

**Министерство сельского хозяйства РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Вологодская государственная
молочнохозяйственная академия имени Н.В. Верещагина»**

Экономический факультет

Кафедра экономики и управления в АПК

**ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И
МАРКЕТИНГА**

ПРАКТИКУМ

для обучающихся по направлению подготовки
35.02.04 Охотоведение и звероводство

**Вологда - Молочное
2025**

УДК

ББК

Составитель

старший преподаватель кафедры экономики и менеджмента

Фатеева Наталия Владимировна

Рецензенты

к.э.н., доцент кафедры экономики и управления в АПК

А. А. Лагун

к.т.н., доцент кафедры технологии молока и молочных продуктов

Е.Ю. Неронова

Основы экономики, менеджмента и маркетинга: Практикум / Сост. Н. В. Фатеева. - Вологда – Молочное: ИЦ ВГМХА, 2025 – 25 с.

Практикум является учебным изданием, содержащим практические задания для самостоятельной внеаудиторной и аудиторной работы.

Практические задания выполняются с целью выработки практических умений исходя из программы дисциплины по конкретным разделам «Основы экономики», «Основы менеджмента» и «Основы маркетинга»; обобщения, систематизации, углубления, закрепления теоретических знаний; формирование умений применять теоретические знания для решения практических упражнений, реализации единства интеллектуальной и практической деятельности.

Практикум предназначен для обучающихся по направлению подготовки 35.02.04 Охотоведение и звероводство (Профессиональная подготовка).

Практикум рассмотрен и утвержден методической комиссией экономического факультета.

УДК

ББК

© Фатеева Н. В., 2025

© ФГБОУ ВО Вологодская ГМХА , 2025

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1 РАЗДЕЛ 1 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ	
1.1 Тема 1.1 Сущность экономической теории. Принципы рыночной экономики. Задания 1, 2, 3	5
1.2 Тема 1.2 Современное состояние и перспективы развития отрасли. Роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике. Задания 4, 5	7
1.3 Тема 1.3 Механизмы формирования заработной платы. Задания 6,7	9
2 РАЗДЕЛ 2 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА	
2.1 Тема 2.1 Стили управления, виды коммуникации. Задания 8, 9, 10	11
2.2 Тема 2.2 Управленческий цикл. Задание 11	15
2.3 Тема 2.3 Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности. Задания 12, 13, 14,15	16
2.4 Тема 2.4 Принципы делового общения в коллективе. Задание 16	18
3 РАЗДЕЛ 3 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА	
3.1 Тема 3.1 Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом. Задания 17, 18, 19	21
3.2 Тема 3.2 Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации. Задания 20, 21	23
3.3 Тема 3.3 Механизмы ценообразования на продукцию (услуги). Задание 22, 23	24
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	23
ПРИЛОЖЕНИЕ А	24

Введение

Практикум составлен в соответствии с Рабочей программой дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» для студентов направления подготовки **35.02.04 Охотоведение и звероводство**.




Практикум создан с целью выработки практических умений исходя из Рабочей программы дисциплины по конкретным разделам «Основы экономики», «Основы менеджмента» и «Основы маркетинга»; обобщения, систематизации, углубления, закрепления теоретических знаний; формированию умений применять теоретические знания для решения практических упражнений, реализации единства интеллектуальной и практической деятельности.

Практикум по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» предназначен для закрепления теоретических знаний обучающихся и приобретения практических навыков в решении различных ситуационных задач, которые могут быть использованы в будущей практической профессиональной деятельности.

Практикум содержит задания для *самостоятельной работы*, они дают возможность студентам самостоятельно находить и изучать новый материал, учиться работать с литературой и методическими пособиями, способствуют формированию у студентов нового экономического мышления.

Самостоятельная работа – это вид учебной деятельности, выполняемый учащимся без непосредственного контакта с преподавателем или управляемый преподавателем опосредовано через специальные учебные материалы, каковым и является настоящий практикум.

При изучении дисциплины организация самостоятельной работы студентов представляет две формы, которые отмечены специальными значками в практикуме:

1. *Внеаудиторная* самостоятельная работа. 
2. *Аудиторная* самостоятельная работа, которая осуществляется под непосредственным руководством преподавателя.  

Практикум содержит в себе 22 задания, которые дают возможность студентам самостоятельно находить и изучать новый материал, учиться работать с литературой и методическими пособиями, способствуют формированию у студентов нового экономического мышления.

Каждое задание по дисциплине выполняется письменно в тетради для практических работ. Оформленный отчет о выполнении задания должен содержать: наименование раздела и темы (*например, раздел «Основы маркетинга», тема 3.2 Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации*); номер задания (*например, задание 20*); необходимые записи по заданию, выводы; список литературы.

Раздел 1 Основы экономики

Тема 1.1 Сущность экономической теории. Принципы рыночной экономики



Задание 1

Составьте схему «Структура экономики». В схему включить составляющие экономики, как сложной системы, имеющей несколько взаимосвязанных и взаимозависимых уровней.



Задание 2

Составьте таблицу «Характеристика основных школ и направлений развития экономической теории», включив графы: «Школы и направления, их представители»; «Основной период развития»; «Основные идеи».



Задание 3

Ответьте на вопросы теста.

1. Какой из приведенных ниже ответов является правильным?

- а) Экономическая наука зародилась в древнем Китае. Обоснуйте свой ответ.
- б) Экономическая наука берет свое начало в трудах древнеиндийских философов.
- в) У истоков современной экономической теории стоял А. Смит.
- г) Истоки современных экономических знаний содержатся в Ветхом завете и учениях Христа.

2. Выберите наиболее полное и корректное определение предмета экономической теории.

