

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ  
БПОУ ВО «ВОЛОГОДСКИЙ АГРАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП: 06 Основы экономики, менеджмента и маркетинга**

по специальности 36.02.01 Ветеринария

Программа подготовки  
базовая подготовка

Форма обучения  
очная форма обучения

Вологда, 2021

Рабочая программа предназначена для преподавания общепрофессиональной дисциплины обязательной части профессионального цикла студентам очной формы обучения специальности 36.02.01 Ветеринария в IV и V семестрах.

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по специальности среднего профессионального образования 36.02.01 ВЕТЕРИНАРИЯ, утвержденным приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 23.11.2020 г. № 657.

Составитель: Литвинова О.Б., преподаватель

## СОДЕРЖАНИЕ

ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
1.1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:.....	4
1.2. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:.....	4
2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ .....	6
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы .....	6
2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины Основы экономики, менеджмента, маркетинга.....	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ .....	9
3.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины .....	9
3.2. Учебно-методическое обеспечение дисциплины .....	9
4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....	10
4.1 Активные и интерактивные формы проведения занятий .....	10
5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ .....	11

# **ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Основы экономики, менеджмента и маркетинга**

### **1.1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:**

Программа является частью образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена в по специальности СПО 36.02.01 Ветеринария.

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

Целью изучения учебной дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга является усвоение теоретических знаний в области основ экономики, менеджмента и маркетинга, приобретения умений и навыков работы с экономическими показателями деятельности предприятий, особенностей ветеринарного менеджмента и маркетинга.

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны **уметь:**

- применять нормативные требования в области ветеринарии;

**знать:**

- основные нормативные акты в области ветеринарии, действующие на территории Российской Федерации.

**Ветеринарный фельдшер должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:**

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.

ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения.

ОК 11. Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

**Ветеринарный фельдшер должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:**

ПК 1.1. Контроль санитарного и зоогигиенического состояния объектов животноводства и кормов.

ПК 1.2. Проведение ветеринарно-санитарных мероприятий для предупреждения возникновения болезней животных.

## 2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

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

<b>Вид учебной работы</b>	<b><i>Объем часов</i></b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<i>80</i>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<i>54</i>
в том числе:	
практические занятия	<i>22</i>
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<i>12</i>
<b>Консультации</b>	<i>2</i>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<i>12</i>
Промежуточная аттестация в форме экзамена в V семестре	

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	Методы и формы текущего контроля успеваемости
1	2		3	
Раздел 1. Основы экономики			20	
Тема 1.1. Сельское хозяйство в системе агропромышленного комплекса	Содержание учебного материала		6	Стандартизированный тест
	1.	Современное состояние и перспективы развития сельского хозяйства ветеринарии	2	
	2.	Роль и организация хозяйствующих субъектов в рыночной экономике	2	
	3.	Основные и оборотные средства	2	
	Практическое занятие:		2	Практический контроль в форме решения проблемно-познавательных задач
	1. Расчет показателей основных и оборотных производственных фондов			
	Самостоятельная работа обучающихся:			
	Подготовка к выбору темы исследования		1	
Тема 1.2. Эффективность функционирования сельского хозяйства	Содержание учебного материала		4	
	1.	Издержки производства и себестоимость продукции в сельском хозяйстве. Цена и ценообразование на продукцию. Форма оплаты труда	2	
	2.	Формирование доходов в сельском хозяйстве. Экономика производства продукции растениеводства и животноводства	2	
	Практические занятия:		4	Практический контроль в форме решения проблемно-познавательных задач
	2. Расчет штатной численности ветеринарных специалистов, расчет заработной платы ветеринарного специалиста		2	
	3. Расчет показателей экономической эффективности производства молока, мяса		2	
	Самостоятельная работа обучающихся:			
	Написание основной части работы		3	
Раздел 2 Основы менеджмента			22	
Тема 2.1. Управление производством	Содержание учебного материала		4	Стандартизированный тест
	1.	Организация как объект менеджмента. Функции управления, их классификация, неразрывная связь и взаимосвязь	2	
	2.	Структура и система методов управления	2	
	Практические занятия:		4	Практический контроль в форме решения проблемно-познавательных задач
	4. Изучение Положения об управлении ветеринарии с государственной ветеринарной инспекцией Вологодской области, провести сравнительный анализ должностных инструкций.		2	
	5. Определение целей деятельности организации, формирование миссии.		2	

