

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.09 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Разработчик: Е. Г. Шилова, преподаватель факультета СПО

Специальность: 36.02.01 Ветеринария

Наименование дисциплины: ОП.08 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Цели и задачи дисциплины:

С целью овладения соответствующими общими и профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения учебной дисциплины должен

уметь:

- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;
- оперировать основными категориями и понятиями экономики, менеджмента и маркетинга.

знать:

- 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;
- основные инструменты анализа при разборе конкретных ситуаций.

Результаты освоения дисциплины

Код и наименование компетенции	Наименование результата обучения	Номер темы
<p>ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;</p>	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оперировать основными категориями и понятиями экономики, менеджмента и маркетинга. <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные положения экономической теории; - принципы рыночной экономики; - современное состояние и перспективы развития сельского хозяйства и ветеринарии; - роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; - особенности менеджмента в области ветеринарии; - формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации; - основные инструменты анализа при разборе конкретных ситуаций. 	<p>Тема 1.1 Тема 3.1</p>
<p>ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p>	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оперировать основными категориями и понятиями экономики, менеджмента и маркетинга. <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные положения экономической теории; - принципы рыночной экономики; - современное состояние и перспективы развития сельского хозяйства и ветеринарии; - роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; - управленческий цикл; - особенности менеджмента в области ветеринарии; - формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации; 	<p>Тема 1.2 Тема 3.2</p>

	- основные инструменты анализа при разборе конкретных ситуаций.	
<p>ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;</p>	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; - анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг; - оперировать основными категориями и понятиями экономики, менеджмента и маркетинга. <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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); - стили управления, виды коммуникации; - принципы делового общения в коллективе; - управленческий цикл; - особенности менеджмента в области ветеринарии; - формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации; - основные инструменты анализа при разборе конкретных ситуаций. 	<p>Тема 1.3 Тема 3.3</p>
<p>ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;</p>	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; - применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; - анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг; 	<p>Тема 2.1 Тема 4.1</p>

	<p>- оперировать основными категориями и понятиями экономики, менеджмента и маркетинга.</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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); - стили управления, виды коммуникации; - сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом; - формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации; - основные инструменты анализа при разборе конкретных ситуаций. 	
<p>ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;</p>	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; - применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; - анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг; - оперировать основными категориями и понятиями экономики, менеджмента и маркетинга. <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные положения экономической теории; - принципы рыночной экономики; - современное состояние и перспективы развития сельского хозяйства и ветеринарии; 	<p>Тема 2.2 Тема 4.2</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - 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; - основные инструменты анализа при разборе конкретных ситуаций. 	
<p>ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;</p>	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; - применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современное состояние и перспективы развития сельского хозяйства и ветеринарии; - роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; - основные инструменты анализа при разборе конкретных ситуаций. 	<p>Тема 2.3</p>
<p>ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.</p>	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формы оплаты труда; - основные инструменты анализа 	<p>Тема 2.4</p>

Содержание дисциплины

Раздел 1. Основы экономики.

Тема 1.1. Сущность экономики, история ее развития.

Тема 1.2. Производство и экономика.

Тема 1.3. Принципы рыночной экономики.

Раздел 2. Экономика сельского хозяйства.

Тема 2.1. Предприятие – объект и материальная база предпринимательства в АПК.

Тема 2.2. Факторы сельскохозяйственного производства.

Тема 2.3. Техничко-экономические показатели.

Тема 2.4. Оплата труда в сельском хозяйстве.

Раздел 3. Основы менеджмента.

Тема 3.1. Сущность современного менеджмента.

Тема 3.2. Цикл управления.

Тема 3.3. Методы управления.

Раздел 4. Основы маркетинга.

Тема 4.1. Сущность маркетинга.

Тема 4.2. Основные стратегии маркетинга.