

СБОРНИК АННОТАЦИЙ
УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН
ПО НАПРАВЛЕНИЮ
38.03.02 «МЕНЕДЖМЕНТ»
НАПРАВЛЕННОСТИ «МАРКЕТИНГ»

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.01 «История»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: Целью освоения дисциплины История является освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умения анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции и способности использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-1, ОК-2.

Краткое содержание дисциплины: История как наука: предмет, источники, историография, исторические теории. История Древнего мира: от цивилизаций Древнего Востока до протославянских племен. Мир и Россия в Средние века. Мир и Россия в эпоху Средневековья (конец V в. – XVI в.). Мир и Россия в XVII в. Наступление Нового времени. Новое время: утверждение капитализма. Мир и Россия в первой половине XIX в.: постнаполеоновская Европа. Мир и Россия во второй половине XIX в.: европейский колониализм и эпоха реформ в России. Мир и Россия в новейшее время. Мир и Россия в начале XX в. Первая мировая война и русская революция. Мир и Россия в межвоенный период и в годы Второй мировой войны. Мир и Россия в годы Холодной войны в конце 40-х – середине 80 гг. XX в.

Общая трудоемкость дисциплины: 144 час. / 4 зач. ед.

Промежуточный контроль: экзамен

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.02 «Философия»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: освоение студентами основных понятий философии, знакомство с проблемами познания связей и закономерностей развития окружающего мира, предоставление студентам метода и методологии познания действительности, развитие у них интереса к фундаментальным знаниям, понимания междисциплинарных связей и их значения для выработки мировоззрения современного человека.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-1, ОК-2.

Краткое содержание дисциплины: Предмет философии. Место и роль философии в культуре. Становление философии. Основные направления, школы философии и этапы ее исторического развития. Структура философского знания. Учение о бытии. Мистические и плюралистические концепции бытия, самоорганизация бытия. Понятия материального и идеального. Пространство, время. Движение и развитие, диалектика. Детерминизм и индетерминизм. Динамические и статистические закономерности. Научные, философские и религиозные картины мира. Человек, общество, культура. Человек и природа. Общество и его структура. Гражданское общество и государство. Человек в системе социальных связей. Человек и исторический процесс: личность и массы; свобода и необходимость. Формационная и цивилизационная концепции общественного развития. Смысл человеческого бытия. Насилие и ненасилие. Свобода и ответственность. мораль, справедливость, право. Нравственные ценности. Представления о совершенном человеке в различных культурах. Эстетические ценности и их роль в человеческой жизни. Религиозные ценности и свобода совести. Сознание и познание. Сознание, самосознание и личность. Познание, творчество, практика. Вера и знание. Понимание и объяснение. Рациональное и иррациональное в познавательной деятельности. Проблема истины. Действительность, мышление, логика и язык. Научное и вненаучное знание. Критерии научности. Структура научного познания, его методы и формы. Рост научного знания. Научные революции и смены типов рациональности. Наука и техника. Будущее человечества. Глобальные проблемы современности. Взаимодействие цивилизаций и сценарии будущего.

Общая трудоемкость дисциплины: 108 час. / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль: экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.03 «Иностранный язык»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цели освоения дисциплины: формирование и повышение культурно-языковой и коммуникативной компетенции обучающихся для успешной письменной, устной, и электронной коммуникации на иностранном и государственном языках. Наряду с практической целью – обучение общению – данный курс также ставит образовательные и воспитательные цели, которые включают расширение кругозора студента о стране изучаемого языка, повышение общекультурного уровня студента, а также формирование уважительного отношения к духовным и культурным ценностям других стран.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируется компетенция ОК- 4.

Краткое содержание дисциплины: Проблемы современной молодежи. Система высшего образования в России и за рубежом. Изучение иностранного языка. Знакомство со страной изучаемого языка. Экономика как социальная наука. Основные экономические понятия, категории и концепции. Прикладные области экономической науки. Экономика сельского хозяйства. Экономики больших и малых стран. Глобализация мировой экономики. Основы теории спроса и предложения. Основы маркетинга. Деньги и их функции. Финансы и кредитно-денежная политика государства. Основы менеджмента. Основные принципы международной торговли. Структура рынка и конкуренция. Менеджмент и межкультурная коммуникация. Основы логистики. Логистика на предприятии. Логистика на транспорте. Современные способы организации логистики.

Общая трудоемкость дисциплины: 540 час. /15 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачеты в первом, втором, третьем и четвертом семестрах; экзамен в конце пятого семестра.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.04 «Правоведение»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: формирование общетеоретических комплексных знаний по дисциплине «Правоведение» как интегрирующей отрасли общественных знаний в юриспруденции; обеспечение глубокого изучения законодательства, действующего в различных отраслях права; овладение системой теоретико-научных знаний и практических навыков в сфере правового регулирования общественных отношений; формирование у будущих профессионалов комплексных знаний о закономерностях возникновения, развития и функционирования государства и права, необходимых для выполнения профессиональных обязанностей на высоком уровне; выработка умений и навыков правоприменительной деятельности в области действующего законодательства; формирование правового самосознания, развитию юридического мышления как основы правовой культуры в целом, инициативности, самостоятельности, способности к успешной социализации в обществе, профессиональной мобильности и других профессионально-значимых личных качеств; развитие умения мыслить (овладевать такими мыслительными операциями, как классификация, анализ, синтез, сравнение и др.), развитие творческих и познавательных способностей, а также таких психологических качеств, как восприятие, воображение, память, внимание.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», направленность «Маркетинг».

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируется компетенция ОК-2, ОПК-1.

Краткое содержание дисциплины: Основы теории государства и права (введение в «Правоведение»). Нормы права и правоотношения. Основы конституционного права России. Основы административного права. Основы уголовного права. Основы гражданского права. Основы семейного права. Основы трудового права. Основы экологического права.

Общая трудоемкость дисциплины: 108 час. / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль: экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.05 «Психология»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Целью освоения дисциплины «Психология» является освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области психологии, понимания природы и способа личностного бытия индивида для:

- формирования целостного представления о психологических особенностях человека как факторах успешности его деятельности;
- системного понимания закономерностей развития психики, знакомства обучающихся с основами психологии личности, с важнейшими индивидуальными особенностями человека, с регуляторными и когнитивными психическими процессами;
- повышения общей и психолого-педагогической культуры;
- успешной организации собственной образовательной деятельности и эффективной работы в коллективе.

Место дисциплины в учебном плане:

Дисциплина «Психология» включена в обязательный перечень дисциплин учебного плана базовой части. Дисциплина «Психология» реализуется в соответствии с требованиями ФГОС ВО, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению по направлению 38.03.02 «Менеджмент», осваивается во 2 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-5, ОК-6.

Краткое содержание дисциплины: Общая характеристика психологии как науки. Методологические основы психологии. Становление предмета психологии. Возникновение и развитие психики в филогенезе. Неосознаваемые процессы. Возникновение, историческое развитие и структура сознания. Проблема самосознания в психологии. Познавательные процессы: ощущение и восприятие, представление, память и внимание, мышление, воображение и речь. Потребностно-мотивационная сфера личности. Индивидуально-типологические свойства личности: темперамент, характер, способности. Социальные атрибуты и установки личности.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 108 час./3 зач. ед.