	<b>Самостоятельная работа</b>		4	
	Написание основной части работы			
<b>Тема 2.2.</b> <b>Управленческое и деловое общение</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		4	Стандартизированный тест
	1.	Сущность и классификация стилей руководства, виды коммуникаций	2	
	2.	Формы и приемы делового общения в коллективе		
	3.	Роль управленческого решения в системе менеджмента	2	
	4.	Управление конфликтами и стрессами в коллективе		
	<b>Практические занятия:</b>		4	Практический контроль в форме решения проблемно-познавательных задач
	6.	Исследование мотивации и разработка мероприятий по её совершенствованию	2	
	7.	Планирование деятельности предприятия	2	
<b>Тема 2.3.</b> <b>Самоменеджмент</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		2	
	1.	Техника личной работы руководителя. Организация взаимоотношений с сотрудниками		
<b>Раздел 3</b> <b>Основы маркетинга</b>			24	
<b>Тема 3.1</b> <b>Общие положения маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		6	Стандартизированный тест
	1.	Связь менеджмента с маркетингом. Понятие маркетинга, его сущность, цели, основные принципы.	2	
	2.	Функции и стратегии маркетинга, виды маркетинга.	2	
	3.	Среды маркетинга. Сегментация рынка.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		2	
	Оформление работы, подготовка доклада и презентации к защите			
<b>Тема 3.2</b> <b>Составляющие процесса управлением маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		6	Стандартизированный тест
	1.	Система маркетинговых исследований	2	
	2.	Конкуренция и конкуренты	2	
	3.	Продвижение товара	2	
	<b>Практические занятия:</b>		8	Практический контроль в форме решения проблемно-познавательных задач
	8.	Разработка анкеты для маркетингового исследования по выявлению потребителей на рынке ветеринарных услуг	2	
	9.	Сбор информации о рекламе ветеринарных предприятий	2	
	10.	Оценка медикаментов, зоветоборудования, ветеринарных услуг и выявление их соответствия требованиям федерального закона «О защите прав потребителей»	2	
	11.	Оценка конкурентоспособности ветеринарного предприятия	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		2	Устный контроль в форме защиты проекта
	Защита проектной (исследовательской) работы			
Консультации			2	
Промежуточная аттестация			12	
<b>Всего:</b>			80	

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Программа дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга реализуется в учебном кабинете социально-экономических дисциплин.

Оборудование учебного кабинета:

- оборудованные учебные места для работы студентов;
- оборудованное место преподавателя;
- телевизор;
- ПК с комплектом лицензионного ПО;
- УМК по дисциплине;
- раздаточный материал;
- презентационный материал.

#### **3.2. Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

##### **Основная литература:**

1. Грибов, В.Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. : учебное пособие / Грибов В.Д. — Москва : КноРус, 2020. — 224 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07411-4. — URL: <https://book.ru/book/932623>. — Текст : электронный.

2. Пястолов, С.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Электронный учебник+ е-Приложение для СПО / Пястолов С.М. — Москва : КноРус, 2021. — 193 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07727-6. — URL: <https://book.ru/book/933583>. — Текст : электронный.

3. Пястолов, С.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Электронное учебно-практическое пособие для СПО / Пястолов С.М. — Москва : КноРус, 2020. — 193 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07727-6. — URL: <https://book.ru/book/933583>. — Текст : электронный.

##### **Дополнительная литература:**

1. Нечаев, В.И. Организация производства и предпринимательство в АПК : учебник / В.И. Нечаев, П.Ф. Парамонов, Ю.И. Бершицкий ; под общей редакцией П.Ф. Парамонова. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2018. — 472 с. — ISBN 978-5-8114-2251-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/108320>.

2. Никитин И. Н. Ветеринарное предпринимательство: Учебник для Вузов.— СПб.: Лань, 2018. — 288 с. (электронный ресурс).

