

Департамент образования и науки Курганской области  
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
«Курганский государственный колледж»

## **ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП.09 Основы экономики, менеджмента и маркетинга**

для специальности

**36.02.01 Ветеринария**

Базовый уровень подготовки

Курган 2017

Программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО)  
36. 02. 01. «Ветеринария»

Организация-разработчик:

ГБПОУ «Курганский государственный колледж»

Разработчик:

Музурантова Е.Ю., преподаватель ГБПОУ «Курганский государственный колледж»

Рекомендована к использованию:

Протокол заседания цикловой комиссии лесного и сельского хозяйства


№ 1 от «30» августа 2017г.

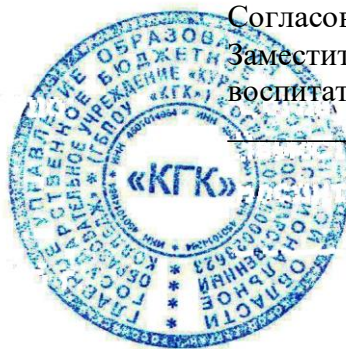
Председатель цикловой комиссии

  
Шарипова Н. В.

Согласована:

Заместитель директора по учебно-воспитательной работе

  
Брыксина Т.Б.



© Музурантова Е. Ю., ГБПОУ КГК

©Курган, 2017

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>4</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>5</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>10</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>12</b>

# 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

## 1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии ФГОС по специальности СПО 36.02.01 Ветеринария.

**1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** профессиональный цикл, общепрофессиональная дисциплина.

## 1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь в соответствии с ФГОС:**

- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать в соответствии с ФГОС:**

- основные положения экономической теории;
- принципы рыночной экономики;
- современное состояние и перспективы развития сельского хозяйства и ветеринарии;
- роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
- формы оплаты труда;
- стили управления, виды коммуникации;
- принципы делового общения в коллективе;
- управленческий цикл;
- особенности менеджмента в области ветеринарии;
- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;
- формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.

## 1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 123 часа, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 88 часов;
- самостоятельной работы обучающегося 35 часов.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	123
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	88
в том числе:	
теоретические занятия	58
практические занятия	30
<b>Самостоятельная работа студента (всего)</b>	35
В том числе:	
внеаудиторная самостоятельная работа	20
рефераты	5
доклады, сообщения	10
<b>Промежуточная аттестация в форме экзамена (8 семестр)</b>	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

Наименование тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>Тема 1. Основные положения экономической теории</b>	Предмет и метод экономической науки. Потребности, блага и производство. Теория трудовой стоимости и теория предельной полезности. Капитал и его деление, оборот и кругооборот капитала. Деньги, денежное обращение и валютный курс. Спрос и предложение.	2	2
<b>Тема 2. Принципы рыночной экономики</b>	Основы и принципы функционирования рыночной экономики. Экономическая эффективность инвестиции, ее критерии и показатели для измерения. Эффективность производства и капитальных вложений. Формы и системы оплаты труда. Понятие финансов организации.	2	2
<b>Тема 3. Современное состояние и перспективы развития сельского хозяйства и ветеринарии</b>	Основные задачи государственных и ведомственных ветслужб. Особенности и источники финансирования ветеринарных учреждений и организаций. Характеристика современной ветеринарии, методы профилактики, направленные на лечение животных от различных болезней.	2	2
<b>Тема 4. Роль и организации хозяйствующих субъектов в рыночной экономике</b>	Формирование механизма взаимодействия органов государственной власти и хозяйствующих субъектов. Сущность и правовая природа саморегулируемых организаций в гражданском праве России. Правовое положение СРО арбитражных управляющих и в строительной сфере.	2	2
<b>Тема 5. Основные технико-экономические показатели деятельности организации</b>	Общая характеристика предприятия, его организационно-правовая форма и административная структура. Ознакомление с системой сбыта товаров, проведения рекламных мероприятий. Изучение деятельности отдела кадров, документов по учету и обязанностей работников. Понятие и сущность внешнеэкономической деятельности организации. Расчет производственной мощности предприятия. Определение потребности в сырье и материалах. Расчет заработной платы и себестоимости продукции. Определение технико-экономических показателей.	2	2
	<b>Практическая работа 1:</b> Расчет основных технико-экономических показателей деятельности организации	2	3