- а) Экономика изучает производительные силы общества и наиболее эффективные способы их распределения по отраслям, регионам, странам.
- б) Экономика изучает переменные величины, поведение которых определяет состояние народного хозяйства (цены, спрос, занятость и т. д.).
- в) Экономика изучает, как общество использует ограниченные ресурсы, необходимые для производства различных товаров в целях удовлетворения потребностей его членов.
- г) Экономика изучает спрос, производство, потребление и необходимое для этого количество денег.

3. Какое из приведенных положений не имеет отношения к определению предмета экономической теории:

- а) неограниченные производственные ресурсы;
- б) максимальное удовлетворение потребностей;
- в) эффективное использование ресурсов;
- г) редкость блага;
- д) выбор между материальными и духовными потребностями.

4. Если исследуется экономика, как целостная система, то это анализ:

- а) Микроэкономический.
- б) Макроэкономический.
- в) Позитивный.
- г) Нормативный.

5. Какова экономическая цель, если общество стремится минимизировать издержки и максимизировать отдачу от ограниченных производственных ресурсов?

- а) Достижение полной занятости.
- б) Поддержание экономического роста.
- в) Экономическая безопасность.
- г) Экономическая эффективность.

6. Позитивная экономическая теория изучает:

- а) «Что есть».
- б) Что должно быть.
- в) Положительные тенденции в экономическом развитии.
- г) Оценочные суждения.

7. Экономическая теория:

- а) Пригодна только для изучения капиталистической системы хозяйствования.
- б) Пригодна для изучения всех экономических систем.
- в) Не может быть полезной при изучении экономических отношений, свойственных социализму.
- г) Все предыдущие ответы неверны.

8. Общий уровень цен и безработицы в экономической системе изучается в курсе:

- а) Микроэкономики.
- б) Макроэкономики.
- в) Менеджмента.
- г) Международных финансов.

9. В экономике действует закон убывающей производительности факторов производства. Каким образом в этих условиях поддерживается экономический рост:

- а) Потребуется все меньше и меньше производственных ресурсов.
- б) Прирост дополнительных ресурсов не увеличит, а уменьшит общий объем производства.
- в) Необходим прирост ресурсов, но цена дополнительной единицы ресурсов будет возрастать.
- г) Потребуется все больше и больше ресурсов.

10. Проблемы того, «что, как и для кого производить» могут иметь отношение:

- а) Только к тоталитарным системам или к обществам, где господствует централизованное планирование.
- б) Только к рыночной экономике.
- в) Только к отсталой экономике.
- г) К любому обществу безотносительно его социально-экономической и политической организации.

11. Проблема «что производить» не стоит, если:

- а) Предложение ресурсов настолько ограничено, что они должны быть использованы только для производства предметов потребления.
- б) Экономика не достигла стадии, когда начинает действовать закон убывающей производительности факторов производства.
- в) Предложение ресурсов достаточно и для того, чтобы производить предметы роскоши.
- г) Каждый производственный ресурс специфичен, т.е. он может быть использован для производства только одного конкретного товара.

12. Если в экономике действует закон убывающей производительности факторов производства, то для поддержания ее роста необходимы:

- а) Пропорциональный рост всех факторов производства.
- б) Рост некоторых факторов производства при неизменном объеме хотя бы одного производственного ресурса.
- в) Рост объема только одного фактора производства (при неизменных объемах остальных факторов).
- г) Пропорциональный рост всех факторов производства (в натуральном выражении) при снижении цены дополнительной единицы продукции.

13. Проблема «что производить»:

- а) Может стоять только перед частным предпринимателем, но не перед обществом.
- б) Может рассматриваться как проблема выбора точки на ЛПВ.
- в) Изучается на основе действия закона убывающей производительности факторов производства.
- г) Возникает только в условиях острого дефицита ресурсов.

14. Проблема «как производить» не существует:

- а) Если количество производственных ресурсов строго фиксировано и «привязано» к конкретным товарам.
- б) Если экономика не испытывает действия закона убывающей доходности факторов производства.
- в) При условии ограниченности запасов производственных ресурсов по отношению к наличной рабочей силе.
- г) В технически развитом обществе, где эта проблема становится чисто технической.

15. Фермер, который использует неэффективные методы производства:

- а) Безработный.
- б) Частично безработный.
- в) Относится к числу занятых.
- г) Все предыдущие ответы неверны.

Тема 1.2 Современное состояние и перспективы развития отрасли. Роль и организация хозяйствующих субъектов в рыночной экономике



Задание 4

Подготовить сообщение (презентацию) на тему:

1. Современное состояние развития и перспективы развития охотничьих хозяйств в России.

Для выполнения задания использовать ключевые стратегические документы: «Стратегия развития охотничьего хозяйства РФ до 2030 года»
В ходе подготовки презентаций отразить следующие актуальные вопросы:

- 1. Ведущие регионы РФ по развитию охотничьего хозяйства.
- 2. Проблемы развития охотничьих хозяйств.
- 3. Меры господдержки охотничьего промысла.

Презентации должны отвечать требованиям *СТО ФГБОУ ВО Вологодская ГМХА 1.2–2022 «Материалы демонстрационные учебные. Общие требования и правила оформления»*. Воспользуйтесь данными, приведенными в приложении А.