##### **Интернет ресурсы:**

<http://economicus.ru/>

<http://www.stplan.ru/>

[http:// www.ecsocman.edu.ru](http://www.ecsocman.edu.ru) - Федеральный образовательный портал "Экономика, Социология, Менеджмент"

## 4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Одно из требований к условиям реализации программ подготовки специалистов среднего звена на основе ФГОС СПО является использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой.

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, систематической работы с применением образовательных технологий, а также разнообразных методов и приемов обучения.

Учебная деятельность обучающихся предусматривает учебные занятия (урок, практическое занятие, лабораторное занятие, консультация, лекция, семинар), самостоятельную работу, возможность электронного обучения и применения дистанционных образовательных технологий. В преподавании дисциплины используются учебно-методические материалы как на бумажном носителе, так и в электронно-цифровой форме, а именно электронные методические пособия, учебники, ресурсы электронной-библиотечной системы, цифровые образовательные платформы, информационно-коммуникационные технологии, в том числе «облачные», через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет».

Применение разных форм организации учебной деятельности способствует пробуждению у студентов интереса к изучаемой дисциплине, эффективному усвоению учебного материала, самостоятельному поиску путей и вариантов решения поставленных образовательных задач, формированию профессиональных умений и навыков.»

### 4.1 Активные и интерактивные формы проведения занятий

Семес тр	Вид занятия	Используемые активные и интерактивные формы	Количество часов
V	Урок	Интерактивная форма – групповая дискуссия – при обмене опытом между обучающимися: Тема 1.1. Сельское хозяйство в системе агропромышленного комплекса. Тема 2.2. Управленческое и деловое общение. Тема 3.1 Общие положения маркетинга	6
	ПЗ	Метод конкретных ситуаций для решения практической задачи: ПЗ №1: Расчет показателей основных и оборотных производственных фондов. ПЗ №2: Расчет штатной численности ветеринарных специалистов, расчет заработной платы ветеринарного специалиста. ПЗ №3. Расчет показателей экономической эффективности производства молока, мяса ПЗ №5. Определение целей деятельности организации, формирование миссии. ПЗ №7. Планирование деятельности предприятия ПЗ №8. Разработка анкеты для маркетингового исследования по выявлению потребителей на рынке ветеринарных услуг ПЗ №10. Оценка медикаментов, зооветоборудования, ветеринарных услуг и выявление их соответствия требованиям федерального закона «О защите прав потребителей» ПЗ №11. Оценка конкурентоспособности ветеринарного предприятия	16
Итого:			22

## **5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Для текущего контроля успеваемости по дисциплине Основы экономики, менеджмента и маркетинга применяются методы контроля: устный контроль, тестирование, практическая работа, самостоятельная работа.

### **Устный контроль в форме защиты проекта**

Устный контроль в форме защиты проекта проводится по окончании изучения дисциплины.

### **Тестирование**

Темы для проведения тестирования

Тема 1.2.2 Роль и организация хозяйствующих субъектов в рыночной экономике

Тема 1.2.3 Основные и оборотные средства

Тема 2.1. Управление производством.

Тема 2.2. Управленческое и деловое общение.

Тема 3.1. Общие положения маркетинга.

Тема 3.2. Составляющие процесса управления маркетингом.

Практические работы проводятся по разделам:

Раздел 1. Основы экономики.

Раздел 2 Основы менеджмента.

Раздел 3 Основы маркетинга.

**Промежуточная аттестация** проводится в виде устного экзамена по билетам, которые включают в себя два теоретических вопроса и один вопрос практического характера.