<b>Тема 6. Сущность и характерные черты современного менеджмента.</b>	Понятие менеджмента, его содержание и место в системе социально-экономических категорий. История развития менеджмента, практические предпосылки возникновения менеджмента, его роль в развитии современного производства. Сущность и характерные черты современного менеджмента. Подходы в менеджменте: количественный, процессный, системный и ситуационный. Их сущность и основные отличия. Проблемы менеджмента в условиях переходной экономики России.	2	2
	<b>Самостоятельная работа 1:</b> Сравнение старой и новой системы управления	2	3
<b>Тема 7. Понятие организации, ее структура.</b>	Организация как объект менеджмента. Органы управления. Основные принципы построения организационных структур. Типы структур управления: линейная, функциональная, линейно- функциональная и матричная.	2	2
	<b>Самостоятельная работа 2:</b> Упражнения по составлению заданной структуры управления организацией.	2	3
<b>Тема 8. Внешняя и внутренняя среда организации</b>	Внутренняя среда организации. Внешняя среда организации: факторы внешней среды прямого действия: поставщики, потребители, конкуренты, профсоюзы, гос. органы; факторы внешней среды косвенного воздействия: состояние экономики, политические, социально-культурные, международные события, НТП.	2	2
	<b>Самостоятельная работа 3:</b> Ресурсы организации, как важнейший компонент внутренней среды	2	3
<b>Тема 9. Анализ внешней и внутренней среды предприятия.</b>	Понятие анализа внутренней и внешней среды организации, проведение анализа. Методы диагностики внутренней и внешней среды.	2	2
	<b>Практическая работа 2:</b> Анализ ситуационных факторов внутренней среды на примере конкретной организации.	2	3
<b>Тема 10. Цикл менеджмента</b>	Цикл менеджмента (планирование, организация, мотивация и контроль) – основа управленческой деятельности. Основные составляющие цикла менеджмента. Характеристика функций цикла.	2	2
	<b>Самостоятельная работа 4:</b> Взаимосвязь и взаимообусловленность функций управленческого цикла.	2	3
<b>Тема 11. Система методов управления.</b>	Системы методов управления: организационно-распорядительные, экономические, социально-психологические, их достоинства и недостатки; характер воздействия.	2	2
	<b>Самостоятельная работа 5:</b> Практика применения бонусной системы в управлении	2	3
	<b>Практическая работа 3:</b> Применение различных методов управления на практике.	2	3

<b>Тема 12. Переговоры в системе менеджмента</b>	Понятие переговоров, принципы, методы, этапы, участники переговоров. Правила эффективных переговоров в менеджменте.	2	2
	<b>Самостоятельная работа 6:</b> Эффективные методы деловых коммуникаций в менеджменте	2	3
	<b>Практическая работа 4:</b> Решение ситуаций по этике взаимоотношений и психологии контакта	2	3
<b>Тема 13. Совещание: понятие, этапы.</b>	Понятие совещания, правила ведения совещания, подготовка и проведения совещания. Цели, методы и задачи организации совещаний.	2	2
	<b>Самостоятельная работа 7:</b> Характеристика тайм-менеджмента.	2	3
	<b>Практическая работа 5:</b> Составление предварительного плана проведения совещания.	2	3
<b>Тема 14. Процесс принятия управленческого решения</b>	Типы решений и требования, предъявляемые к ним. Методы принятия решений. Матрица принятия решений. Уровни принятия решений: рутинный, селективный, адаптационный, инновационный. Этапы принятия решений: установление проблемы, выявление факторов и условий, разработка решений, оценка и принятие решения.	2	2
	<b>Самостоятельная работа 8:</b> Типы и виды управленческих решений.	2	3
<b>Тема 15. Деловое общение</b>	Правила ведения бесед, совещаний. Планирование проведения данных мероприятий. Фазы делового общения: начало беседы, передача информации, аргументирование, опровержение доводов собеседника, принятие решения. Абстрактные типы собеседников. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных переговоров.	2	2
	<b>Практическая работа 6:</b> Составление плана деловой беседы, телефонных переговоров	2	3
<b>Тема 16. Понятие власти и ее виды</b>	Власть и влияние. Виды власти: власть, основанная на принуждении; власть, основанная на вознаграждении; законная власть (влияние через традиции); власть примера (влияние с помощью харизмы); экспертная власть. Методы влияния, их содержание. Лидерство и власть.	2	2
	<b>Самостоятельная работа 9:</b> Лидерство – понятие, подходы к лидерству, «Модели лидеров», «Источники власти и влияния»	2	3
<b>Тема 17. Стили управления коллективом организации</b>	Стили руководства в управлении. Двухмерная трактовка стилей. Управленческая решетка. Имидж менеджера. Психологическая устойчивость руководителя как основа нормальной обстановки в организации.	2	2
	<b>Самостоятельная работа 10:</b> Основные типы менеджеров и их роли.	2	3



