

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о подписи:

ФИО: Петровская Анна Викторовна, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

Должность: Директор «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»

Дата подписания: 15.09.2023 11:23:00, Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова

Уникальный программный ключ:

798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199

1.1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»

Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова

Отделение среднего профессионального образования

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины	<u>ОП.12 Основы менеджмента и маркетинга</u>
код, специальность	<u>38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)</u>
образовательная база подготовки:	<u>основное общее образование, среднее общее образование</u>
форма обучения	<u>очная, заочная</u>

Краснодар, 2023

СОГЛАСОВАНА:

Предметно-цикловой комиссией
специальности Экономика и
бухгалтерский учет

Протокол № 6
от « 12 » января 2023 года

Разработана на основе Федерального государственного
образовательного стандарта по специальности среднего
профессионального образования 38.02.01 Экономика и
бухгалтерский учет (по отраслям)

Председатель предметно-
цикловой комиссии


Подпись Инициалы Фамилия

А.А. Зуб

Заведующая
отделением СПО


Подпись Инициалы Фамилия

С.А. Марковская

Составитель (автор):

Фурманова В.В., преподаватель ОСПО КФ РЭУ им. Г. В. Плеханова

Рецензент: Поддубная В.Р., преподаватель ОСПО КФ РЭУ им. Г. В. Плеханова

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	13
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям).

1.2. Место дисциплины в структуре ППССЗ: дисциплина относится к группе общепрофессиональных дисциплин профессионального цикла.

1.3. Предварительные компетенции, сформированные у обучающихся до начала изучения учебной дисциплины:

До изучения учебной дисциплины обучающийся обладает знаниями, умениями и навыками полученными в процессе изучения дисциплины Экономика организации, Психология общения, Правовое обеспечение профессиональной деятельности при реализации программы основного общего, среднего общего образования и компетенциями сформированными при изучении указанных дисциплин.

1.4. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- планировать и организовывать работу подразделения;
- формировать организационные структуры управления;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- принимать эффективные решения
- определять стратегию и тактику относительно ценообразования.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- теоретические основы системы управления, роль и место элементов менеджмента и маркетинга
- исторические этапы развития теории и практики менеджмента, особенности национальных школ менеджмента и маркетинга;
- внешнюю и внутреннюю среду организации;
- цикл менеджмента;
- процесс принятия и реализации управленческих решений;
- методику принятия решений;
- стили управления, коммуникации, деловое общение;
- сущность и функции маркетинга;
- природу и цели товародвижения, типы посредников;
- ценовые стратегии и методы ценообразования.

1.5. Результаты освоения учебной дисциплины

Результатом освоения учебной дисциплины является формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код	Наименование результата обучения
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное

	развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
ПК 4.4.	Проводить контроль и анализ информации об активах и финансовом положении организации, ее платежеспособности и доходности

1.6. Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

Очная форма обучения

Максимальной учебной нагрузки обучающегося **42 часа**, в том числе:

Обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **42 часов** из них:

лекций **22 часа**;

практических занятий **20 часа**;

Промежуточная аттестация **дифференцированный зачет**.

Заочная форма обучения

Максимальной учебной нагрузки обучающегося **42 часа**, в том числе:

Обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **16 часов** из них:

лекций **12 часов**;

практических занятий **4 часа**;

Самостоятельных занятий **26 часов**;

Промежуточная аттестация **дифференцированный зачет**.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

<i>Вид учебной работы</i>	<i>Объем часов</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	42
Обязательная аудиторная нагрузка (всего)	42
в том числе:	
• лекции	22
• практические занятия	20
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	-

Заочная форма обучения

<i>Вид учебной работы</i>	<i>Объем часов</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	42
Обязательная аудиторная нагрузка (всего)	16
в том числе:	
• лекции	12
• практические занятия	4
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	26
в том числе:	
• работа с конспектом лекций	26
• подготовка сообщений к выступлению на семинарах	
• подготовка выступлений, сообщений, рефератов и докладов, работа с Интернет-ресурсами	
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	-