Перечень вопросов для **экзамена** по дисциплине

**Основы экономики, менеджмента и маркетинга:**

1. Современное состояние и перспективы развития сельского хозяйства.
2. Предприятие: понятие, цели деятельности, классификация предприятий.
3. Средства производства: понятие, средства труда и предметы труда.
4. Средства обращения: понятие, виды.
5. Основные фонды предприятия: понятие, классификация,
6. Виды износа основных производственных фондов.
7. Оборотные фонды: понятие, структура.
8. Издержки производства: понятие, виды.
9. Издержки обращения: понятие, виды, классификация.
10. Факторы, влияющие на издержки.
11. Себестоимость продукции: понятие, функции, виды.
12. Факторы, влияющие на себестоимость.
13. Ценообразование: понятие, функции цены
14. Виды цен.
15. Формы оплаты труда: повременная, понятие, подвиды.
16. Формы оплаты труда: сдельная, понятие, подвиды.
17. Доходы и прибыль организации: понятие, виды.
18. Факторы, влияющие на прибыль.
19. Основные характеристики организации.
20. Деловая среда организации.
21. Макроокружение организации.
22. Менеджмент: понятие, принципы, виды.
23. Функция менеджмента: планирование.
24. Функция менеджмента: организация.
25. Функция менеджмента: контроль.
26. Функция менеджмента: мотивация и стимулирование.
27. Методы управления: понятие, виды.
28. Стиль руководства: понятие, характеристика авторитарного стиля.
29. Стиль руководства: понятие, характеристика демократического стиля.

30. Стил ь руководства: понятие, характеристика либерального стили я.
31. Коммуникации: понятие, виды, функции.
32. Деловое общение: понятие, стороны.
33. Виды делового общения.
34. Спор: понятие, цели, разновидности спора.
35. Управленческое решение: понятие, субъекты и объекты решений, составляющие решений.
36. Классификация управленческих решений.
37. Процесс принятия управленческих решений, факторы, влияющие на решения.
38. Конфликт: понятие, функции, компоненты, виды.
39. Самоменеджмент: понятие, цель, слагаемые, правила.
40. Маркетинговые исследования: понятие, цели, виды.
41. Характеристика этапов маркетингового исследования.
42. Виды информации, используемой в маркетинговых исследованиях.
43. Конкуренция: понятие, виды.
44. Этапы анализа конкурентов, группы конкурентов.
45. Конкурентоспособность товара и фирмы: показатели оценки конкурентоспособности товара.
46. Факторы конкурентоспособности предприятия.
47. Продвижение товара: понятие, функции,
48. Составляющие элементы коммуникаций.
49. Виды продвижения товара: реклама и личная продажа, их характеристика.
50. Виды продвижения товара: стимулирование сбыта и пропаганда, их характеристика.
51. Маркетинг: понятие, объекты, субъекты и принципы.
52. Функции маркетинга.
53. Стратегии маркетинга
54. Классификация маркетинга.
55. Сегментация: понятие, условия.
56. Сегментация: критерии, признаки.

Ситуационные задачи для экзамена по дисциплине Основы экономики, менеджмента и маркетинга

1. Определить штатную численность ветеринарных специалистов, если известны следующие объемы работ и нормы времени на их выполнение:

Виды работ	Объем работ	Типовые нормы времени	Годовой объем работ
Диагностические исследования	7535	3,49	
Профилактическая иммунизация	8320	1,95	
Дегельминтизация	12000	2,99	
Профилактика незаразных болезней	21540	2,67	
Ветеринарно-санитарные мероприятия	26,1	777	
Лечебная работа	279	25,4	
ИТОГО			

2. Определить штатную численность ветеринарных специалистов, если известны следующие объемы работ и нормы времени на их выполнение:

Виды работ	Объем работ	Типовые нормы времени	Годовой объем работ
Диагностические исследования	17535	3,49	
Профилактическая иммунизация	18320	1,95	
Дегельминтизация	14250	2,99	
Профилактика незаразных болезней	36240	2,67	
Ветеринарно-санитарные мероприятия	39,2	777	
Лечебная работа	493	25,4	
ИТОГО			

3. Рассчитать фонд заработной платы работников животноводства и определить форму оплаты труда по следующим данным:

ФИО	Должность	Молоко 5 руб/л		Приплод, 600 р/гол		Привес, 200р/ц		Уход, 60 р/гол	
		Объем работ	Сумма	Объем работ	Сумма	Объем работ	Сумма	Объем работ	Сумма
Смирнова Н. А.	Доярка	4200		10		32		170	
Иванова А. Н.	Доярка	3800		6		28		180	

4. Рассчитать заработную плату ветеринарного работника, фонд заработной платы и определить форму оплаты труда по следующим данным:

Установлен оклад ветеринарному врачу – 10 000 руб, ветеринарному фельдшеру – 8 000 руб.