<b>Тема 18. Сущность маркетинга и маркетинговая среда предприятия.</b>	Основные понятия маркетинга. История маркетинга. Субъекты и объекты маркетинга. Принципы и функции маркетинга. Понятие маркетинговой среды предприятия. Микро и макросреда маркетинга.	2	2
	<b>Самостоятельная работа 11:</b> Составление таблицы «Влияние факторов маркетинговой среды на деятельность предприятия».	2	3
<b>Тема 19. Содержание маркетинговых исследований.</b>	Понятие МИ. Содержание и направления маркетинговых исследований. Этапы МИ. Методы и виды МИ.	2	2
	<b>Практическая работа 7:</b> Проведение маркетингового исследования продовольственного товара, разработка анкеты.	2	3
	<b>Самостоятельная работа 12:</b> Составить план маркетингового исследования любого товара и провести его.	2	3
<b>Тема 20. Маркетинговая информация.</b>	Понятие маркетинговой информации. Вторичная и первичная маркетинговая информация. Методы сбора маркетинговой информации. Значение МИ в современном маркетинге.	2	2
	<b>Самостоятельная работа 13:</b> Внешняя и внутренняя вторичная маркетинговая информация.	2	3
<b>Тема 21. Сегментирование рынка и выбор целевого рынка.</b>	Признаки и критерии сегментирования рынка. Позиционирование товара на рынке. Рыночная ориентация предприятий. Этапы выбора целевого рынка.	2	2
	<b>Практическая работа 8:</b> Провести позиционирование товара на рынке.	2	3
	<b>Самостоятельная работа 14:</b> Значение сегментирования рынка в современном бизнесе.	2	3
<b>Тема 22. Сущность и жизненный цикл товара.</b>	Понятие товара. Виды классификации товаров. Жизненный цикл товара: понятие, стадии. Стратегии маркетинга на разных этапах жизненного цикла товара.	2	2
	<b>Практическая работа 9:</b> Составление графика «Жизненный цикл товара».	2	3
	<b>Самостоятельная работа 15:</b> История создания и развития упаковки.	2	3
<b>Тема 23. Товарная политика предприятия.</b>	Сущность товарной политики предприятия. Принципы ее разработки. Товарная политика как средство в конкурентной борьбе.	2	2
	<b>Практическая работа 10:</b> Разработка товарной политики предприятия.	2	3
<b>Тема 24. Понятие цены и ценообразование.</b>	Сущность цены. Классификация цен в современном маркетинге. Сущность ценообразования. Методы ценообразования. Применение метод на практике.	2	2
	<b>Практическая работа 11:</b> Установление цены на товар различными методами ценообразования.	2	3
	<b>Самостоятельная работа 16:</b> Стратегии разработки новых товаров	2	
<b>Тема 25. Ценовая политика предприятия.</b>	Сущность ценовой политики предприятия. Принципы и этапы ее разработки. Значение ценовой политики в конкурентной борьбе.	2	2
	<b>Практическая работа 12:</b> Расчет точки безубыточности.	2	3

	<b>Самостоятельная работа 17:</b> Комплекса маркетинговых коммуникаций	2	3
<b>Тема 26. Каналы распределения и товародвижения.</b>	Понятие и природа канала распределения. Виды распределения: нулевой уровень, одноуровневый, двухуровневый и трехуровневый канал. Принципы распределения. Значение канала распределения в маркетинге.	2	2
	<b>Практическая работа 13:</b> Составление канала распределения для товаров промышленного назначения.	2	3
<b>Тема 27. Маркетинговая система распределения.</b>	Понятие маркетинговой системы распределения. Вертикальная, горизонтальная и многоканальная системы маркетингового распределения.	2	2
	<b>Практическая работа 14:</b> Построения вертикальной системы маркетингового распределения.	2	3
	<b>Самостоятельная работа 18:</b> Методы ценообразования	1	3
<b>Тема 28. Система маркетинговых коммуникаций</b>	Сущность маркетинговой коммуникации. Система маркетинговой коммуникации: реклама, личная продажа, публик релейшенз, пропаганда. Реклама как основной способ продвижения товара на рынке.	2	2
	<b>Практическая работа 15:</b> Расчет эффективности рекламной компании	2	3
<b>Тема 29. Управление и планирование маркетинга.</b>	Понятие управления и планирования в маркетинге. Виды планов маркетинга. Подразделения организации управляющие маркетингом.	2	2
<b>Всего</b>		<b>123</b>	