Промежуточный контроль по дисциплине: зачет

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.06 «Математика»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, владением навыками количественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем адаптации к конкретным задачам управления.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-7, ПК-10.

Краткое содержание дисциплины: в курсе рассматриваются основные вопросы линейной и векторной алгебры, аналитической геометрии, математического анализа, теории вероятностей и математической статистики.

Общая трудоёмкость дисциплины: 216 час. / 6 зач. ед.

Промежуточный контроль по дисциплине: зачет, зачет с оценкой.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.07 «Статистика»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: освоение студентами теоретических и практических знаний в области статистики, приобретение умений и навыков в области применения статистических методов при обработке экспериментальных и хозяйственных данных; ознакомление студентов с содержанием, условиями и практикой применения статистических методов в современных исследованиях в области экономики и управления, обучение принципам построения статистических моделей, проведению анализа полученных результатов и их применению в профессиональной деятельности. Дисциплина создает научную и методическую основу для профессиональной деятельности в сфере экономики и управления с использованием информационных технологий, а знания дисциплины позволят выпускникам реализовывать себя в научно-исследовательской деятельности, в производственных организациях агропромышленного комплекса, а также продолжению обучения в магистратуре.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-1, ПК-10, ПК-15.**

Краткое содержание дисциплины: методологические основы теории статистики, предмет, метод, организация статистики, статистическое наблюдение, статистическая сводка и группировка, система показателей: абсолютные и относительные, средние величины и показатели вариации, табличный и графический метод, анализ динамических рядов, индексы и индексный метод анализа; выборочный метод в экономике; изучение причинно-следственных связей признаков; статистика ресурсного потенциала институциональных ед. разного типа; статистика затрат и себестоимости продукции; статистика результатов производства; валовой продукции, реализованной в товарной продукции, доходов; основы макроэкономической статистики

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 252 час. / 7 зач.ед.

Промежуточный контроль по дисциплине: экзамен, курсовая работа

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.08 «Методы принятия управленческих решений»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: овладение студентами методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций; способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно - коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности; умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению 38.03.02 «Менеджмент», дисциплина осваивается в 4 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-6; ОПК-7; ПК-3; ПК-15.**

Краткое содержание дисциплины: Использование математических моделей и оптимизация в менеджменте. Линейное программирование. Видоизмененные задачи линейного программирования. Элементы нелинейного программирования и динамическое программирование. Математические методы и модели принятия решений в условиях неопределенности.

Общая трудоемкость дисциплины: 180 час. / 5 зач. ед.

Промежуточный контроль: экзамен, защита курсового проекта.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.09 «Информационные технологии в менеджменте»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Целью дисциплины «Информационные технологии в менеджменте» является освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области современных информационных технологий и систем в менеджменте.

Место дисциплины в учебном плане. Дисциплина относится к дисциплинам базовой части, цикл Б1.Б.09. Учебным планом предусмотрено изучение данной дисциплины в третьем семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-5, ОПК-7, ПК-11.**

Краткое содержание дисциплины: Цель, задачи и содержание курса. Связь курса с другими учебными дисциплинами. Информация, деловая и экономическая информация. Экономическая информация: понятие, структура, классификация. Информационные процессы. Базы, хранилища данных, оперативный склад данных, витрина данных. Проектирование базы, хранилища данных. Понятие, структура, этапы и классификация информационных технологий. Технологии преобразования данных: ETL, OLTP, OLAP, KDD, Data Mining, «облачные» технологии. Интернет – технологии в менеджменте. Классификаторы информации: понятие, классификация. Унифицированная система документации (УСД): понятие, классы. Экранная форма документа: понятия, зоны, требования. Выходные формы: понятие, классификация.

Общая трудоёмкость дисциплины: 180 час. / 5 зач. ед.

Промежуточный контроль: экзамен, курсовая работа.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.10 «Теория менеджмента»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: является усвоение основных понятий, приобретение знаний и представление единых теоретико-методологических основ менеджмента и выработка профессиональных компетенций в осуществлении управления экономической деятельностью организации.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-2 , ОПК-3, ОПК-6, ПК-1, ПК-2, ПК-8**

Краткое содержание дисциплины: дисциплина изучает теоретические основы менеджмента, формирует фундамент знаний для дальнейшего изучения дисциплин экономической направленности.

Общая трудоемкость дисциплины: 252 час / 7 зач .ед.

Промежуточный контроль: зачет, экзамен, курсовая работа.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.11 «Маркетинг»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков использования базовых экономических знаний применительно к маркетинговой деятельности различных субъектов АПК; навыков проведения анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса на агропродовольственных рынках; навыков проведения анализа поведения субъектов АПК, структуры и динамики аграрных рынков, конкурентной среды отрасли для выявления рыночных возможностей различных субъектов АПК.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-3; ПК-8; ПК-9; ПК-17**

Краткое содержание дисциплины: в рамках дисциплины рассматриваются теоретические и методологические основы маркетинговой деятельности, элементы комплекса инструментального маркетинга, основы организации и управления маркетинговой деятельностью на уровне отдельных субъектов АПК. Курс предполагает организацию самостоятельной работы студентов как индивидуально, так и в малых группах по специальным заданиям, промежуточный и итоговый контроль полученных слушателями знаний и навыков.

Общая трудоемкость дисциплины: 216 час. / 6 зач.ед.

Промежуточный контроль: экзамен, курсовая работа.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.12 «Учет и анализ»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области бухгалтерского учета для изучения основополагающих принципов и стандартов финансового учета и теоретических учетных категорий, различных методов и способов финансового учета, раскрытие понятий, используемых в учетной практике организации, которые позволяют формировать учетную политику и финансовую отчетность организации.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-5; ПК-14**

Краткое содержание дисциплины:

Сущность и содержание бухгалтерского учета. Предмет и метод бухгалтерского учета. Первичное наблюдение - основа информационного обеспечения бухгалтерского учета. Система счетов бухгалтерского учета и двойная запись. Стоимостное измерение объектов бухгалтерского учета. Калькуляция. Инвентаризация. Бухгалтерский баланс - элемент метода обобщения информации об объектах бухгалтерского учета. Обобщение бухгалтерской информации в бухгалтерской отчетности. Процедура и модели бухгалтерского учета.

Учет и анализ основных средств и нематериальных активов. Учет и анализ материально-производственных запасов. Учет и анализ денежных средств. Учет расчетов с персоналом по оплате труда. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов. Учет и анализ дебиторской и кредиторской задолженности. Учет и анализ затрат на производство и реализацию продукции. Учет и анализ финансовых результатов деятельности организации. Учет и анализ собственного и заемного капитала.

Общая трудоемкость дисциплины: 252 час. / 7 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет, экзамен

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.13 «Финансовый менеджмент»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины — освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области организации финансового менеджмента по управлению капиталом, дивидендной политики, планирования и прогнозирования, инвестирования хозяйствующих субъектов; регулирования денежных потоков предприятия с эффективным использованием в этих целях финансового механизма и различных финансовых инструментов.