Районный коэффициент – 1.2.

Коэффициент квалификационного уровня ветеринарного врача 1,51, ветеринарного фельдшера – 1,15.

За непрерывный стаж работы ветеринарному врачу установлена доплата 20% к окладу, у ветеринарного фельдшера – 15%. Доплата за работу в сельской местности определена надбавка к окладу 25%.

5. Определить себестоимость продукции животноводства по следующим данным:

Затраты в год составили на:

- корм скота 951 тыс. руб,
- ЖКХ 1725 тыс. руб.
- оплата труда 1920 тыс. руб.
- прочее 1750 тыс. руб.

Произведено молока в I полугодии 440 тыс л, во II полугодии 430 тыс л.

6. Определить себестоимость 1 кг свинины, если:

Затрату в год составили:

- корм 12 500 тыс. руб.
- оплата труда 12 800 тыс. руб.
- прочие расходы 24 200 тыс. руб.

Произведено поросят 1500 шт, падеж составил 20%. Цена живого веса 50 руб/кг, среднесдаточный вес – 80 кг.

7. Определить чистую прибыль предприятия по следующим данным:

Ветеринарная клиника, оказывая платные ветеринарные услуги, за год получила денежных средств 15 000 000 руб.

Из них израсходовано:

- на приобретение материалов – 3 000 000 руб.
- оплата труда с отчислениями в государственные внебюджетные фонды 5 000 000 руб
- амортизация основных средств 90 000 руб.
- ремонт основных средств 80 000 руб.
- прочие расходы 150 000 руб.

Налог на прибыль 20%.

8. Определить чистую прибыль организации и распределить ее на развитие ветеринарного учреждения – 40%, социальное развитие – 30%, материальное стимулирование – 30%, если:

Ветеринарная клиника, оказывая платные ветеринарные услуги, за год получила денежных средств в сумме 23 000 000 руб. Расходы составили 17 000 000 руб. Налог на прибыль 6%.

9. Определить основные средства предприятия и рассчитать их структуру по следующим данным:

Наименование средств	Стоимость средств, тыс руб	Структура, %
Полуфабрикаты	2 500	
Строительные материалы	500	
Здания	3 000	
Земельные участки	10000	

10. Определить оборотные средства предприятия и рассчитать их структуру по следующим данным:

Наименование средств	Стоимость средств, тыс руб	Структура, %
Сооружения	2 500	
Сырье и материалы	2 000	
Запчасти для текущего ремонта	700	
Водопроводные сети	4 300	

11. Определить стиль руководства главного ветеринарного врача по следующим характеристикам и раскрыть положительные и отрицательные стороны данного стиля:

Главный ветеринарный врач ставит перед подчиненными задачу, создает необходимые условия для работы, определяет ее правила и задает границы решения. Сам же при этом отходит на второй план, оставляя за собой функции консультанта, арбитра, эксперта, оценивающего полученные результаты. В трудных ситуациях ждет распоряжения вышестоящего начальства. В работе чаще использует поощрение.

12. Определить стиль руководства председателя племпредприятия по следующим характеристикам и раскрыть положительные и отрицательные стороны данного стиля:

К коллективу настроен дружелюбно. Стремиться к самообразованию и поощряет в подчиненных стремление к обучению. В работе в одинаковой мере использует и поощрение, и наказание. В трудных ситуациях советуется с коллективом, ответственность несет наравне с подчиненными.

13. Определить стиль руководства директора ветеринарной клиники по следующим характеристикам и раскрыть положительные и отрицательные стороны данного стиля:

Применяет в работе с сотрудниками чаще методы наказания. Инициатива подчиненных полностью подавляется. Все решения принимает единолично, без учета интересов сотрудников. При решении проблем ответственность берет на себя.

14. Определить элементы коммуникационного процесса:

Руководитель племпредприятия дал задание ветеринарному врачу проанализировать разные виды профилактических мероприятий, применяемых в хозяйстве, выявить их эффективность. Ветеринарный врач расписался в приказе о ознакомлении с данным заданием. Ветеринарный специалист оформил анализ профилактических мероприятий и в письменном виде отнес его руководителю.