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП. 12 Основы менеджмента и маркетинга

Очная форма обучения

Коды ОК и ПК	Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4	5
Раздел 1. Основы менеджмента			22	
ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК09	Тема 1.1. Сущность современного менеджмента	Содержание учебного материала:	2	1
		Сущность и характерные черты современного менеджмента. История развития менеджмента. Цели и задачи менеджмента. Принципы управления. Объекты и субъекты управления.	2	
		Практическое занятие:	2	
		Школы менеджмента. Сравнительный анализ моделей менеджмента.	2	
ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК09 ПК 4.4.	Тема 1.2. Организация работы предприятия и планирование в системе менеджмента	Содержание учебного материала:	4	1
		Понятие организации. Законы организации. Процесс управления организацией и цикл менеджмента. Внутренняя и внешняя среда организации. Среда косвенного воздействия, среда прямого воздействия.	2	
		Планирование как функция управления. Роль планирования в организации. Принципы планирования. Виды планов: перспективные, стратегические, текущие, бизнес-планы и т.д. Стратегическое планирование. Понятие стратегии. Процесс стратегического планирования: миссия и цели, анализ внешней среды, анализ сильных и слабых сторон, анализ альтернативных и выбор стратегии и т.д.	2	
		Практическое занятие:	2	
		Факторы внешней среды организации.	2	
ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК09	Тема 1.3. Организационные отношения в системе менеджмента	Содержание учебного материала:	2	1
		Делегирование полномочий в организации. Принцип делегирования. Достоинства и недостатки централизации и децентрализации. Сущность и понятие организационной структуры управления, этапы ее проектирования. Типы организационных структур, их достоинства и недостатки.	2	
		Практическое занятие:	2	
		Построение организационных структур управления. Делегирование полномочий	2	
ОК01,	Тема 1.4.	Содержание учебного материала:	2	1

ОК02, ОК03, ОК04, ОК09 ПК 4.4.	Управленческие решения в системе менеджмента	Сущность и виды управленческих решений. Процесс принятия и реализации управленческих решений. Информационное обеспечение разработки решения. Эффективность управленческих решений.	2	
		Практическое занятие:	2	
		Методы принятия управленческих решений.	2	
ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК09	Тема 1.5. Коммуникации в организациях. Деловое общение	Содержание учебного материала:	2	1
		Сущность и понятие коммуникации. Информация и ее виды. Уровни и виды коммуникаций на предприятии. Элементы и этапы коммуникационного процесса. Коммуникативные каналы и барьеры в коммуникациях. Стили коммуникаций	2	
		Практическое занятие:	2	
		Способы достижения эффективных коммуникаций. Межличностные коммуникационные барьеры и способы их устранения.	2	
Раздел 2. Основы маркетинга			22	
ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК09 ПК 4.4.	Тема 2.1. Социально- экономическая сущность и функции маркетинга.	Содержание учебного материала:	2	1
		Понятие, цель и задачи маркетинга и сфера его применения. Принципы маркетинговой деятельности, основные функции. Основные понятия в сфере маркетинга. Основные концепции развития рыночных отношений.	2	
		Практические занятия:	2	
		Рынок: понятия, виды, принципы деятельности. Определение ёмкости рынка и рыночной доли предприятия	2	
		Основные концепции развития рыночных отношений.	2	
ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК09	Тема 2.2. Сегментирование рынка и поведение потребителей	Содержание учебного материала:	2	1
		Понятие сегментирования рынка. Признаки сегментации. Основные критерии сегментирования. Выбор целевых сегментов рынка. Стратегия охвата рынка. Позиционирование товара на рынке. Поведение потребителей и процесс принятия решения о покупке.	2	
		Практические занятия:	2	
		Изучение сегментирования рынка и позиционирования товаров.	2	
ОК03, ОК04, ОК09 ПК 4.4.	Тема 2.3 Товар и товарная политика	Содержание учебного материала:	2	1
		Маркетинговое понятие товара. Общая характеристика товара. Товары потребительского и производственного назначения. Три группы товаров личного пользования: изделия длительного пользования, краткосрочного пользования и услуги. Жизненный цикл товара, его основные этапы.	2	