Задание 5

Составьте схему «Организационно-правовые формы предприятий (организаций)». После схемы запишите определения каждой организационно-правовой формы *коммерческих* предприятий, дайте характеристику по плану:

1. Понятие
2. Особенности учреждения
3. Статус владельцев
4. Источники формирования капитала
5. Право собственности
6. Особенности управления
7. Ответственность по обязательствам
8. Кредитоспособность
9. Распределение прибыли и убытков
10. Основные положения устава и учредительного договора
11. Количество участников

Прочитайте *памятку*, в которой указаны изменения в наименованиях организационно-правовых форм предприятий, действующих в РФ:

С 1 сентября 2014 года вступили в силу серьезные изменения Гражданского кодекса, которые существенно повлияли на юридические лица.

Существенным изменениям подверглись организационно-правовые формы предприятий, на базе которых возможно создание коммерческой организации:

1. Больше не допускается создание каких-либо обществ с дополнительной ответственностью (ОДО) (п. 4 ст. 66 ГК РФ);

*2. На смену закрытым и открытым хозяйственным обществам пришли два других типа: **публичные (ПАО)** и **непубличные (АО и ООО)**.*

Согласно новым положениям ГК РФ можно сказать, что организационно-правовая форма ООО не претерпела серьезных изменений, зато АО должны называться иначе. Теперь новое юридическое лицо не может быть ОАО или ЗАО, а только ПАО (публичное) или АО (непубличное), соответственно. При этом существующие закрытые и открытые АО не нуждаются в перерегистрации, а сменить названия они могут при внесении иных изменений в ЕГРЮЛ.

*Введены такие понятия для классификации организаций, как **унитарные и корпоративные предприятия**. К какому виду относится компания можно понять по следующим признакам: являются ли*

учредители участниками (членами) компании и могут ли они формировать высший орган (п. 1 ст. 65.1 ГК РФ). Следовательно, если:

- учредители могут быть участниками (членами), принимать участие в собраниях, формировать высший орган и т. д. - организация является корпоративной (ООО, АО и др.);

- учредители не могут быть участниками и не принимают участия - организация унитарная (ГУП, МУП и т. д.).

Корпоративные компании, таким образом, относятся к корпорациям, которыми являются все хозяйственные общества, например. Унитарными же в основном являются государственные предприятия, в которых учредителем как раз является государство или муниципальный орган, что и фиксируется в названии. Более подробно http://www.garant.ru/consult/civil_law/566077/

Тема 1.3 Механизмы формирования заработной платы



Задание 6

Составьте пример Положения об оплате труда для молочного завода. Используйте пример ГАРАНТ. РУ <http://www.garant.ru/article/720441/#ixzz58Oc5NF5t>



Задание 7

Изучить статистические данные по оплате труда охотоведов (например, <https://russia.trud.com/salary/692/77474.html>), ответить на вопросы письменно в тетради:

1. Каков уровень средней заработной платы по специальности Охотовед в РФ за последние 12 месяцев?
2. Как распределены вакансии Охотовед по областям РФ?
3. Как распределяется количество вакансий профессии Охотовед в % по диапазонам зарплаты?

РАЗДЕЛ 2 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА

Тема 2.1 Стили управления, виды коммуникации



Задание 8

Проанализируйте приведенные в таблице 3 помехи при общении. Определите, проявлением, какого барьера является каждая из них, и заполните таблицу.

Таблица 3- Помехи и барьеры

Помехи	Барьеры
1. Различное понимание одних и тех же жестов людьми из разных стран	
2. Фильтрация информации	
3. Жаргон, используемый в рабочей группе	
4. Наличие большого числа уровней в структуре управления	
5. Частое употребление в речи выражений «так сказать», «скажем так» и пр.:	
6. Отсутствие у руководителя времени на то, чтобы выслушать каждого подчиненного	
7. Расстояние между общающимися более 50 м	
8. Психологическая несовместимость общающихся	
9. Отсутствие регламентов деятельности работников и подразделений аппарата управления	
10. Различное понимание одних и тех же слов и выражений	
11. Неумение слушать собеседника	
12. Различное восприятие дистанции между общающимися представителями разных стран	

Более подробно:

http://www.ereading.mobi/chapter.php/1042629/64/Latfullin__Org_povedenie._Praktik.html



Задание 9

Проанализируйте следующую ситуацию из практики деятельности предприятия и определите, о каких коммуникациях идет речь.

На предприятии разработана программа по управлению производительностью. Важной частью этой программы выступает разработка и распространение внутри предприятия специальных вопросников. В анкетах, которые раздаются всем сотрудникам одного подразделения, затрагиваются такие вопросы, как:

1. Уважение к работнику.
2. Стремление оказать активную помощь клиенту.
3. Работа в команде.
4. Инновации и высокие этические нормы.

Результаты этого опроса, получаемые руководителем, являются проявлением обратной связи от его подразделения. Руководитель анализирует эти результаты, затем конфиденциально обсуждает их с фасилитатором (модератором), после чего они выносятся на обсуждение общего собрания коллектива подразделения.

Другие задания по теме можно посмотреть по ссылке <http://bek.sibadi.org/fulltext/EPD838.pdf> Деловые коммуникации: Методические указания и задания по выполнению контрольной работы по дисциплине «Деловые коммуникации» для студентов заочной формы обучения направление подготовки 080200.62 «Менеджмент», профиль «Производственный менеджмент», профиль «Логистика». / сост. Н.Б. Пильник. – Омск: СибАДИ, 2012. – 25 с.



Задание 10

Проведите диагностику склонности к определенному стилю руководства (автор Е.П. Ильин). Этот и другие тесты по менеджменту можно найти по ссылке <http://www.gurutestov.ru/test/231>

Инструкция. Представьте себе, что вы руководите коллективом. Вам предлагается ответить, как бы вы осуществляли это руководство в ситуациях, изложенных в опроснике. По каждому пункту опросника из трех вариантов ответа (а, б, в) выберите тот, который в большей степени характеризует ваше поведение в качестве руководителя, и соответствующую ответу букву обведите кружком.