Место учебной дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть (Цикл Б1) учебного плана по направлению **38.03.02 Менеджмент**, дисциплина осваивается в 7 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-3; ПК-4; ПК-15; ПК-16.**

Краткое содержание дисциплины: Разделы дисциплины в комплексе содержат изучение теоретических основ финансового менеджмента, основных принципов организации финансового менеджмента, его информационного обеспечения. Раскрывается сущность финансовой среды предпринимательства и предпринимательских рисков, их выявление, оценка и управление. Рассмотрена краткосрочная финансовая политика, в которой представлены темы по управлению ценами, издержками на предприятии, оборотными активами и финансированием текущей деятельности предприятия. Долгосрочная финансовая политика дана в ракурсе систематизации цены и структуры капитала, дивидендной политики, долгосрочного финансового планирования. Определяются основные направления инвестиционной стратегии предприятия, дана оценка и прогнозирование инвестиционного рынка, представлены методики планирования инвестиций.

Общая трудоемкость дисциплины: 180 час. / 5 зач.ед.

Промежуточный контроль: экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.14 «Управление человеческими ресурсами»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: освоение студентами теоретических и методических знаний, приобретение умений и практических навыков в области организационно-управленческой, предпринимательской информационно-аналитическими ресурсами в организационно-аналитической деятельности по управлению человеческими ресурсами в организациях и предприятиях АПК.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-12.

Краткое содержание дисциплины: Теоретические основы формирования и управления человеческими ресурсами. Функции и принципы, способы и методы, стили и модели управления человеческими ресурсами. Рынок труда как регулятор занятости, безработицы и миграции человеческих ресурсов. Кадровая политика и кадровое планирование в организациях. Инвестиция в человеческий капитал. Стратегия управления человеческими ресурсами.

Общая трудоемкость дисциплины: 144 час./ 4 зач. ед

Промежуточный контроль: зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.15 «Стратегический менеджмент»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: освоение студентами теоретических и практических знаний, развитие стратегического мышления, видения сложившихся ситуаций на макро- и микроуровне по отношению к объекту управления, понимание необходимых в этой связи стратегических мер, умение провести анализ и сделать обоснованные выводы по значимым проблемам и процессам управления, умение использовать методы управления в различных ситуациях, связанных с профессиональной деятельностью, а также приобретение умений и навыков в области разработки и реализации стратегии управления организациями АПК в условиях нестабильности и неопределенности среды.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-3, ОПК-2, ПК-3, ПК-5, ПК-9, ПК-17, ПК-18**

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина «Стратегический менеджмент» (Strategic management (англ.) - стратегическое управление) обеспечивает подготовку бакалавров в области теоретических и методологических основ управления на высшем руководящем уровне предприятия, необходимых для дальнейшей профессиональной работы.

Общая трудоемкость дисциплины: 216 час. / 6 зач. ед.

Промежуточный контроль: экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.16 «Корпоративная социальная ответственность»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины формирование необходимых профессиональных знаний у бакалавров, ведения бизнеса в коммерческих организациях, освоение роли дисциплины «Корпоративной социальной ответственности» и формирование системы базовых знаний и навыков в области социально-ориентированного менеджмента и маркетинга, овладение методами анализа и оценки корпоративной социальной ответственности с целью ведения цивилизованного бизнеса и соблюдения международных стандартов корпоративного управления, а также изучение новых подходов к проблемам социально ответственного поведения бизнеса, и его роли в социально-экономическом развитии государства.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-2; ПК-12.**

Краткое содержание дисциплины:

Социально ответственное поведения в развитии современной компании

Понятие корпоративной ответственности. Понятие социальной ответственности. Корпоративная социальная ответственность как единое целое деятельности организации. Подходы к КСО. Понятие корпоративного поведения, его роль. Принципы корпоративного поведения. Практика корпоративного поведения Роль стейкхолдеров в деятельности корпорации. Необходимость эффективного взаимодействия с заинтересованными сторонами для ведения цивилизованного бизнеса. Роль и инструменты реализации социальных программ в деятельности компании. Модели корпоративной социальной ответственности: зарубежный опыт.

Генезис концепции корпоративной социальной ответственности в России. Основы управления организационными изменениями для осуществления перехода к принципам КСО.

Спонсорство и благотворительность как инструменты социальных технологий. Социальное инвестирование в корпорациях. Оценка эффективности инвестиций в социальную сферу. Взаимодействие государства и бизнеса в обеспечении социально ответственного поведения корпораций. Виды социально ответственного поведения бизнеса и корпоративная культура в системе государственного управления.

Общая трудоемкость дисциплины: 144 час. / 4 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет с оценкой.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.17 «Безопасность жизнедеятельности»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: Целями освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» являются:

- 1) формирование общетеоретических комплексных знаний по дисциплине «Безопасность жизнедеятельности» как самостоятельной дисциплины, нормы которой основаны на законодательных положениях и определяют легитимность трудовой деятельности;
- 2) овладение подготавливаемыми кадрами системой научных знаний и практических навыков в сфере правового регулирования вопросов подготовке к защите и непосредственная защита организации;
- 3) выработка совокупности знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности;
- 4) развитие умения мыслить (овладевать такими мыслительными операциями, как классификация, анализ, синтез, сравнение и др.), развитие творческих и познавательных способностей, а также таких психологических качеств, как восприятие, воображение, память, внимание.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательный перечень дисциплин базовой части учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-6; ОК-8

Краткое содержание дисциплины: нормативно-правовая база и основы безопасности жизнедеятельности в ЧС, единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧС), оценка обстановки и прогнозирование последствий чрезвычайных ситуаций, защита с.-х. объектов в ЧС, основные принципы и способы защиты с.-х. населения в ЧС, укрытие населения в ЗС; защита с.-х. растений и животных в ЧС, охрана труда в РФ, планирование мероприятий по охране труда, контроль и надзор, виды ответственности, расследование несчастных случаев на производстве, производственная безопасность, основы производственной санитарии и пожарной безопасности, приборы контроля вредных производственных факторов и подбор средств индивидуальной защиты органов дыхания, основы оказания первой помощи.

Общая трудоемкость дисциплины: 108 час. / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.18 «Деловые коммуникации»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: Цель освоения дисциплины «Деловые коммуникации» - дать необходимые знания по теории речевой коммуникации как виду профессиональной деятельности; вооружить студентов теоретическими и практическими знаниями различных форм устного делового общения в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия. Развить способность осуществлять публичные выступления, вести переговоры, проводить совещания и деловые беседы, соблюдая нормы служебного этикета. Помочь студентам овладеть письменными формами делового общения в официально-деловом стиле.

Место дисциплины в учебном плане: Дисциплина «Деловые коммуникации» включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-5; ОПК-4, ПК-2; ПК-8, ПК-11, ПК-20.

