

АНОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Разработчик: Плахотная Н.С.

Специальность: 36.02.01 Ветеринария

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

Цели и задачи учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся 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.

знать:

- основные положения экономической теории;
- принципы рыночной экономики;
- современное состояние и перспективы развития отрасли;
- 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 животноводства;
- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;
- формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.

Результаты освоения учебной дисциплины

Код	Наименование результата обучения	Номер и наименование темы
ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения	Тема 1.1
ОК 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач	анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг, рассчитывать формы оплаты труда	Тема 2.4 Тема 4.3 Тема 4.7

профессиональной деятельности.		
ОК 3. Планировать и реализовать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	знать принципы делового общения в коллективе	Тема 3.1 Тема 3.2 Тема 3.4
ОК 4. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	знать формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации	Тема 4.8 Тема 4.1 Тема 4.2
ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации	Тема 4.5 Тема 4.6 Тема 4.8
ОК 6. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознание поведения на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.	знать основные положения экономической теории	Тема 3.8 Тема 4.4
ОК 7. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережного производства, эффективно действовать	знать принципы рыночной экономики	Тема 1.2 Тема 1.3 Тема 1.4

в чрезвычайных ситуациях.		
ОК 9. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	знать роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике	Тема 2.1 Тема 2.2 Тема 1.5 Тема 2.5

Содержание учебной дисциплины

Раздел 1. Экономика отрасли

Введение

Тема 1.1 Отрасль в условиях рынка

Тема 1.2 Организация (предприятие) как хозяйствующий субъект в рыночной экономике

Тема 1.3 Издержки производства и себестоимость продукции сельского хозяйства

Тема 1.4 Ценообразование и ценовая политика предприятия

Тема 1.5 Экономическая эффективность сельскохозяйственного производства

Раздел 2. Экономические ресурсы организации (предприятия)

Тема 2.1. Основной капитал и его роль в производстве

Тема 2.2.оборотный капитал

Тема 2.3. Трудовые ресурсы. Организация, нормирование и оплата труда.

Тема 2.4. Бизнес-планирование.

Тема 2.5. Внешнеэкономическая деятельность организации

Раздел 3. Основы менеджмента

Тема 3.1 Современный менеджмент: сущность и характерные черты

Тема 3.2 Структура организации. Внешняя и внутренняя среда организации

Тема 3.3 Планирование в системе менеджмента

Тема 3.4 Мотивация и потребности

Тема 3.5 Контроль и его виды

Тема 3.6 Система методов управления. Самоменеджмент

Тема 3.7 Стратегическое управление организацией

Тема 3.8 Управление конфликтами и стрессами

Раздел 4. Основы маркетинга

Тема 4.1 Понятие и сущность маркетинга

Тема 4.2 Сегментация рынка

Тема 4.3 Товарная политика

Тема 4.4 Продвижение товаров

Тема 4.5 Реклама

Тема 4.6 Конкурентная среда

Тема 4.7 Жизненный цикл товара

Тема 4.8. Маркетинговые исследования и прогнозирование