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Требование к материально-техническому обеспечению**

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета: рабочее место студента и преподавателя, плакаты, инструкционные карты, макеты, слайды, видеоматериал (учебные фильмы об управлении), учебная доска, раздаточный материал.

Технические средства обучения: компьютеры, интерактивные доски.

#### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

##### **Перечень рекомендуемых учебных изданий, интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

###### **Основные источники:**

1. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: учебник/ Виханский О.С., Наумов А.И.- М.: Экономистъ, 2014.- 288 с.
2. Гордиенко Ю.Ф., Обухов Д.В., Зайналабидов М.С. Менеджмент. Серия «Среднее профессиональное образование». Ростов-на-Дону: Феникс, 2012.-288 с.
3. Уткин Э.А. Курс менеджмента. Учебник для вузов. - М.: Издательство «Зерцало», 2013. - 448 с.
4. Вачугов Д.Д. Основы менеджмента: Учебник. – М.: Высш. Школа, 2014 г. – 367 с.
5. Веснин В.Р. Менеджмент: Учебник. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2012. – 504 с.
6. Драчева Е.П., Юликов Л.И. Менеджмент: Учебник. – М.: Мастерство, 2012. – 288 с.
7. Егорова Т.И. Основы менеджмента. – Ижевск: НИЦ «Регулярная и хаотическая динамика», 2013. – 136 с.
8. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: Учебник для вузов 3-е изд./ Под общ. Ред. Г.Л.Багиева .- СПб.: Питер, 2013.- 736 с.

9. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 3-е изд./ Пер. С англ. Под науч. ред. С.Г.Жильцова.- СПб.: Питер, 2012.- 480 с.

10. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник/ Под ред. проф. В.А. Алексунина .- 3-е изд., -М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2011.- 716 с.

11. Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н. Маркетинг.- СПб.: Питер, 2012.- 400 с.

12. Гродских В.С. Экономическая теория. – СПб.: Питер, 2013. – 208 с

13. Микроэкономика / Под ред. М.И. Ноздрина-Плотницкого. – Минск: Современная школа, 2011. – 384 с.

14. Николаева И.П. Экономическая теория. – М.: Дашков и Ко, 2012. – 328 с.

15. Носова С.С. Экономическая теория. – М.: Кнорус, 2011. – 792 с.

16. Тарануха Ю.В. Микроэкономика. – М.: Дело и сервис, 2012. – 608 с.

17. Экономическая теория / Под ред. В.Д. Камаева. – М.: Владос, 2012. – 592 с.

#### **Дополнительные источники:**

1. Авдеев В.В. Управление персоналом: технология формирования команды. - М.: Финансы и статистика, 2012. – 544с.

2. Быкова А.А.Организационные структуры управления. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2013.- 158с.: ил. – (Успешный бизнес. Мастер – класс).

3. Дафт Р. Менеджмент / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2014. -832с.

4. Инновационный менеджмент: Уч. для вузов. /Под. ред. Ильенкова С. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. -343с.

5. Калигин Н.А. Принципы организационного управления. - М.: Фин.и стат., 2012. -272с.

6. Князев С.Н. Управление: искусство, наука, практика: учеб. пособ. для студ. вузов. – Минск: Армита-Маркетинг, Менеджмент, 2011. -511с.: рис., табл. – (Серия «Современное образование»).