Краткое содержание дисциплины: Понятие речевой коммуникации. Деловое общение, структура, цели, задачи. Три стороны делового общения. Понятие этики и этикета. Речевой этикет. Служебный этикет. Конфликт в деловом общении. Понятие конфликта. Структура конфликта. Типология конфликтов. Стратегия поведения в конфликте. Официально- деловой стиль речи. Стилиевые и языковые особенности. Письменная деловая речь. Понятие документа. Классификация документов. Создание личных деловых документов. Деловая переписка. Виды писем. Правила оформления деловых писем. Устная монологическая речь в официально-деловом стиле. Жанровое многообразие. Принципы построения речи. Правила подготовки речи. Методы изложения материала. Словесное оформление публичного выступления. Оратор и его аудитория. Способы привлечения внимания. Речевой этикет, Устная диалогическая речь в деловом общении. Телефонный разговор как вид делового общения. Правила эффективного ведения переговоров. Телефонный этикет. Имидж делового человека. Качества личности, формирующие имидж.

Общая трудоемкость дисциплины: 108 час. / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.19 «Управление проектами»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: приобретение теоретических знаний и освоение практических навыков в сфере управления проектами, связанными производством и реализацией продукции АПК.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-6; ПК-6; ПК-7; ПК-13; ПК-19.

Краткое содержание дисциплины: Концепция проектного цикла. Офис проекта. Команда проекта. Планирование и управление работами по проекту. Торги и контракты. Управление изменениями. Управление стоимостью. Контроль и регулирование. Управление рисками проектов.

Общая трудоемкость дисциплины: 216 час./ 6 зач. ед.

Промежуточный контроль: экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.20 «Экономическая теория»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: Целью дисциплины «Экономическая теория» является освоение студентами теоретических и практических знаний, приобретение умений и навыков в области основных экономических понятий, законов, существующих экономических и социальных моделей; в социально-экономической политике на уровне фирмы, отрасли, государства; выработке на альтернативной основе механизмов и решений стоящих проблем в рамках установленных компетенций.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-3, ПК-3, ПК-10.**

Краткое содержание дисциплины:

В разделе «Микроэкономика» рассматриваются базовые понятия (категории): потребности; ресурсы; блага и их производство; издержки; производственные возможности. Законы спроса, предложения и их действия в условиях конкурентной среды; рыночное равновесие и его изменение; теории потребления потребителя и производителя в различных рыночных структурах; издержки и прибыль; рынки факторов производства; достоинства и недостатки рыночного механизма.

В разделе «Макроэкономика» экономика рассматривается как единая система во взаимодействии ее основных структурных элементов, в результате чего у студента должны сформироваться научные представления о макроэкономических процессах и закономерностях развития экономической системы, о целях, инструментах и возможностях государственной политики.

Общая трудоемкость дисциплины: 252 час. / 7 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет, экзамен, защита курсовой работы.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.21 «Информатика»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: формирование целостного представления об информации, информационных процессах и ресурсах, информационных системах и технологиях, их роли при решении практических задач в профессиональной деятельности.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-1, ОПК-7.**

Краткое содержание дисциплины:

Роль и значение предмета в профессиональной подготовке. Информационная культура. Основные понятия и компоненты информатики. Информация и данные. Информационные технологии и системы. История развития вычислительной техники. Архитектура ЭВМ. Устройство персонального компьютера (ПК). Программное обеспечение ПК: системное, прикладное, инструментальный технологии программирования. Основы алгоритмизации, проектирования и моделирования. Сетевые технологии обработки информации. Методы защиты информации.

Общая трудоемкость дисциплины: 144 час. / 4 зач. ед.

Промежуточный контроль: экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.22 «Эконометрика»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: является освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем адаптации к конкретным задачам управления; анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов; анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе для принятия решений об инвестировании и финансировании; анализа основных этапов и закономерностей исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, осваивается в 5 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-2, ПК-10, ПК-11, ПК-15.**

Краткое содержание дисциплины: предмет и метод эконометрики; корреляция дисперсия и ковариация. Парная линейная регрессия. Статистическая оценка достоверности выборочных показателей связи. Нелинейная регрессия. Параметризация и сертификация уравнения множественной регрессии. Множественная и частная корреляция. Предпосылки МНК. Обобщенный метод наименьших квадратов. Моделирование одномерных временных рядов. Изучение взаимосвязей по временным рядам. Косвенный метод наименьших квадратов. Методы решения сверхидентифицируемых систем уравнений.

Общая трудоемкость дисциплины: 144 час. / 4 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет с оценкой.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б.1. Б.23 «Физическая культура и спорт»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины у студентов формируется компетенция: **ОК – 7.**

Краткое содержание дисциплины: Учебные занятия по дисциплине проводятся в форме контактной работы и самостоятельной работы. Контактная работа включает теоретические (лекции) и практические учебные занятия. Теоретический раздел охватывает следующие темы: Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Социально-биологические основы физической культуры. Основы здорового образа жизни студента. Физическая культура в сохранении и укреплении здоровья. Общая физическая и спортивная подготовка студентов в образовательном процессе. Профессионально-прикладная физическая подготовка будущих бакалавров. Методические основы самостоятельных занятий физическими упражнениями и самоконтроль в процессе занятий.

Практический раздел охватывает: Определение качественных характеристик результативности образовательно- воспитательного процесса по физической культуре. Методики оценки функционального состояния организма, двигательной активности, суточных энергетических затрат и общей физической работоспособности. Формы занятий физическими упражнениями. Структура и содержание учебного занятия оздоровительной направленности. Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом (тестирование двигательных качеств и способностей, оценка физического развития; дневник самоконтроля; освоение приемов массажа и самомассажа). При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ОВЗ учитываются особенности их психофизического развития и индивидуальные возможности, обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Общая трудоемкость дисциплины: 72 час. / 2 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.01.01 «Технология производства продукции растениеводства»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: является формирование у бакалавров теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области производства сельскохозяйственной продукции растениеводства, определяя стратегию и тактику организаций АПК для обеспечения высоких урожаев с заданным качеством и повышенной конкурентоспособностью.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-3, ОПК-2, ПК-6.**

Краткое содержание дисциплины: Общая характеристика зерновых культур. Технология возделывания озимых культур. Яровая пшеница, ячмень, овес. Особенности биологии и технологии возделывания. Кукуруза на зерно и силос. Особенности биологии и технологии возделывания гороха, сои и других зернобобовых культур. Проблема картофелеводства и пути ее решения. Особенности биологии и технологии возделывания картофеля. Особенности биологии и технологии возделывания корнеплодов. Масличные культуры. Подсолнечник, рапс. Прядильные культуры. Лен-долгунец.

Общая трудоемкость дисциплины: 72 час. / 2 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачёт.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
**Б1.В.01.02 «Технология хранения и переработки продукции
растениеводства»**
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: является приобретение теоретических и практических знаний и формирование умений и навыков в области вопросов хранения и переработки продукции растениеводства в разных типах сельскохозяйственных организаций.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-3, ОПК-2, ПК-6.**

Краткое содержание дисциплины: Признаки оценки пищевого растительного сырья. Нормирование качества продукции растениеводства. Потери продукции растениеводства. Теоретические основы хранения. Хранение продукции растениеводства в хранилищах сельскохозяйственного типа. Основы технологии послеуборочной обработки зерна. Переработка продукции растениеводства.