Опросник

1. При принятии важных решений вы:
 - а) посоветуетесь с коллективом;
 - б) постараетесь не брать на себя ответственность за принятие решения;
 - в) примете решение единолично.
2. При организации выполнения задания:
 - а) предоставите свободу выбора способа выполнения задания участникам коллектива, оставив за собой лишь общий контроль;

- б) не будете вмешиваться в ход выполнения задания, полагая, что коллектив сам сделает все как надо;
 - в) будете регламентировать деятельность членов коллектива, строго определяя, как надо делать.
3. При осуществлении контроля за деятельностью подчиненных:
- а) будете жестко контролировать каждого из них;
 - б) доверите осуществление контроля самим подчиненным;
 - в) посчитаете, что контроль не обязателен.
4. В экстремальной для коллектива ситуации:
- а) будете советоваться с коллективом;
 - б) возьмете все руководство на себя;
 - в) полностью положитесь на лидеров коллектива.
5. Строя взаимоотношения с членами коллектива:
- а) будете оказывать помощь подчиненным в их личных делах;
 - б) будете общаться, в основном если к вам обратятся;
 - в) будете поддерживать свободу общения между вами и подчиненными.
6. При управлении коллективом:
- а) будете оказывать помощь подчиненным в их личных делах;
 - б) посчитаете, что в личные дела подчиненных нет необходимости вмешиваться;
 - в) будете интересоваться личными делами подчиненных скорее из вежливости.
7. В отношениях с членами коллектива:
- а) будете стараться поддерживать хорошие личные отношения даже в ущерб деловым;
 - б) будете поддерживать только деловые отношения;
 - в) будете стараться поддерживать и личные, и деловые отношения в одинаковой степени.
8. По отношению к замечаниям со стороны коллектива:
- а) не допустите замечаний в свой адрес;
 - б) выслушаете и учтете замечания;
 - в) отнесетесь к замечаниям безразлично.
9. При поддержании дисциплины:
- а) будете стремиться к беспрекословному послушанию подчиненных;
 - б) сумеете поддерживать дисциплину без напоминания о ней подчиненным;
 - в) учтете, что поддержание дисциплины — это не ваш конек, и не будете оказывать давление на подчиненных.
10. В отношении того, что о вас подумает коллектив:
- а) вам будет безразлично;
 - б) постараетесь всегда быть хорошим для подчиненных, на обострения не пойдете;
 - в) внесете коррективы в свое поведение, если оценка будет негативной.
11. Распределив полномочия между собой и подчиненными:
- а) будете требовать, чтобы вам докладывали обо всех деталях;
 - б) будете полагаться на исполнительность подчиненных;
 - в) будете осуществлять только общий контроль.
12. При возникновении затруднений при принятии решения:
- а) обратитесь за советом к подчиненным;

- б) советоваться с подчиненными не будете, так как все равно отвечать за все придется вам;
- в) примете советы подчиненных, даже если их не просили.
13. Контролируя работу подчиненных:
- а) будете хвалить исполнителей, отмечать их положительные результаты;
- б) будете выискивать в первую очередь недостатки, которые надо исправить;
- в) осуществлять контроль будете от случая к случаю (зачем вмешиваться?).
14. Руководя подчиненными:
- а) сумеете так приказывать, что задания будут выполняться беспрекословно;
- б) будете в основном использовать просьбу, а не приказ;
- в) вообще не умеете приказывать.
15. При недостатке знаний для принятия решения:
- а) будете решать сами — ведь вы же руководитель;
- б) не побоитесь обратиться за помощью к подчиненным;
- в) постараетесь отложить решение: может, все образуется само собой.
16. Оценивая себя как руководителя, можете предположить, что вы:
- а) будете строгим, даже придирчивым;
- б) будете требовательным, но справедливым;
- в) к сожалению, будете не очень требовательным.
17. В отношении нововведений:
- а) будете скорее консервативным (как бы чего не вышло);
- б) если они целесообразны, то охотно их поддержите;
- в) если они полезны, добьетесь их внедрения в приказном порядке.
18. Вы считаете, что в нормальном коллективе:
- а) подчиненные должны иметь возможность работать самостоятельно, без постоянного и жесткого контроля руководителя;
- б) должен осуществляться жесткий и постоянный контроль, так как на совесть подчиненных рассчитывать не приходится;
- в) исполнители могут быть предоставлены сами себе.

Обработка и интерпретация результатов

За каждый сделанный выбор проставляется по 1 баллу.

К л ю ч

№	Ответы			№	Ответы		
	А	Б	В		А	Б	В
1	Д	Л	А	10	А	Л	Д
2	Д	Л	А	11	А	Л	Д
3	А	Д	Л	12	Д	А	Л
4	Д	А	Л	13	Д	А	Л
5	Д	А	Л	14	А	Д	Л
6	Д	А	Л	15	А	Д	Л
7	Д	А	Л	16	А	Д	Л
8	А	Д	Л	17	Л	Д	А
9	А	Д	Л	18	Д	А	Л

А — авторитарный стиль руководства;

Д — демократический стиль руководства;

Л — либеральный (попустительский) стиль руководства.

Поскольку в чистом виде склонность к одному из стилей руководства практически не встречается, речь может идти о смешанных стилях руководства с тенденцией

склонности к одному из них. Опрашиваемые чаще всего выбирают ответы, характеризующие демократический стиль руководства. Если таких ответов больше 12, можно говорить о склонности к демократическому стилю; если меньше и при этом выборы А на 3 балла превалируют над Л, можно говорить о склонности к авторитарно-демократическому стилю, а в случае превалирования на 3 балла выборов Л над А — о склонности к либерально-демократическому стилю.