15. Определить элементы коммуникационного процесса:

При проведении делового совещания в ветеринарной клинике ветеринарный врач сообщил, что в связи с увеличением количества выполняемых работ сотрудники не успевают качественно и быстро выполнять свои обязанности. Директор рассмотрел данную проблему и принял решение увеличить штатную численность ветеринарных специалистов. Через две недели штат сотрудников был увеличен на 1 единицу.

16. Разработать миссию ветеринарной клиники и цели ее осуществления.

17. Разработать миссию сельскохозяйственного предприятия и цели ее осуществления.

18. Составить стратегический план сельскохозяйственного предприятия, если целью организации является – уменьшение заболеваемости животных на 20%. В плане отразить не менее 5 пунктов.

19. Составить оперативный план ветеринарного фельдшера с указанием примерного процента времени на разные виды работ. В плане отразить не менее 5 пунктов.

20. Перечислите объекты контроля ветеринарного фельдшера с указанием соответствующих видов контроля. Не менее 5 пунктов.

21. Составить рекламное объявление для газеты об открытии новой ветеринарной аптеки «Друг».

22. Составить рекламное объявление для газеты о предоставлении скидок на лекарственные препараты для попугаев.

23. Разработать анкету для изучения спроса на корма для кошек фирмы «Котик». Анкета должна составлять не менее 10 вопросов (открытых и закрытых).

24. Разработать анкету для изучения степени удовлетворенности ветеринарной клиникой «Друзья». Анкета должна составлять не менее 10 вопросов (открытых и закрытых).

25. Определить бюджет рекламы по приведенным данным:

Виды рекламы	Стоимость	Минимальный размер/кол-во
Областное радио	Цена 1 с – 22 руб	20 с
Газета «Сельский вестник»	Цена модульной рекламы – 300 руб	20*20 1 выход
Канал «Русский Север»	Цена 1 с – 500 руб с оформлением	10 с 3 выхода
Баннерная реклама на окраине города	1 баннер – 2000 руб.	7 шт

26. Определить бюджет рекламы по приведенным данным:

Виды рекламы	Стоимость	Минимальный размер/кол-во
Дорожное радио	Цена 1 с – 50 руб	20 с
Газета «Сельский вестник»	Цена модульной рекламы – 300 руб	20*20 1 выход
Канал «ТНТ»	Цена 1 с – 1500 руб с оформлением	20 с 3 выхода
Баннерная реклама в центре города	1 баннер – 3500 руб	5 шт

27. Решить ситуацию по закону «О защите прав потребителей»:

Когда покупательница приобретала крем для кошки, продавец ей сказала, что он изготовлена на основе натуральных веществ. Позднее у неё возникли сомнения в достоверности сказанного, и она отдала купленный крем на экспертизу. Экспертиза установила, что в химический состав крема натуральные компоненты не входят. Может ли покупательница потребовать вернуть зря потраченные деньги?

28. Решить ситуацию по закону «О защите прав потребителей»: Покупатель приобрёл ошейник для собаки, но жена посчитала выбор неудачным и с ошейником отправилась, чтобы заменить его. Чек был сохранён. Но в магазине, несмотря на то, что с момента покупки прошло несколько часов, покупку обменять отказались. Кто прав в этой ситуации покупатель или магазин?

**ЛИСТ**  
**согласования рабочей программы профессионального модуля**

Специальность: 36.02.01 Ветеринария

Программа подготовки: базовая

Дисциплина: Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Форма обучения: очная

Учебный год 2021/2022

**РЕКОМЕНДОВАНА**

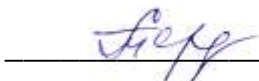
на заседании методической комиссии ветеринарных дисциплин

протокол № 7 от 18 февраля 2021 г

Председатель методической комиссии

ветеринарных

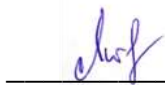
дисциплин



А. С. Тераевич

Исполнитель:

Преподаватель



О.Б. Литвинова