Общая трудоемкость дисциплины: 108 час. / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль: экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.02.01 «Технология производства продукции животноводства»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: является освоение бакалаврами теоретических знаний и приобретение практических умений и навыков в области организационно-управленческих решений и готовности нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений, способности участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений.

Место дисциплины в учебном плане:

Дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-3, ОПК-2, ПК-6.**

Краткое содержание дисциплины: Скотоводство и технология производства молока и говядины. Экстерьерно-конституциональные особенности крупного рогатого скота. Основы племенной работы в скотоводстве. Молочная продуктивность крупного рогатого скота. Технология производства молока. Мясная продуктивность крупного рогатого скота. Свиноводство и технология производства свинины. Породы свиней. Овцеводство и технология производства продукции овцеводства. Технология производства молока и баранины. Породы овец. Коневодство и технология производства продукции коневодства. Породы лошадей. Птицеводство и технология производства яиц и мяса птицы. Виды, породы и кроссы сельскохозяйственной птицы.

Общая трудоемкость дисциплины: 72 час. / 2 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.02.02 «Технология хранения и переработки продукции
животноводства»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: формирование у бакалавров необходимых базовых теоретических и практических знания и приобретение умений и навыков в области технологии хранения и переработки продукции животноводства, позволяющих им использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности, находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений, участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений.

Задачи дисциплины: освоение общих принципов и подходов технологии хранения и переработки продукции животноводства на основе рационального использования основного сырья и вспомогательных материалов, оборудования базирываясь на экономических знаниях.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-3; ОПК-2; ПК-6.**

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина базируется на знаниях бакалавров, полученных при изучении части специальных дисциплин, строится на современных технологиях хранения и переработки продукции животноводства и выработки разнообразной продукции, получаемой с применением современных технологий. Дисциплина охватывает широкий круг вопросов, связанных с приобретением знаний и умений бакалаврами, необходимых для принятия самостоятельного решения практических задач, используя основы экономических знаний в различных сферах деятельности, по организации технологического процесса первичной переработки и производства молочных, мясных и рыбных продуктов, использованию и совершенствованию действующих технологических процессов, рациональной переработки сырья животного происхождения, обеспечивающих современные требования к качеству, биологической ценности и экологической безопасности продукции.

Общая трудоемкость дисциплины: 108 час. /3 зач. ед. .

Промежуточный контроль: экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.03 «Аграрная политика»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: знакомство студентов с основами аграрной политики; обучении анализу принимаемых агрополитических решений и их последствий на государственной уровне; обучении студентов анализу деятельности государства и санкционированных им общественно-правовых институтов в агропродовольственном секторе экономики и умению выработать пути воздействия на происходящие в нем социально-экономические процессы.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-3; ОПК-2; ПК-9; ПК-10, ПК-12, ПК-15.**

Краткое содержание дисциплины: Научные основы аграрной политики. Причины государственного регулирования аграрного сектора. Инструменты регулирования аграрного сектора. Аграрная политика и проблема продовольственной безопасности государства. Международная торговая и макроэкономическая политика. Формирование аграрной политики в России. Аграрная политика зарубежных стран.

Общая трудоемкость дисциплины: 108 час. / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль: экзамен

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.04 «Логистика»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков анализа и разработки логистических стратегий товаропроизводителей АПК с целью подготовки сбалансированных управленческих решений, а также координации взаимодействия различных участников рынков средств производства для отраслей АПК и сельского хозяйства, сельскохозяйственного сырья и продовольствия.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-5; ПК-19.

Краткое содержание дисциплины: в рамках дисциплины рассматриваются теоретические основы управления материальными и сопутствующими им информационными и финансовыми потоками, а также практические аспекты функционирования закупочной, производственной, распределительной, транспортной, складской, информационной логистики.

Курс предполагает организацию самостоятельной работы студентов как индивидуально, так и в малых группах по специальным заданиям, промежуточный и итоговый контроль полученных слушателями знаний и навыков.

Общая трудоемкость дисциплины: 144 час. / 4 зач. ед.

Промежуточный контроль: экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.05 «Организация сельскохозяйственного производства»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины овладение студентами положениями современной организационной теории, принципами организации производства, построения и деятельности сельскохозяйственных предприятий, закрепление теоретических положений практическими знаниями формирования и эффективного функционирования предприятий как первичного звена хозяйственной системы.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-6; ПК-1; ПК-3; ПК-5; ПК-6**

Краткое содержание дисциплины:

Организация производства как система научных знаний и область практической деятельности предприятий (хозяйствующих субъектов). Предмет, объект, задачи науки «Организация сельскохозяйственного производства», ее место в системе научных знаний. Общие закономерности, основные принципы организации производства. Особенности сельскохозяйственного производства. Внешние и внутренние условия реализации принципов организации сельскохозяйственного производства. Сущность и классификация организационно-правовых форм. Понятие и составляющие системы ведения хозяйства. Организация использования ресурсов предприятия. Специализация производства. Концентрация производства и размеры предприятий. Организация производства продукции полеводства. Организация производства продукции овощеводства. Организация кормопроизводства. Организация производства продукции скотоводства. Организация вспомогательных и обслуживающих производств. Организация материально-технического обеспечения сельскохозяйственных предприятий. Организационные формы материально-технического обеспечения сельскохозяйственных предприятий. Организация производственного обслуживания сельскохозяйственных предприятий. Организация переработки сельскохозяйственной продукции. Организация товарной доработки сельскохозяйственной продукции. Организация хранения сельскохозяйственной продукции. Организация промышленной переработки сельскохозяйственной продукции. Организация реализации продукции.

Общая трудоемкость дисциплины: 180 час. / 5 зач. ед.

Промежуточный контроль: экзамен, курсовой проект.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
**Б1.В.06 «Организационно-экономическая оценка хозяйственной
деятельности организаций АПК»**
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины является освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области теории и практики оценки хозяйственной деятельности организаций АПК, способностью оценивать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, а также оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.

Место учебной дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-3, ПК-9.**

Краткое содержание дисциплины: в рамках дисциплины рассматриваются вопросы оценки эффективности функционирования предприятия, методы, критерии, показатели оценки. Изучаются вопросы микроэкономики в процессе хозяйственной деятельности каждого субъекта; основные термины, экономические понятия и определения; механизм формирования основных технико-экономических показателей, характеризующих субъекты рыночной экономики; финансовые потоки в внутри субъекта и между субъектами в рыночной среде; организационные аспекты всех этапов жизненного цикла субъектов рыночной экономики и их оценка.

Общая трудоемкость дисциплины: 108 час. / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет с оценкой.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.07 «Инвестиционное проектирование в организациях АПК»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: приобретение теоретических знаний и освоение практических навыков, необходимых для анализа инвестиционных проектов, определения и применения показателей эффективности и реализуемости инвестиционных проектов, а также для экономической оценки инвестиционных проектов с учетом отраслевых особенностей производства продукции в АПК.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-10; ПК-15; ПК-16; ПК-18.**

Краткое содержание дисциплины: Основные принципы и методы анализа инвестиционных проектов. Показатели эффективности и реализуемости инвестиционных проектов. Финансовый анализ инвестиционных проектов в АПК. Финансирование проектов и обслуживание долга. Экономический анализ инвестиционных проектов. Анализ рисков инвестиционных проектов.