Тема 2.2 Управленческий цикл



Задание 11

Провести анализ внешней и внутренней среды организации, с целью выявления возможности организации противостоять изменяющимся факторам среды и своевременной реакции на них.

Анализ проводится по основным составляющим внешней среды фирмы. Для проведения анализа по каждой составляющей предлагаются следующие вопросы.

При анализе внутренней среды организации обратить внимание на ее кадры, технические средства обеспечения управления и технические средства производства товаров и услуг, технические средства жизнеобеспечения, территории и помещения для их размещения и функционирования, организационную и производственную структуры предприятия, материальные, финансовые и социальные ресурсы.

План выполнения задания:

1. Охарактеризуйте значение внешней среды организации, выделив основные параметры внешней среды.
2. Охарактеризуйте факторы внешней среды, разделив их на две группы: среда прямого воздействия, среда косвенного воздействия.
3. Проведите изучение факторов внешней среды по следующим направлениям: экономические, политические, рыночные, технологические, социальные факторы, конкурентная среда и международная среда. Заполните таблицу из двух граф «Направления изучения» и «Изучаемые факторы».
4. Охарактеризуйте значение внутренней среды организации. Проведите анализ факторов внутренней среды организации и заполните таблицу, состоящую из двух граф «Направления анализа» и «Факторы».

Таблица 4 - Основные вопросы для анализа внешней среды

Наименование среды	Вопросы
Экономическая среда	Каков ожидаемый темп роста ВВП или промышленной продукции? Каков ожидаемый уровень инфляции? Какое изменение в экономике способно отрицательно повлиять на развитие рынка и спроса? Какие меры необходимо предпринять, если такое изменение произойдет?
Научно - техническая среда	Какие технические достижения, влияющие на себестоимость продукции и услуг, могут появиться? Какое развитие техники и технологии может повлиять на спрос наших товаров? Какие технологии могут представлять угрозу для области деятельности нашего предприятия? Какие меры необходимо предпринять с сегодняшнего дня, чтобы минимизировать влияние подобных изменений?
Политическая среда	Какие политические процессы, происходящие в обществе могут повлиять на нашу деятельность? Какие законы, и какие постановления, способные повлиять на наш бизнес, могут быть приняты в ближайшем будущем? Какие финансовые и налоговые инструкции могут повлиять на рентабельность нашего бизнеса? Каким образом ведется контроль отрасли со стороны правительственных органов и как он будет развиваться? Что необходимо предпринять предприятию в случае возможных осложнений условий деятельности?
Социально - демографическая среда	Какие социально - демографические изменения затрагивают наш бизнес? Какие изменения в позиции покупателей могут повлиять на глобальный спрос? Каковы предсказуемые последствия этих изменений?
Экологическая среда	Какие процессы, применяемые нашими поставщиками, создают угрозу для окружающей среды? Как поступить если поставщики будут вынуждены изменить свой производственный процесс? Какие используемые нами процессы и сырьевые материалы создают угрозу для здоровья или окружающей среды? Может ли наше предприятие стать мишенью для экологических движений? Какие меры должны быть приняты в случае необходимых изменений?

Подробный вопросник см. <http://helpiks.org/5-9950.html>

Тема 2.3 Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности



Задание 12

1. Проанализировать организационную структуру управления предприятием – охотничьим хозяйством, предложенную преподавателем, с помощью следующих параметров:

- количество уровней управления;
- структура подчинённости;
- распределение полномочий;
- структура коммуникаций.

2. Перечислите достоинства и недостатки отдельных структур управления. Как осуществляется распределение труда в системе управления?

3. В чем заключается роль менеджера при создании организации управления предприятием? Каковы особенности менеджмента на предприятиях различных организационных форм?

4. Предложите структуру управления.



Задание 13

Рассмотрите составляющие цикла менеджмента на примере охотничьего хозяйства, на котором проходили практику. Дайте ваши комментарии по каждой функции, входящей в цикл менеджмента.



Задание 14

Назовите по пять наиболее важных, по вашему мнению, мотиваторов для следующих лиц:

1. Вас лично на работе (в учебном заведении)
2. Квалифицированного рабочего
3. Служащего в конторе
4. Профессионала (технолога, инженера)
5. Неквалифицированного работника



Задание 15

По предлагаемому списку решений произвести классификацию каждого (общие или частное; воздействует на внешнюю или внутреннюю среду предприятия; незапрограммированное или запрограммированное). Подробнее <https://infourok.ru/kontrolnoocenochnie-sredstva-po-discipline-menedzhment-2443717-page7.html>

1.Наем директором специалиста в лабораторию компании, производящей сложные анализы готовой продукции.

2.Доведение мастером до рабочих дневного задания.

3.Определение финансовым директором размера дивидендов, которые должны быть выплачены акционерам за год последовательной успешной финансовой деятельности компании.

4.Решение начальника о допущении официального отсутствия подчиненного на рабочем месте в связи с посещением им врача.

5.Дача руководителем согласия на принятие выпускника технологического факультета на работу в аппарат крупного предприятия.

6.Определение годового задания для подразделения организации.

7.Дача начальником согласия на предоставление подчиненному возможности посетить учебный семинар в области его специализации.

Тема 2.4 Принципы делового общения в коллективе



Задание 16

Проведение деловых переговоров (деловая игра) <http://psy-sait.ru/treningi/psihologicheskie-igry/102-delovaja-igra-lperegovoryr.html>

Цель деловой игры – приобретение навыков ведения полемики и делового спора как инструмента, помогающего успешному ведению деловых переговоров при заключении сделок.

