владение речью, логичность и последовательность в изложении материала.	Испытывает отдельные затруднения в логичности и последовательности изложения материала.	Материал в значительной степени излагается бессистемно и с нарушением логических связей.	Отсутствие логики в изложении материала



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»)
Факультет экологии
Кафедра геоэкологии и природопользования

Рабочая программа дисциплины Менеджмент и маркетинг
по направлению подготовки 35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 14 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Отметка «отлично» ставится в том случае, если по четырём из пяти критериев ответ оценивается «отлично» и по одному – на «хорошо».

Отметка «хорошо» – если по четырём критериям – не ниже «хорошо» и по одному «удовлетворительно».

Отметка «удовлетворительно» – если по четырём критериям не ниже «удовлетворительно» и по одному – «неудовлетворительно».

Отметка «неудовлетворительно» – если по двум и более критериям «неудовлетворительно».

4.2.3 Доклад

№ п/п	Показатель оценки	Весомость показателя
1	Научная и практическая значимость работы	10%
2	Новизна предложений, отражающая собственный вклад автора	15%
3	Оригинальность работы	10%
4	Соответствие результатов работы современным тенденциям развития науки	5%
5	Глубина изучения состояния проблемы	15%
6	Использование современной научной литературы при подготовке работы	10%
7	Ответы на вопросы участников конференции	10%
8	Логика изложения доклада, убедительность рассуждений, оригинальность мышления	15%
9	Структура работы (имеются: введение, цель работы, постановка задачи, решение поставленных задач, выводы, список литературы)	10%

4.2.4 Для студентов с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены следующие оценочные средства:

Категории студентов	Виды оценочных средств	Форма контроля и оценки результатов обучения
С нарушением слуха	Эссе, контрольные вопросы, собеседование	Преимущественно письменная проверка
С нарушением зрения	Контрольные вопросы	Преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушением опорно-двигательного аппарата	Решение контрольных вопросов дистанционно	Письменная проверка

4.3 Примерные вопросы для зачета

1. Сущность и значение маркетинговых исследований.
2. Охарактеризуйте компании, занимающиеся проведением маркетинговых исследований.
3. Основные направления маркетинговых исследований.
4. Роль маркетинговых исследований в развитии общества.



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»)
Факультет экологии
Кафедра геоэкологии и природопользования

Рабочая программа дисциплины Менеджмент и маркетинг
по направлению подготовки 35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 15 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

5. Отечественный и зарубежный опыт организации и проведения маркетинговых исследований.
6. Этапы процесса маркетинговых исследований и их взаимосвязь.
7. Определение проблемы и целей исследования.
8. Разработка плана исследования.
9. Реализация плана исследования.
10. Подготовка и предоставление полученных результатов.
11. Характеристика и направления использования разведочного исследования.
12. Цели и виды описательного исследования.
13. Цели и характеристика каузальных исследований.
14. Выбор типа проекта исследований.
15. Организация и проведение фокус-группы.
16. Сущность и назначение маркетинговой информационной системы.
17. Первичные и вторичные данные: преимущества, недостатки, источники.
18. Синдикативная информация.
19. Проектный и системный метод сбора маркетинговой информации.
20. Ограничения маркетинговой информационной системы.
21. Сетевые информационные системы.
22. Системы поддержки решений.
23. Общая характеристика методов сбора данных.
24. Факторы, влияющие на выбор метода сбора данных.
25. Опрос как метод сбора данных. Его преимущества и недостатки.
26. Контроль проведения опроса.
27. Сущность и виды эксперимента. Его преимущества и недостатки.
28. Роль экспериментирования в маркетинговых исследованиях.
29. Проектирование экспериментов.
30. Наблюдение как метод сбора данных. Его преимущества и недостатки.
31. Панельный метод обследования.
32. Способы связи с аудиторией при получении данных.
33. Составление анкет.
34. Виды открытых и закрытых вопросов в анкете.
35. Измерения в маркетинговых исследованиях. Построение шкал.
36. Надежность и достоверность измерения маркетинговой информации.
37. Типы тестовых рынков.
38. Основные понятия и этапы разработки выборочного плана.
39. Этапы проектирования выборки.
40. Влияние генеральной совокупности на объем выборки.
41. Типы планов выборки (выборочного контроля).
42. Организация и проведение сбора данных.
43. Механические устройства, используемые в маркетинговых исследованиях.
44. Методы анализа полученных данных при проведении маркетинговых исследований
45. Контроль качества собираемых данных.
46. Основные этапы процесса кодирования
47. Ошибки сбора данных
48. Преобразование данных.