Общая трудоемкость дисциплины: 180 час. / 5 зач. ед.

Промежуточный контроль: экзамен, защита курсового проекта.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.08 «Менеджмент качества»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: изучение теоретических основ управления качеством и формирование навыков практического применения рекомендаций по организации управления качеством продукции и других объектов на предприятиях, отвечающую рекомендациям государственных и международных стандартов.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-3; ПК-17.**

Краткое содержание дисциплины: Понятие качества. Структура (пирамида) качества. Качество как объект управления. Становление и развитие менеджмента качества. Концепции управления качеством. Всеобщее управление качеством. Сущность системы менеджмента качества. Современная концепция менеджмента качества. «Философия качества» Э. Деминга. Основные положения концепции всеобщего менеджмента качества. Принципы и состав всеобщего менеджмента качества. Управление качеством на основе стандартов ИСО. Международные стандарты ИСО серии 9000: сущность, состав, назначение. Функции управления качеством. Основы квалиметрии. Квалиметрия как наука. Контроль качества. Система контроля качества и ее составляющие: процесс контроля, объект контроля, метод контроля, средства и инструменты контроля. Графические инструменты контроля качества. Техническое регулирование в системе управления качеством. Стандартизация в системе управления качеством. Сущность и виды сертификации. Сертификат соответствия. Основные категории экономики качества. Экономическая эффективность управления качеством.

Общая трудоемкость дисциплины: 144 час./ 4 зач. ед.

Промежуточный контроль: экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.09 «Моделирование социально-экономических процессов»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: освоение теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков по моделированию социально-экономических процессов в достаточном объеме для решения основных профессиональных задач, возникающих в связи с удовлетворением информационной потребности руководителей и специалистов экономических, финансовых, производственно-экономических и аналитических служб организаций, учреждений, предприятий, финансовых и консультационных организаций, обслуживающих предприятия и отрасли АПК, сферы маркетинга.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 – «Менеджмент».

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-10; ПК-13.**

Краткое содержание дисциплины:

Основные понятия и классификация ЭММ, основные приемы моделирования, анализ устойчивости оптимального плана, анализ объективно-обусловленных оценок, ЭММ оптимизации производства и реализации продукции мясоперерабатывающего комбината, ЭММ оптимизации трансфертных цен, ЭММ оптимизации кредитных линий.

Общая трудоемкость дисциплины: 108 час. / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет с оценкой.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.10 «Маркетинговый анализ и планирование»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: усвоение студентами основополагающих методов анализа и принципов планирования и регулирования маркетинговой деятельности, получение навыков их практического применения.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 – «Менеджмент».

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-3; ПК-5; ПК-9; ПК-10; ПК-15; ПК-18.**

Краткое содержание дисциплины: Раздел 1 «Анализ маркетинговой деятельности» предполагает рассмотрение понятия, цели и видов маркетингового анализа. Раздел 2 «Планирование маркетинговой деятельности» знакомит с методами формирования бюджета маркетинга и организацией планирования маркетинга в организации. Практические примеры, задания к практикуму и темы курсовых работ ориентированы на аграрную сферу экономики.

Общая трудоемкость дисциплины: 108час. / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет с оценкой, курсовая работа.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.11 «Правовое регулирование маркетинговой деятельности»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: Целями освоения дисциплины «Правовое регулирование маркетинговой деятельности» являются: 1) формирование теоретических знаний по дисциплине «Правовое регулирование маркетинговой деятельности» - важнейшей области правового регулирования предпринимательских сбытовых отношений; 2) формирование теоретических знаний: о структуре правовой дисциплины «Правовое регулирование маркетинговой деятельности»; о правовых основах заключения, исполнения и расторжения договоров в сфере сбыта и предложения; о правовых основах формирования рынков сбыта и бирж; о правовых основах формирования маркетинговых отделов юридических лиц; о правовом регулировании рекламы и иных способов продвижения продукции, о правовом регулировании формирования цены товара, о правовой регламентации качества продукции, о правовом регулировании сервисных услуг; 3) выработка умений и навыков правоприменительной деятельности в области правового регулирования маркетинговой деятельности, учет и использование судебной практики; 4) развитие умения мыслить (овладевать такими мыслительными операциями, как классификация, анализ, синтез, сравнение и др.), развитие творческих и познавательных способностей, а также таких психологических качеств как восприятие, воображение, память, внимание.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-1, ПК-2, ПК-20.**

Краткое содержание дисциплины: Маркетинговая деятельность как объект правового регулирования. Правовое регулирование проведения маркетинговых исследований. Правовое регулирование деятельности по разработке маркетинговых стратегий. Правовое регулирование разработки и реализации товарной политики. Правовое регулирование разработки и реализации ценовой политики. Правовое регулирование разработки и реализации сбытовой политики. Правовое регулирование разработки и реализации политики продвижения.

Общая трудоемкость дисциплины: 72 час. / 2 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.12 «Маркетинговые исследования»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: обучить студентов – будущих специалистов в области маркетинга применять принципы и методы маркетинговых исследований, в получении и анализе маркетинговой информации для принятия управленческих решений.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 – «Менеджмент».

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-5; ПК-6; ПК-9; ПК-10; ПК-11**

Краткое содержание дисциплины: Сущность маркетинговых исследований состоит в объективном сборе и анализе добровольно полученной информации в отношении потребителей, товаров и услуг. Главное назначение маркетинговых исследований – генерирование информации для обеспечения всесторонней обоснованности, своевременности, рациональности управленческих решений. Данная дисциплина имеет практико-ориентированную направленность. Наряду с познанием сущности маркетинговых исследований, его основных видов, принципов и функций, студенты получают навыки практической деятельности по проведению маркетинговых исследований, систематизации, обработки и анализа маркетинговой информации; подготовки отчета о результатах маркетингового исследования и проведения презентации.

Общая трудоемкость дисциплины: 144 час. / 4 зач. ед.

Промежуточный контроль: экзамен, курсовая работа.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.13 «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: освоение теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков основ маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности.

Место дисциплины в учебном плане:

Дисциплина включена в перечень дисциплин вариативной части, дисциплина осваивается в 8 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-3; ПК-9; ПК-12; ПК-17**

Краткое содержание дисциплины: В результате изучения дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» у бакалавров формируются знания в области познания сущности маркетинга, его основных видов, принципов и функций, а также базовых элементов маркетинга, студенты получают навыки практической деятельности по проведению маркетинговых исследований на международном рынке, планированию, организации и контролю маркетинга в сфере производства и реализации продукции на отечественных и зарубежных рынках.

«Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» является важнейшей учебной дисциплиной в системе подготовки маркетологов. Она позволяет раскрыть современные подходы к организации маркетинговой деятельности в различных отраслях и сферах деятельности.