Деловая игра «Переговоры» требует наличия двух компаний (команд), в каждой из которых есть собственный товар, но одновременно каждой из них требуется какой-либо другой товар. Например, одна компания производит промышленную продукцию, а другая – сельскохозяйственную. Главная задача – провести переговоры максимально эффективно, чтобы каждая из сторон могла на выгодных условиях осуществлять поставки товаров.

1 Подготовительная часть

Для начала ведущий разделяет участников на две команды, представляющие интересы двух компаний, и рассаживает их отдельно.

Каждая команда, посоветовавшись, принимает решение о том, кто какую продукцию будет представлять и кто какие роли будет играть на будущих переговорах. Кто представит президента компании, кто выполнит

роли финансиста, юриста, сотрудника службы сбыта, службы снабжения, кто экономист, дипломат, а также кто сыграет первые роли, кто второстепенные и так далее, в зависимости от количества участников.

Также необходимо решить, как организовать банкет и другие мероприятия, без которых ведение деловых переговоров невозможно.

Когда подготовка выполнена и все полностью организовано и готово к настоящим переговорам, приступаем непосредственно к игровой части.

2 Игровая часть

В игровом процессе предстоит найти взаимопонимание и тем самым решить важный финансовый вопрос между двумя компаниями о взаимных поставках товара. При этом нужно понимать, что от принятия верного решения будет полностью зависеть финансовое благосостояние каждого участника, поэтому действовать в таких ситуациях необходимо только общими усилиями.

1. Первым делом каждый участник деловой игры «Переговоры», от самых ответственных лиц до наблюдателей, представляется друг другу, можно заранее каждому прикрепить значок с обозначением его роли и имени в игре.

2. Представители делегаций указывают цели переговоров и главные условия.

3. Руководитель проекта дает возможность каждому сотруднику, соблюдая иерархию, высказать свое мнение и пожелания для получения наиболее выгодных условий.

4. Если заранее предусматривались отступления, то их также необходимо использовать – все средства для получения цели важны.

5. Когда ведение деловых переговоров подойдет к завершению, преподаватель, оценив финансовые преимущества каждой компании и учитывая зрительские симпатии, должен подвести организационные и финансовые итоги сделки, а после представить победителей.

6. Указать к какому типу собеседников относится предложенный в ситуации сотрудник (см. варианты ситуаций) Сделайте выбор, обоснуйте.

Ситуация 1

Ваш прямой начальник, не спрашивая вас и не ставив вас в курс дела, поручает вашему работнику задания, который уже занят вашим поручением. Вы и ваш начальник считает свои задания неотложными. Выберите наиболее приемлемый вариант решения.

А. Строго придерживаться субординации, не оспаривая решение начальника предложить подчиненному отложить выполнение текущей работы.

Б. Все зависит от того, насколько авторитетен в ваших глазах начальник.

В. Выразить свое несогласие с решением начальника, предупредить о том, что впредь в таких случаях будете отменять его задания, порученные вам подчиненному без вашего согласия.

Г. В интересах дела отменить задание начальника и приказать подчиненному продолжать начатую работу.

Ситуация 2

Сотрудник вашего отдела допустил халатность: не внес в информацию, направленную в вышестоящий орган уточненные данные.

Действия руководителя:

А. Посочувствовать работнику, пустив разрешение ситуации на самотек.

Б. Потребовать письменного объяснения, провести жесткий разговор, припомнив прежние ошибки подчиненного.

В. Вынести факт на обсуждение коллектива, предлагая принять коллективное решение.

Г. Приложить к объяснительной записке докладную на имя руководителя

Ситуация 3.

При распределении премий некоторые сотрудники коллектива посчитали, что их несправедливо обошли, и обратились к вам с жалобой. Что вы ответите?

А. Скажите, что премии распределяются и утверждаются в соответствии с приказом.

Б. Успокойте сотрудников, пообещав, что они получат премию в следующий раз, если заслужат.

В. Посоветуйте недовольным обратиться в соответствующий юридический или профсоюзный орган.

Контрольные вопросы:

1. Каковы правила ведения деловой беседы?
2. Из каких этапов состоит любая деловая индивидуальная беседа?
3. Какие существуют правила ведения совещаний?
4. Какие существуют основные стадии проведения делового совещания?
5. Опишите кратко принципы делового общения.

РАЗДЕЛ 3 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

Тема 3.1 Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом

Задание 17

Проанализировать поведение потребителей при совершении покупок различных видов товаров:

1. Продуктов питания
2. Одежды, обуви
3. Бытовой техники
4. Самостоятельный пример

Определить потребности, мотивацию, покупательское поведение, предпочтения, необходимость покупки. При анализе учитывать факторы, влияющие на поведение потребителей, типологию потребителей.