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»)
Факультет экологии
Кафедра геоэкологии и природопользования

Рабочая программа дисциплины Менеджмент и маркетинг
по направлению подготовки 35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 16 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

49. Виды статистического анализа.
50. Инструменты дескриптивного анализа.
51. Анализ различий.
52. Определение и интерпретация связей между двумя переменными.
53. Подготовка заключительного отчета о проведенном исследовании.
54. Информационное обеспечение процесса маркетинговых исследований.

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья могут использоваться собственные технические средства.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

а) инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме);

б) доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, задания зачитываются преподавателем);

в) доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, устно).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»)
Факультет экологии
Кафедра геоэкологии и природопользования

Рабочая программа дисциплины Менеджмент и маркетинг
по направлению подготовки 35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 17 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

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

А) Основная литература

1. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования [Текст] : учебное пособие для вузов / Н. Г. Каменева, В. А. Поляков. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. — 438 с.*
2. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования [Текст] : учебник для магистров / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — Москва: Юрайт, 2012. — 541 с.*
3. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования [Текст] : учебник для бакалавров / А. В. Коротков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2012. — 591 с.*

Б) Дополнительная литература:

4. Моосмоллер, Г. Маркетинговые исследования с SPSS [Текст] : учебное пособие для вузов / Г. Моосмюллер, Н. Н. Ребик. — 2-е изд. — Москва: ИНФРА-М, 2013. — 199 с.*
5. Алексунин, В. А. Маркетинговые коммуникации [Текст] : практикум : учебное пособие для вузов / В. А. Алексунин, Е. В. Дубаневич, Е. Н. Скляр. — М.: Дашков и К, 2011. — 193 с.*

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. — Москва, [1999-]. — Доступ к полным текстам после регистрации из сети ЧелГУ. — URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (Дата обращения: 02.11.2015). — Яз. рус., англ.
2. Фундаментальная электронная библиотека «Флора и фауна» [Электронный ресурс]: база данных. — URL: <http://ashipunov.info/shipunov/school/sch-ru.htm> (Дата обращения: 02.11.2015).
3. Издательство «Лань»: Информационно-библиотечная система [Электронный ресурс] : [сайт] / Электронно-библиотечная система «Издательства «Лань». — Санкт-Петербург, [2010]. — Доступ к полным текстам после регистрации из сети ЧелГУ — URL: <http://e.lanbook.com> (Дата обращения: 02.11.2015).
4. ЭБС «Университетская библиотека ONLINE»: электронная библиотека [Электронный ресурс] : [сайт] / Издательство «Директ-Медиа». — Москва, [2001-]. — Доступ к полным текстам после регистрации из сети ЧелГУ — URL: <http://biblioclub.ru/index.php> (Дата обращения: 02.11.2015).

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студента на всех занятиях аудиторной формы (лекции, практические занятия), выполнение контрольных мероприятий, планомерную самостоятельную работу. В ходе освоения дисциплины студент расширяет свой социальный опыт, развивает такие общекультурные и профессиональные компетенции как овладение навыками исследовательской деятельности; целеполагание, планирование, анализ и рефлексия в процессе познания; расстановка приоритетов и нахождение оптимальных решений в различных ситуациях; и др.

В ходе освоения дисциплины деятельность студента направлена на решение следующих



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»)
Факультет экологии
Кафедра геоэкологии и природопользования

Рабочая программа дисциплины Менеджмент и маркетинг
по направлению подготовки 35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 18 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

задач:

- Логическое мышление, навыки создания научных работ гуманитарного направления, ведения научных дискуссий;
- Развитие навыков работы с разноплановыми источниками;
- Осуществление эффективного поиска информации и критики источников;
- Получение, обработка и сохранение источников информации;
- Формирование и аргументированное отстаивание собственной позиции по различным проблемам.

В учебной дисциплине «Маркетинг в рыбоводстве» студент должен ориентироваться на самостоятельную проработку лекционного материала, подготовку и выполнение контрольных работ, самостоятельное изучение некоторых разделов курса.