		Практическое занятие:	2	
		Решение задач по определению прибыли на каждом этапе жизненного цикла товара	2	
OK01, OK02, OK03, OK09 ПК 4.4.	Тема 2.4 Цена и ценовая политика	Содержание учебного материала:	2	2
		Понятие и сущность цены в маркетинге. Функции цены. Назначение цен. Форма цены. Установление уровня цен. Факторы, влияющие на установление цены. Ценовые стратегии: формирование целей. Ценовая политика. Государственное регулирование цен.	2	
		Практическое занятие:	2	
		Методы установления цены товара.	2	
OK04, OK09	Тема 2.5. Сбытовая политика	Содержание учебного материала:	2	2
		Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта. Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, уровни, возможности. Критерии выбора каналов сбыта.	2	
		Практическое занятие:	2	
		Анализ и оценка эффективности сбытовой политики. Зачет	2	
ИТОГО			42	
Консультации			-	
Всего:			42	

Заочная форма обучения

Коды ОК и ПК	Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4	5
Раздел 1. Основы менеджмента			8	
ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК09	Тема 1.1. Сущность современного менеджмента	Содержание учебного материала:	1	1
		Сущность и характерные черты современного менеджмента. История развития менеджмента. Цели и задачи менеджмента. Принципы управления. Объекты и субъекты управления.	1	
ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК09 ПК 4.4.	Тема 1.2. Организация работы предприятия и планирование в системе менеджмента	Содержание учебного материала:	2	1
		Понятие организации. Законы организации. Процесс управления организацией и цикл менеджмента. Внутренняя и внешняя среда организации. Среда косвенного воздействия, среда прямого воздействия. Планирование как функция управления. Роль планирования в организации. Принципы планирования. Виды планов: перспективные, стратегические, текущие, бизнес-планы и т.д. Стратегическое планирование. Понятие стратегии. Процесс стратегического планирования: миссия и цели, анализ внешней среды, анализ сильных и слабых сторон, анализ альтернативных и выбор стратегии и т.д.	2	
ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК09	Тема 1.3. Организационные отношения в системе менеджмента	Содержание учебного материала:	1	1
		Делегирование полномочий в организации. Принцип делегирования. Достоинства и недостатки централизации и децентрализации. Сущность и понятие организационной структуры управления, этапы ее проектирования. Типы организационных структур, их достоинства и недостатки.	1	
ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК09 ПК 4.4.	Тема 1.4. Управленческие решения в системе менеджмента	Содержание учебного материала:	1	1
		Сущность и виды управленческих решений. Процесс принятия и реализации управленческих решений. Информационное обеспечение разработки решения. Эффективность управленческих решений.	1	
ОК01,	Тема 1.5.	Содержание учебного материала:	1	1