Задание 18

Тест «Реалии маркетинга» (составлен с использованием размышлений Питера Ф. Друкера) <http://gigabaza.ru/doc/69237-p6.html>

Утверждения	<i>Согласен</i> <i>Не согласен</i>
1. То, что сотрудникам фирмы кажется, что они знают о покупателе и рынке, скорее неверно, чем правильно 2. Есть только один человек, обладающий действительными знаниями – это покупатель 3. Покупатель часто приобретает то, что ему продается 4. Никто не платит за сам товар, платят за пользу, удовлетворение от него 5. Товары (услуги), рассматриваемые изготовителем в качестве непосредственных конкурентов, часто совпадают с подлинными конкурентами 6. Рассматриваемое изготовителями и продавцами продукции свойство продукции как важнейший отличительный признак данной продукции может оказаться сравнительно малозначимым для потребителя 7. Покупателя интересуют трудности и проблемы производителя товаров (услуг) 8. Производители в рекламных объявлениях стремятся заострить внимание на сложности и трудоемкости изготовления того или иного изделия. Покупатель не размышляет «Если это настолько трудно было сделать, вряд ли машина будет работать как следует» 9. Ни один отдельно взятый товар или отдельно взятая фирма не обладают исключительной важностью для рынка	

10. Покупатель проявляет безразличие к конкретной фирме или отрасли промышленности
11. Рынок - это жесткий работодатель, способный уволить даже самого верного слугу, не выделив ни копейки на выходное пособие
12. Внезапный крах крупной компании серьезно огорчит служащих и поставщиков, банки, профсоюзы и правительства. Но на глади рынка даже ряби можно не разглядеть
13. Бизнесмен рассматривает свою компанию и ее продукцию как центр всего, а покупатель может вовсе не замечать ни первое, ни второе
14. Покупателем является не тот, кто платит, а кто вырабатывает и определяет решение о покупке
15. Минимальное количество потребителей, обладающих решающим воздействием на принятие решения о покупке, равно двум: непосредственный покупатель (конечный пользователь) и канал сбыта
16. Каждый бизнес определяется в зависимости от своей ориентации на рынок, покупателей или конечное использование

Задание 19

Заполните таблицу, указав к какой функции маркетинга относится мероприятия

Мероприятия	Функции маркетинга			
	аналитическая	производственная	распределительно-сбытовая	управления и контроля
Реклама				
Анализ финансового положения предприятия				
Планирование маркетинга				
Исследование рынка				
Сегментация рынка				
Исследование продукта / услуги				
Организация производства новых товаров				
Организация товародвижения				
Исследование потребностей				
Анализ конкурентов				
Управление качеством товара				
Контроль				
Стимулирование сбыта				
Исследование внешней среды предприятия				

Тема 3.2 Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации



Задание 20

Познакомьтесь со статьей по ссылке: *Мильдзихов М. Т. Рыночная адаптация предприятий производителей товаров народного потребления в условиях нестабильной конъюнктуры // ПСЭ. 2017. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rynochnaya-adaptatsiya-predpriyatiy-proizvoditeley-tovarov-narodnogo-potrebleniya-v-usloviyah-nestabilnoy-konyunktury>*

Составить таблицы (в статье таблицы под номерами 2 и 3) «Параметры и критерии оценки привлекательности потенциальных рынков сбыта продукции предприятия для одного из потенциально привлекательных рынков (сегментов)»; «Параметры и критерии оценивания конкурентоспособности предприятия на выбранных рынках — потенциальных объектах маркетинговой активности предприятия» и сделать выводы.



Задание 21

Выбрать оптимальные методы для формирования спроса и стимулирования сбыта продукции.

1. Указать предприятие отрасли.
2. Выбрать продукт продвижения на рынок.
3. Обосновать выбор рынка, на который выводится продукт.
3. Выбрать оптимальные методы, которые необходимо применить для продвижения продукта.
4. Описать технологию использования выбранных методов.

Тема 3.3 Механизмы ценообразования на продукцию (услуги)



Задание 22

Сформировать ассортимент продукции. Установить цену на

продукты, учитывая цены конкурентов.

Таблица 5 – Цены на молочную продукцию

Наименование продукции	Цена, руб.	Конкурент 1	Цена, руб.	Конкурент 2	Цена, руб.
...

Список литературы

1. Овчаренко, Н. А. Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебник для бакалавров / Н. А. Овчаренко. - 5-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2025. - 162 с. - ISBN 978-5-394-05267-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083289>

2. Порфирьев, Д. Н. Основы экономики, менеджмента и маркетинга [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов СПО / Д. Н. Порфирьев. - Электрон.дан. - Пенза : ПГАУ, 2024. - 192 с. - Внешняя ссылка: <https://e.lanbook.com/book/270962>

3. Вазим, А. А. Основы экономики [Электронный ресурс] : учебник для спо / А. А. Вазим. - 3-е изд., стер. - Электрон.дан. - Санкт-Петербург : Лань, 2023. - 224 с. - Внешняя ссылка: <https://e.lanbook.com/book/302279>

4. Цветков, А. Н. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебник для спо / А. Н. Цветков. - 3-е изд., стер. - Электрон.дан. - Санкт-Петербург : Лань, 2023. - 192 с. - Внешняя ссылка: <https://e.lanbook.com/book/316985>

5. Океанова, Зинаида Константиновна. Основы экономики [Электронный ресурс] : учебное пособие для спо / З. К. Океанова. - 5-е изд., перераб. и доп. - Электрон.дан. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2023. - 287 с. - (Среднее профессиональное образование). - Внешняя ссылка: <https://znanium.com/catalog/document?id=427482>

**УСТОЙЧИВОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
ОХОТНИЧЬИХ РЕСУРСОВ
ПРИ СОХРАНЕНИИ
БИОРАЗНООБРАЗИЯ**

Осуществляется на территории **1,6 млрд га**

Охраняется, используется и воспроизводится **226 видов** диких животных

Экономическая оценка охотничьих ресурсов более **87 млрд руб.**

Более **80 тыс.** постоянных и временных рабочих мест

Продукция и услуги – около **16,2 млрд руб.**

ТРАДИЦИИ, КУЛЬТУРА, РЕКРЕАЦИЯ

Традиционное занятие для более **50** коренных малочисленных народов в **20** регионах России