Освоение дисциплины «Маркетинг в рыбоводстве» предполагает обязательное посещение лекций и их конспектирование, выполнение запланированных контрольных работ, по итогам которых выставляется экзаменационная оценка.

Рекомендации для организации работы студента на лекции

Ведущую роль в организации учебного процесса играют лекции, которые определяют содержание и направленность работы студентов в освоении научных знаний, выполняют образовательную, воспитательную и учебно-организационную функцию. Самостоятельная работа студентов с лекционным материалом, состоящая из его повторения, структурирования, анализа, способствует более глубокому усвоению полученных знаний.

Особое значение в организации самостоятельной работы имеет **вводная лекция** преподавателя. Раскрывая сущность предмета, преподаватель знакомит с основными формами организации учебной деятельности в вузе. На лекции студенты вооружаются необходимым минимумом знаний для самостоятельной работы, преподаватель указывает ее цель и основные направления, наделяет инструментарием в виде рабочей программы и методических рекомендаций, что позволяет впоследствии адекватно организовывать собственную самостоятельную работу.

Тематические и обзорные лекции требуют от студента дополнительной подготовки. Во-первых, необходимо знать содержание предшествующей лекции, без чего невозможно сознательно усвоить новый материал. Особое значение предварительная подготовка приобретает в тех случаях, когда в лекциях освещаются не все вопросы программы курса и ряд вопросов, не представляющих большой трудности, выносятся на самостоятельное изучение. Лектор в ходе лекции указывает, какие именно разделы темы должны быть самостоятельной изучены, предлагает список источников и литературы, с которыми необходимо ознакомиться, комментирует формы отчетности по самостоятельной работе.

Во-вторых, необходимо слушать лекцию и одновременно ее конспектировать. Правильно организованное конспектирование способствует подготовке к контрольной работе и тестированию.

Вести запись лекции предлагается в общей тетради, пронумеровав ее и оставив первые страницы для оглавления, что дает возможность быстро найти нужную лекцию. В тетради предлагается записывать дату, номер лекции, тему и план лекции; название вопросов во время лекции можно не записывать, а лишь обозначить их порядковый номер согласно плану.

Целесообразно в лекционной тетради оставить широкие поля, которые можно использовать для записи ссылок на литературу и источники, цитат, а также заполнять их



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»)
Факультет экологии
Кафедра геоэкологии и природопользования

Рабочая программа дисциплины Менеджмент и маркетинг
по направлению подготовки 35.03.08 Водные биоресурсы и аквакультура ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 19 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

дополнительным материалом при самостоятельном чтении рекомендованной литературы и при подготовке к контрольной работе.

Дословно записывать содержание лекции нет необходимости. Конспектирование предполагает фиксирование лишь основных положений, главных мыслей и выводов. Самостоятельная работа студента на лекции и заключается в выделении главного материала. Лекцию необходимо воспринимать творчески, избегать механического записывания, фиксировать ранее неизвестную информацию. Студенту рекомендуется в тот же день обработать свой конспект: прочесть его, вписать пропущенное, исправить неточные выражения, формулировки, искажения, подчеркнуть важные места. По итогам лекционного курса конспекты лекций могут быть проверены преподавателем.

В освоении дисциплины (модуля) инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья целесообразно использование индивидуальных консультаций, в ходе которых предполагается дополнительное разъяснение учебного материала, связанного с методологическими основами менеджмента и маркетинга.

8.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Специального программного обеспечения не требуется. В процессе осуществления лекционных и практических занятий необходимо использование слайд-презентаций (по некоторым темам), видео-, аудио- материалов (по некоторым темам), информационных (справочных) систем, подготовка проектов с использованием электронного офиса и др.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение данной дисциплины (модуля) может быть осуществлено частично с использованием дистанционных образовательных технологий: слайд-презентаций лекционных занятий, материалы для самостоятельной работы и контрольно-измерительные материалы.

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

- аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа с набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (ауд. 214);
- аудитория для самостоятельной работы (читальный зал библиотеки факультета), оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ауд. 104);
- аудитория для курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, консультаций текущего контроля и промежуточной аттестации (ауд. 213).

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с применением следующего специального оборудования:

- а) для лиц с нарушением слуха (акустические колонки, мультимедийный проектор);
- б) для лиц с нарушением зрения (мультимедийный проектор: использование презентаций с укрупненным текстом);
- в) для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата (персональные мобильные компьютеры).