OK02, OK03, OK04, OK09	Коммуникации в организациях. Деловое общение	Сущность и понятие коммуникации. Информация и ее виды. Уровни и виды коммуникаций на предприятии. Элементы и этапы коммуникационного процесса. Коммуникативные каналы и барьеры в коммуникациях. Стили коммуникаций.	1	
		Практическое занятие:	2	
		Способы достижения эффективных коммуникаций. Межличностные коммуникационные барьеры и способы их устранения.	2	
Раздел 2. Основы маркетинга			8	
OK01, OK02, OK03, OK04, OK09 ПК 4.4.	Тема 2.1. Социально-экономическая сущность и функции маркетинга.	Содержание учебного материала:	1	1
		Понятие, цель и задачи маркетинга и сфера его применения. Принципы маркетинговой деятельности, основные функции. Основные понятия в сфере маркетинга. Основные концепции развития рыночных отношений.	1	
OK01, OK02, OK03, OK04, OK09	Тема 2.2. Сегментирование рынка и поведение потребителей	Содержание учебного материала:	2	1
		Понятие сегментирования рынка. Признаки сегментации. Основные критерии сегментирования. Выбор целевых сегментов рынка. Стратегия охвата рынка. Позиционирование товара на рынке. Поведение потребителей и процесс принятия решения о покупке.	2	
OK03, OK04, OK09 ПК 4.4.	Тема 2.3 Товар и товарная политика	Содержание учебного материала:	1	1
		Маркетинговое понятие товара. Общая характеристика товара. Товары потребительского и производственного назначения. Три группы товаров личного пользования: изделия длительного пользования, краткосрочного пользования и услуги. Жизненный цикл товара, его основные этапы.	1	
OK01, OK02, OK03, OK09 ПК 4.4.	Тема 2.4 Цена и ценовая политика	Содержание учебного материала:	1	2
		Понятие и сущность цены в маркетинге. Функции цены. Назначение цен. Форма цены. Установление уровня цен. Факторы, влияющие на установление цены. Ценовые стратегии: формирование целей. Ценовая политика. Государственное регулирование цен.	1	
OK04, OK09	Тема 2.5. Сбытовая политика	Содержание учебного материала:	1	2
		Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта. Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, уровни, возможности. Критерии выбора каналов сбыта.	1	

		Практическое занятие:	2	
		Анализ и оценка эффективности сбытовой политики. Зачет	2	
ИТОГО			16	
Самостоятельная работа: Работа с конспектом лекций подготовка сообщений к выступлению на семинарах подготовка выступлений, сообщений, рефератов и докладов, работа с Интернет-ресурсами			26	
Всего:			42	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета менеджмента.

Оборудование учебного кабинета:

- Рабочее место преподавателя;
- Рабочие места обучающихся;
- Стационарная доска;

Технические средства обучения:

- Проектор (переносной);
- Экран для проектора (переносной);
- Ноутбук (переносной) с установленным ПО, подключением к Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета;
- Стационарные учебно-наглядные пособия (плакаты);
- Переносные учебно-наглядные пособия.

Программное обеспечение:

- Операционная система Windows 10
- Пакет прикладных программ Office Professional Plus 2010 Rus,
- Антивирусная программа Касперского Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Расширенный Rus Edition,
- PeaZip, Adobe Acrobat Reader DC

3.2 Интерактивные формы обучения студентов при изучении дисциплины

Тема	Количество часов	Интерактивная форма проведения занятия
Тема 1.3. Организационные отношения в системе менеджмента	1 час	Комплект кейс-заданий
Тема 1.4. Управленческие решения в системе менеджмента	2 часа	Комплект кейс-заданий
Тема 1.5. Коммуникации в организациях. Деловое общение	2 часа	Комплект кейс-заданий, ролевая игра
Тема 2.2. Сегментирование рынка и поведение потребителей	2 часа	Комплект кейс-заданий

3.3. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Основы менеджмента: учебник / Ю.В. Гуськов. — М.: ИНФРА-М, 2020. — 263 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/13396. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1015334>

2. Маркетинг / Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М. - М.: Дашков и К, 2019. - 440 с.: ISBN 978-5-394-01311-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415055>
3. Экономика, маркетинг, менеджмент: учеб. пособие / Л.А. Дробышева. — 5-е изд. — Москва: Дашков и К, 2020. — 152 с. - ISBN 978-5-394-02732-1. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/415015>
4. Стратегический маркетинг: Учебник / В.Н. Наумов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 272 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура). (переплет) ISBN 978-5-16-009232-4, 500 экз.