Более **12 млн** охотников и членов их семей

Экологический туризм

Спорт

ЗАНЯТОСТЬ, ПРОДУКЦИЯ И УСЛУГИ

**ВКЛАД В ПРОДОВОЛЬСТВЕННУЮ
БЕЗОПАСНОСТЬ СТРАНЫ**



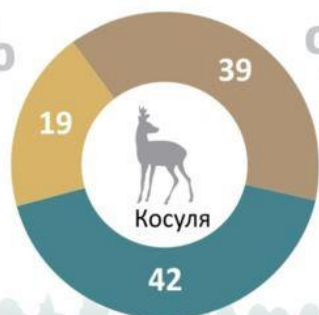
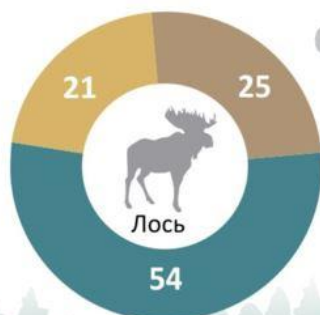
Площадь охотничьих угодий Российской Федерации, млн га

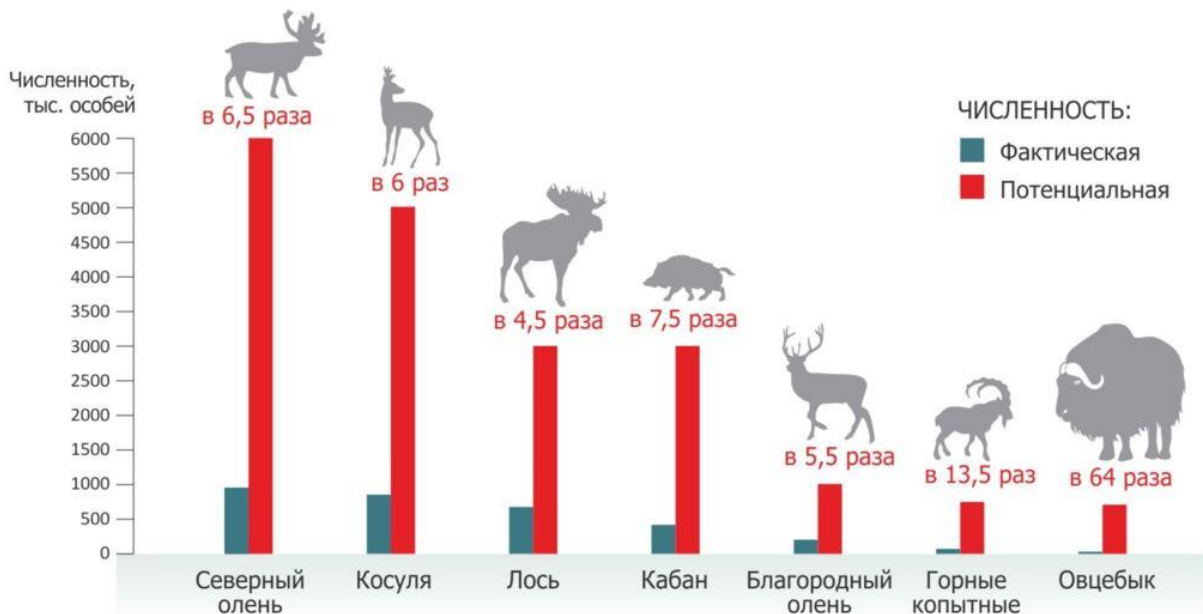


ОХОТНИЧЬИ УГОДЬЯ:

- Общественных организаций
- Общедоступные
- Коммерческие

Распределение основных видов охотничьих животных в охотугодьях Российской Федерации, %



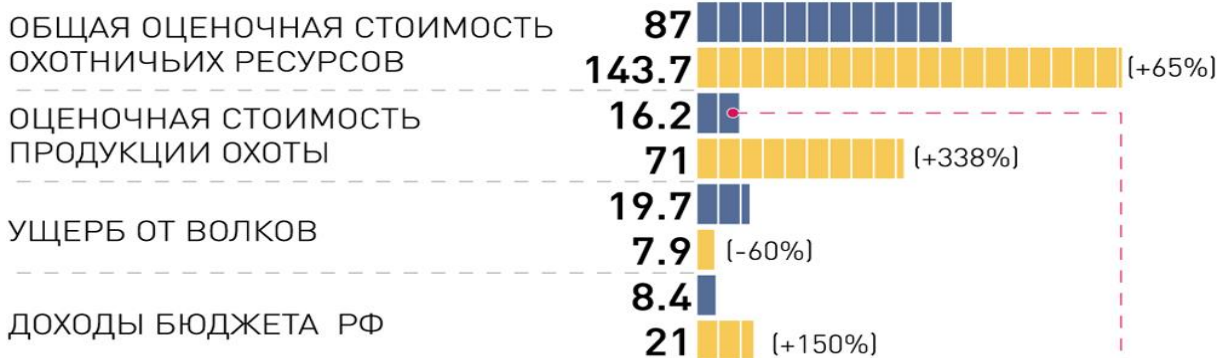


Экологическая ёмкость охотничьих угодий России позволяет **МНОГОКРАТНО** увеличить численность важнейших видов охотничьих животных

ПРОГНОЗ ЭКОНОМИКИ ОХОТНИЧЬЕГО ХОЗЯЙСТВА К 2020 ГОДУ. МЛРД РУБЛЕЙ

Источник: Минприроды

● 2012 ● 2020



СООТНОШЕНИЕ ЛЕГАЛЬНОГО И ТЕНЕВОГО РЫНКА ПРОДУКЦИИ ОХОТЫ. МЛРД РУБЛЕЙ