7. Коддлер И. Успешная организация вашего времени. – М.: Олма-Пр. Инвест, 2012. -64с.
8. Льюис Д. Управление командой: как заставить других делать то, что вам нужно. – СПб.: Питер, 2013. -160с.
9. Магура М.И., Курбатова М.Б. Организация обучения персонала компании. - М.: Интел-Синтез, 2012. -192с.
10. Менеджмент: теория и практика в России: Учебник / Под ред. А.Г. Поршнева. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2011. – 528 с.
11. Бурцева Т. Имитационные системы принятия маркетинговых решений //Т.Бурцева, В. Вохминцев, Н. Катаева //Маркетинг. - 2013. - № 5. - С. 34-40; № 6. - С. 70-81.
12. Гавриленко Н.И. Роль и место маркетинга и маркетингового управления в работе с хозяйствующими субъектами //Менеджмент в России и за рубежом. - 2014. - № 1. - С. 43-52.
13. Коротков А. Совершенствование управления маркетингом //Маркетинг. - 2014. - № 1. - С. 19-28.
14. Кочергов Д. Стратегический маркетинг //Экономика и жизнь. - 2014. - № 1. - С. 31.
15. Овчинникова О.В. Опыт создания аналитической службы маркетинга и продаж //Маркетинг и маркетинговые исследования. - 2014. - № 1. - С.32-39.
16. Земляк С.В. Показатели эффективности системы управления маркетинговыми технологиями //Маркетинг. -2014. - № 5. - С. 46-51.
17. Короткова Т. Влияние социально-этического маркетинга на экономическую эффективность бизнеса //Маркетинг. – 2013. - № 6. - С. 32-37.
18. Лобода Л.Н. Создание стратегических конкурентных преимуществ на рынке консалтинга //Маркетинг и маркетинговые исследования. - 2013. - № 1. - С. 10-21.

19. Нерсисян Т.Я. Не мешай: Совершенствование государственного регулирования предпринимательской деятельности на региональном уровне //Российское предпринимательство. - 2013. - № 2. - С. 8-13.

20. Алиев И.М., Горелов Н.А., Ильина Л.О. Экономика труда. – М.: Юрайт, 2014. – 672 с.

21. Пашуто В.П. Организация, нормирование и оплата труда на предприятии. – М.: Кнорус, 2012. – 320 с.

22. Самойлович В.Г., Телушкина Е.К. Экономика предприятия. – М.: Академия, 2013. – 224 с.

23. Чечевицына Л.Н., Чечевицына Е.В. Экономика предприятия. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. – 384 с.

24. Экономика предприятия / Под ред. А.Е. Карлика, М.Л. Шухгалтер. – СПб.: Питер, 2012. – 464 с.

25. Экономика труда / Под ред. Н.А. Горелова. – СПб.: Питер, 2012. – 704 с.

#### Интернет ресурсы:

1. <http://www.rjm.ru>
2. <http://www.new-management.info>
3. <http://www.top-manager.ru>
4. <http://www.twirpx.com>
5. <http://technolog.edu.ru>
6. <http://files.lib.sfu-kras.ru>
7. <http://www.twirpx.com>
8. <http://www.bsu.by>
9. <http://e-lib.kemtipp.ru>

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения – это формулировки того, что именно должен знать, понимать и/или в состоянии продемонстрировать обучающийся по окончании программы обучения.

**Контроль и оценка** результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
<p><b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;</li> <li>- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;</li> <li>- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг</li> </ul> <p><b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные положения экономической теории;</li> <li>- принципы рыночной экономики;</li> <li>- современное состояние и перспективы развития сельского хозяйства и ветеринарии;</li> <li>- роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;</li> <li>- механизмы ценообразования на продукцию (услуги);</li> <li>- формы оплаты труда;</li> <li>- стили управления, виды коммуникации;</li> <li>- принципы делового общения в коллективе;</li> <li>- управленческий цикл;</li> <li>- особенности менеджмента</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— подготовка докладов и рефератов, анализ производственных ситуаций;</li> <li>— устный опрос, оценка результатов выполнения практической работы</li> <li>— тестирование и анализ производственных ситуаций;</li> <li>— устный опрос, написание эссе и их оценка;</li> <li>— интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, проверка самостоятельной работы;</li> <li>— тестирование, проверка самостоятельной работы;</li> <li>— проверка самостоятельной работы, тестирование;</li> <li>— оценка результатов выполнения практической работы, тестирование;</li> <li>— решение профессиональных задач, устный опрос;</li> <li>— решение ситуационных задач, тестирование,</li> </ul>

<p>в области ветеринарии;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;</li><li>- формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.</li></ul>	<p>проверка докладов;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>— тестирование, проверка опорных конспектов, устный опрос;</li><li>— проверка самостоятельной работы, собеседование.</li></ul>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------