

**Аннотация рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.36 Менеджмент и маркетинг**

Направление подготовки 35.03.03 Агрохимия и агропочвоведение

Профиль «Агрохимическая оценка и рациональное использование почв»

Квалификация выпускника бакалавр

1. Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины - дать обучающимся понятие процесса управления предприятием, раскрыть его сущность, принципы и методы в условиях современной рыночной экономики, а также процесса маркетинга как важного фактора достижения организацией наибольшей эффективности.

Основные задачи дисциплины: дать обучающимся представление

- о сущности, задачах, функциях и концепциях менеджмента и маркетинга;
- об основах процесса управления организацией и ее персоналом;
- о принципах построения организационных структур;
- о методах принятия управленческих решений,
- о сущности и основных направлениях маркетинговых исследований;
- об основных направлениях товарной и инновационной политики современных предприятий;
- о процессе реализации товаров и услуг, конкуренции и ценообразовании в современных условиях.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Компетенция		Индикатор достижения компетенции	
Код	Содержание	Код	Содержание
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<u>Обучающийся должен знать:</u>	
		ИД-3УК-2	Знает принципы постановки целей и выработки стратегий развития предприятия, принципы и методические подходы разработки, принятия и реализаций управленческих решений
		<u>Обучающийся должен уметь:</u>	
		ИД-7УК-2	Умеет эффективно воздействовать на членов коллектива в ходе управления производственным процессом; - определять пути повышения эффективности менеджмента
		<u>Обучающийся должен иметь навыки и (или) опыт деятельности:</u>	
		ИД-10УК-2	Имеет навыки постановки целей, разработки задач по ее достижению, принятия решений в наиболее сложных и нестандартных ситуациях

3. Краткое содержание дисциплины

РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ И РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА

Подраздел 1.1. Сущность менеджмента: принципы, функции и методы

Подраздел 1.2. Организационные структуры управления

Подраздел 1.3. Целеполагание в управленческой деятельности и управленческие решения

Подраздел 1.4. Мотивация персонала

РАЗДЕЛ 2. СУЩНОСТЬ И РОЛЬ МАРКЕТИНГА

Подраздел 2.1. Понятие и сущность маркетинга, его цели, принципы и функции

Подраздел 2.2. Информационное обеспечение маркетинга и маркетинговые исследования

Подраздел 2.3. Товар и товарная политика

Подраздел 2.4. Товародвижение и сбыт в системе маркетинга

Подраздел 2.5. Комплекс маркетинговых коммуникаций

Подраздел 2.6. Особенности организации маркетинга на предприятии

4. Форма промежуточной аттестации: зачет

5. Разработчик рабочей программы: кафедра управления и маркетинга в АПК;
к. э. н., доцент Четверова К.С.