

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Автор А.А. Майоров, доцент

Наименование дисциплины: Б1.Б.05 Управление и маркетинг в АПК

Цель освоения дисциплины: Целями освоения дисциплины «Управление и маркетинг в АПК» является:

- формирование теоретических и практических основ по управлению трудовыми коллективами и небольшими организациями, действующими на сельских территориях;

– формирование знаний и понимания функционирования маркетинга в рыночных условиях, умений творчески применять полученные знания в сфере будущей профессиональной деятельности.

Требования к результатам освоения дисциплины:

Индекс и содержание компетенции	Знания	Умения	Навыки и (или) опыт деятельности
ОК-6: способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	1 этап: законодательные и нормативно-правовые акты, регламентирующие производственно-хозяйственную деятельность предприятия, механизмы управления организациями АПК; основные принципы этики деловых отношений; принципы построения организационных структур и распределения функций управления; 2 этап: основные принципы, функции менеджмента; формы участия персонала в управлении; роль маркетинга в управлении фирмой, принципы, задачи и функции маркетинга, направления проведения маркетинговых исследований, основные составляющие комплекса маркетинга;	1 этап: самостоятельно анализировать экономическую и научную литературу; проводить укрупненные расчеты затрат на производство и реализацию продукции; 2 этап: применять экономическую терминологию, лексику и основные экономические категории;	1 этап: методами управления технологическими процессами при производстве продукции животноводства, отвечающими требованиям стандартов и рынка; 2 этап: методами проведения маркетинговых исследований.

1. Содержание дисциплины:

Раздел 1 Сущность и основы менеджмента

Тема 1 Организация и сущность управления её деятельностью

Тема 2 Функции и методы управления

Тема 3 Планирование и организация деятельности трудовых коллективов

Тема 4 Мотивация труда и контроль

Тема 5 Стратегия управления сельскохозяйственным производством

Раздел 2 Теоретические основы маркетинга и маркетинговые исследования

Тема 6 Общие основы маркетинга

Тема 7 Особенности маркетинга в АПК

Тема 8 Сущность, значение и классификация маркетинговых исследований

Тема 9 Маркетинговая информация. Классификация методов получения маркетинговой информации.

Раздел 3 Маркетинговые стратегии и комплекс инструментального маркетинга

Тема 10 Сущность, значение и способы сегментирования рынка товаров и услуг

Тема 11 Сущность и значение позиционирования товара

Тема 12 Товарная политика

Тема 13 Ценовая стратегия

Раздел 4 Система управления маркетингом на предприятиях АПК

Тема 14 Система товародвижения

Тема 15 Комплекс маркетинговых коммуникаций

Тема 16 Основы управления маркетингом на предприятиях АПК. Механизм управления маркетингом.

Общая трудоёмкость дисциплины: 3 ЗЕ.