Дисциплина носит как теоретический, так и прикладной характер, охватывает 12 тем. Ее изучение начинается с рассмотрения особенности организации маркетинговой деятельности в производственной, сельскохозяйственной, внешнеэкономической, страховой, банковской, политической, гостиничной, оптовой и розничной торговле и других сферах, также рассмотрены вопросы маркетинговой деятельности в сфере услуг, в том числе и консалтинговых, на рынке товаров народных промыслов и в сфере высшего образования.

Общая трудоемкость дисциплины: 144 час. / 4 зач. ед.

Промежуточный контроль по дисциплине: экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.14 «Управление маркетингом в АПК»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: освоение теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области завоевания тех или иных рынков сбыта, привлечения новых покупателей, клиентов, продления жизненного цикла товаров и услуг, достижения лидерства в ценах и получения максимальной прибыли от деятельности организации.

Место дисциплины в учебном плане:

Дисциплина включена в перечень дисциплин вариативной части, дисциплина осваивается в 8 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОПК-3, ОПК-6, ПК-1, ПК-2, ПК-8.

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина «Управление маркетингом в АПК» занимает важное место в процессе подготовки будущих бакалавров по профилю «Маркетинг».

Дисциплина «Управление маркетингом в АПК» позволяет в полной мере дать студентам теоретические и методические основы управления организациями агропромышленного комплекса России различных организационных форм. Основными темами дисциплины являются: теоретические основы управления маркетингом; функции управления маркетингом; управление бизнес-портфелем организации; пути повышения эффективности маркетинговых решений; управление эффективностью маркетинга в АПК.

Общая трудоемкость дисциплины: 144 час. / 4 зач. ед.

Промежуточный контроль по дисциплине: экзамен, курсовой проект.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.15 «Товароведение, экспертиза и стандартизация»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: Целью освоения дисциплины является изучение потребительских свойств товаров, их классификация и кодирование; факторы, обуславливающие качество товара, контроль и его оценка; закономерности формирования ассортимента товаров и его структуру; условия сохранения качества товаров, на всех этапах оборота продовольственных товаров: при их производстве, транспортировке, хранении, потреблении; теоретических знаний и практических навыков в области стандартизации.

Место дисциплины в учебном плане: блок Б1.В.15, вариативная часть, изучается в 5 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ПК-6,ПК-7,ПК-8,ОПК-1.

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина «Товароведение, экспертиза и стандартизация» относится к вариативной части обязательных дисциплин ФГОС ВО. В процессе изучения дисциплины «Товароведение, экспертиза и стандартизация» студенты осваивают методологию и принципы создания продовольственных и не продовольственных товаров АПК, получают представление о технологиях разработки конкурентоспособной продукции, методах оценки пожеланий потребителей и потребительских свойств товаров, их пищевой и биологической ценности; о факторах, обуславливающих формирование потребительских свойств товаров и сохранении гарантированного качества товаров в процессе хранения; об основных вопросах стандартизации: функции, цели и задачи, принципы и методы, правовые основы и существующую на сегодняшний день систему стандартизации, охватывающую законодательство, международные требования, технические регламенты, нормативные и технические документы, информационное обеспечение, требования к информации для потребителя.

Общая трудоемкость дисциплины: 72 час. / 2 зач. ед.

Итоговый контроль по дисциплине: зачет

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.16 «Поведение потребителей»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области изучения потребительского и покупательского поведения и способов воздействия на него, выявления требований потребителей к качественным характеристикам товаров и услуг, формирование потребительского спроса и прогнозирование объемов продаж на основных агропродовольственных рынках.

Место дисциплины в учебном плане:

Дисциплина включена в перечень дисциплин вариативной части учебного плана по направлению 38.03.02 Менеджмент, дисциплина осваивается в 7 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-5; ПК-9**

Краткое содержание дисциплины: В результате изучения дисциплины «Поведения потребителей» у бакалавров формируются знания в области круга вопросов, связанных с ролью и особенностями изучения поведения потребителей, влияния внешней среды и индивидуальных характеристик на поведение потребителей; детализировано рассматривается процесс принятия решений потребителями, а также изучаются модели исследования поведения потребителей и процесс разработки маркетинговых стратегий для организаций, ориентированных на потребителей. Особое внимание уделяется вопросу защите прав потребителей в рамках темы «Консюмеризм и общество». Основными темами дисциплины являются: введение в изучение поведения потребителей; влияние внешней среды на поведение потребителей; индивидуальные характеристики, влияющие на поведение потребителей; процесс принятия решений потребителями; модели исследования поведения потребителей; разработка маркетинговых стратегий для организаций, ориентированных на потребителей; консюмеризм и общество.

Общая трудоемкость дисциплины: 72 час. / 2 зач. ед.

Промежуточный контроль по дисциплине: зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.01.01 «Мировая экономика»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: формирование теоретических знаний о мировой экономике, формах и эволюции международных экономических отношений и получение студентами практических навыков анализа новых явлений в мирохозяйственных связях в условиях глобализации мирового хозяйства.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в перечень дисциплин вариативной части учебного плана по направлению 38.03.02 Менеджмент, дисциплина осваивается в 1 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-9; ПК-10; ПК-17**

Краткое содержание дисциплины: Общие понятия мирового хозяйства, современные тенденции и закономерности его развития. Сущность, механизм и теории мировой экономики. Классификация стран в мировой экономике. Динамика развития мирового хозяйства. Социальные аспекты экономического развития мира. Глобальные проблемы в мировом хозяйстве. Трудовые ресурсы мирового хозяйства. Природно-ресурсный потенциал мира. Финансовые ресурсы мира. Развитые страны в мировой экономике. Развивающиеся страны в мировой экономике. Страны с переходной экономикой в мировом хозяйстве.

Общая трудоемкость дисциплины: 72 час. / 2 зач. ед.

Промежуточный контроль по дисциплине: зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.01.02 «Региональная экономика»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: освоение студентами теоретических и фактических знаний региона как системы и экономики как системы регионов, практических навыков оценки условий работы экономических ед., механизмов и последствий принятия решений, приобретения способности учитывать последствия решений с позиции социальной ответственности

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в перечень дисциплин вариативной части учебного плана по направлению 38.03.02 Менеджмент, дисциплина осваивается в 1 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-9; ПК-10; ПК-17**

Краткое содержание дисциплины: Предмет и основные понятия региональной экономики. Теоретические основы региональной экономики. Структура экономики региона. Территориальная организация экономического пространства. Трудовые ресурсы и рынок труда в регионе. Уровень жизни населения как индикатор развития регионов. Предпринимательский климат региона. Региональная политика. Оценка перспектив территориального развития.

Общая трудоемкость дисциплины: 72 час. / 2 зач. ед.

Промежуточный контроль по дисциплине: зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.02.01 «Предпринимательское право»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: Дисциплина «Предпринимательское право» имеет целью сформировать у студентов комплекс теоретических знаний об основах предпринимательского права Российской Федерации, практических навыков и умений по их претворению в жизнь.

Освоение дисциплины осуществляется в ходе аудиторных занятий (лекционных и практических) и дополняется самостоятельной работой студентов, во время которых они изучают нормативные правовые акты, правоприменительную практику, основную и дополнительную литературу, готовятся к практическим занятиям и различным формам отчетности.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть дисциплин по выбору учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг».