Дополнительные источники:

1. Менеджмент : учебник для ср. спец. учеб. заведений. — 2е изд., перераб. и доп. / О. С. Виханский, А. И. Наумов. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2019. — 288 с.
Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=329753>
2. Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебник для бакалавров / Н. А. Горькова. — 4-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. — 162 с.
Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=431711>
3. Менеджмент: Учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования/ Е.Л. Драчева, Л.И. Юликов. — 2-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2020. — 288 с
4. Управление маркетингом: Учебник и практикум для бакалавров / Карпова С.В., Тюрин Д.В. - М.: Дашков и К, 2019. - 366 с. ISBN 978-5-394-02790-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/937261>
5. Менеджмент: учеб. пособие / А.В. Райченко, И.В. Хохлова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 342 с. — (Среднее профессиональное образование). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/950972>
6. Теория менеджмента / Маслова Е.Л. - М.: Дашков и К, 2020. - 160 с.: ISBN 978-5-394-02217-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/450799>
7. Маркетинг персонала / Патласов О.Ю. - М.: Дашков и К, 2020. - 384 с.: ISBN 978-5-394-02354-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/513091>
8. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика: монография / Т.Е. Никитина, К.А. Смирнова; науч. ред. К.А. Смирнов. — М.: ИНФРА-М, 2020. — 166 с. — (Научная мысль). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/915112>
9. Инновационный менеджмент / Беляев Ю.М. - М.: Дашков и К, 2018. - 220 с.: ISBN 978-5-394-02070-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415047>

Интернет-ресурсы:

1. <http://znanium.com>
2. <http://www.marketolog.ru>
3. <http://www.marketing.spb.ru>
4. <http://www.marketingandresearch.ru>
5. <http://marketingmix.com.ua>
6. www.cfin.ru/marketing/index.shtml
7. www.marketologi.ru

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Структурное подразделение СПО, реализующее подготовку по учебной дисциплине, обеспечивает организацию и проведение промежуточной аттестации и текущего контроля индивидуальных образовательных достижений демонстрируемых обучающимися знаний, умений и навыков.

Обучение по учебной дисциплине завершается промежуточной аттестацией в форме **дифференцированного зачета**.

Формы и методы промежуточной аттестации и текущего контроля по учебной дисциплине определяются самостоятельно структурным подразделением СПО и доводятся до сведения студентов не позднее начала двух месяцев от начала обучения.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2
Умения:	
планировать и организовывать работу подразделения;	Экспертная оценка при проведении устного и письменного опроса
формировать организационные структуры управления;	Экспертная оценка, выставленная при выполнении письменных самостоятельных работ.
применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;	Экспертная оценка, выставленная при выполнении письменных самостоятельных работ, рефератов, докладов
принимать эффективные управленческие решения	Оценка выполнения тестовых заданий
определять стратегию и тактику относительно ценообразования	Экспертная оценка, выставленная при выполнении письменных самостоятельных работ, рефератов, докладов
Знания:	
теоретические основы системы управления, роль и место элементов менеджмента и маркетинга	Экспертная оценка, выполнения тестовых заданий
исторические этапы развития теории и практики менеджмента, особенности национальных школ менеджмента и маркетинга;	Экспертная оценка, выставленная при выполнении письменных самостоятельных работ, рефератов, докладов
внешнюю и внутреннюю среду организации;	Экспертная оценка при проведении устного и письменного опроса
цикл менеджмента;	Экспертная оценка, выполнения тестовых заданий
процесс принятия и реализации управленческих решений;	Экспертная оценка при проведении устного и письменного опроса
стили управления, коммуникации, деловое общение;	Экспертная оценка, выставленная при выполнении тестов, рефератов, докладов
сущность и функции маркетинга;	Экспертная оценка при проведении устного и письменного опроса

ценовые стратегии и методы ценообразования.	Экспертная оценка, выполнения тестовых заданий
Итоговая аттестация усвоенных знаний и освоенных умений	Экспертная оценка при проведении <u>дифференцированного зачета</u>

Оценочные средства для всех видов контроля отражены в комплекте оценочных средств (КОС) по учебной дисциплине **ОП 12. Основы менеджмента и маркетинга**