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-1; ПК-20.**

Краткое содержание дисциплины: Предпринимательское право как отрасль российского права. Субъекты предпринимательской деятельности. Общие положения. Объекты предпринимательской деятельности. Право собственности. Обязательства и договоры в сфере предпринимательской деятельности. Ответственность в сфере предпринимательской деятельности. Налоговое регулирование предпринимательской деятельности. Правовые основы рекламной деятельности. Правовое обеспечение конкуренции и регулирование и монополии.

Общая трудоемкость дисциплины: 108 час. / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет с оценкой.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.02.02 «История российских экономических реформ»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся знаний базовых экономических категорий в области истории российских экономических реформ, умения выявлять устойчивые взаимосвязи и тенденции в разнообразных экономических явлениях на микро и макроуровне формирование экономического мышления, знания и понимания теоретических основ функционирования рыночной экономики, общекультурные личностные качества, способность применять их в сфере будущей профессиональной деятельности.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-2, ОК-3, ОК-6, ПК-17.**

Краткое содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с историческим развитием российской экономики в процессе различных реформ (правовых, социальных, политических, морально-этических, культурных, религиозных, психологических). Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции; практические занятия; самостоятельная работа студента.

Общая трудоемкость дисциплины: 108 час. / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет с оценкой.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.02.03 «Аграрное право»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: освоение студентами теоретических и практических знаний о системе правовых норм, регулирующих аграрные 4 (земельные, имущественные, трудовые, организационно-управленческие) отношения в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей, иных граждан и юридических лиц - участников агропродовольственных рынков, органов государственной власти и местного самоуправления в сфере государственной поддержки и регулирования сельскохозяйственного производства и агропродовольственных рынков.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть дисциплин по выбору и учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-3; ОПК-1; ПК-20.**

Краткое содержание дисциплины: Понятие, предмет, методы, принципы аграрного права. Источники аграрного права. Государственное регулирование и управление сельским хозяйством. Правовое положение сельскохозяйственных товаропроизводителей. Правовое положение крестьянского (фермерского) и личного подсобного хозяйства граждан. Правовое регулирование земельных и экологических отношений в сельском хозяйстве. Правовое регулирование оборота земель сельскохозяйственного назначения. Правовое регулирование договоров сельскохозяйственных товаропроизводителей. Правовое регулирование селекционной деятельности, семеноводства и племенного животноводства.

Общая трудоемкость дисциплины: 108 час. / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет с оценкой.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.03.01 «Статистический анализ и прогнозирование с использованием пакетов прикладных статистических программ»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: Целью дисциплины «Статистический анализ и прогнозирование с использованием пакетов прикладных статистических программ» является освоение студентами способности анализировать взаимосвязи и риски компаний для принятия управленческих решений с использованием пакетов прикладных статистических программ STATISTICA, Eviews, STATA R.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-5, ПК-15.**

Краткое содержание дисциплины: Сравнительная характеристика основных прикладных статистических программ. Общая характеристика систем STATISTICA, Eviews, STATA. Пользовательский интерфейс, управление данными в системах STATISTICA. Построение в системе STATISTICA: ранжированного ряда распределения, огибающей распределения, вариационного ряда распределения для дискретного признака, полигона распределения, интервального вариационного ряда распределения, гистограммы распределения и др. Построение автоотчета и таблиц сопряженности в STATISTICA. Описательные статистики. Проверка статистических гипотез в системе STATISTICA. Проверка непараметрических гипотез относительно законов распределения. Дисперсионный анализ. Изучение взаимосвязей на основе временных рядов. Диагностирование автокорреляции. Устранение тенденции. Построение аддитивной и мультипликативной модели временного ряда в STATISTICA. Расчет прогнозных значений. Адаптивное прогнозирование по полиномиальным моделям. Построение моделей авторегрессии, скользящего среднего и авторегрессии–скользящего среднего. Понятие кластерного анализа. Виды кластерного анализа. Кластерный анализ в системе STATISTICA. Выполнение иерархических процедур в системе STATISTICA. Основные возможности. Сравнительная характеристика. Назначение, пользовательский интерфейс, графические возможности. Взаимодействие с другими программами

Общая трудоёмкость дисциплины: 180 час. / 5 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачёт.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.03.02 «Системный анализ»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков системного анализа в приложении к исследованию предметных областей функционирования экономических информационных систем, самих информационных систем и информационных процессов с целью последующего решения задач проектирования информационных систем, решающих поставленные задачи и обладающих заданными эксплуатационными характеристиками.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана (дисциплины по выбору) по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-5, ПК-15.**

Краткое содержание дисциплины:

Предмет и история общей теории систем. Виды систем и их свойства. Система и внешняя среда. Кибернетические системы. Структура систем. Многоуровневые иерархические системы. Системный анализ целей аграрного производства. Движение и преобразование систем. Свойство динамических систем. Системный анализ – основной метод теории систем. Теоретико-системные основания математического моделирования. Синтетический метод в теории систем. Методы обнаружения и идентификации проблем в экономических системах. Базовая методика системного анализа. Особенности решения экономических проблем и внедрения результатов системного анализа.

Общая трудоёмкость дисциплины: 180 час. / 5 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачёт.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.04.01 «Ценообразование в маркетинге»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «**Маркетинг**»

Цель освоения дисциплины: овладение теоретическими и практическими методами ценообразования для принятия эффективных решений в производственной деятельности организации и построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем адаптации к конкретным задачам управления.

Место дисциплины в учебном плане:

Дисциплина включена в перечень дисциплин по выбору вариативной части, дисциплина осваивается в 6 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ПК -6, ПК-9;

Краткое содержание дисциплины: Логика курса предполагает рассмотрение теоретических основ ценообразования, формирующих знания о сущности и функциях цен, зависимости ценообразования от типа рынка, стадии жизненного цикла товара. Изучение методологии ценообразования дает возможность сравнить затратный и ценностный подходы к ценообразованию, провести критический анализ опыта применения различных методов ценообразования. При рассмотрении вопросов, связанных с ценовой политикой и стратегией ценообразования, ставятся акценты на наиболее распространенных стратегиях и тактических приемах ценообразования, оценке возможности и последствий их применения.. Основными темами являются: тема 1 «Теоретические основы ценообразования» предполагает изучение сущности и роли цены, видов цен. В теме 2 «Состав и структура цены» рассматриваются элементы цены: себестоимость, прибыль, косвенные налоги и посреднические надбавки. Тема 3 «Методология ценообразования» знакомит с системой методов ценообразования. Тема 4 «Ценовая политика и стратегии ценообразования» формирует знания о сущности ценовой политики организации, видах стратегий и тактических приемах ценообразования. Тема 5 «Государственное регулирование цен» посвящена формам и методам государственного регулирования цен, а тема 6 «Ценообразование на продукцию сельского хозяйства и продовольствие» - вопросам ценообразования на продукцию сельского хозяйства и продовольствие, их особенностям во внешней торговле.

Общая трудоемкость дисциплины: 72 час. / 2 зач. ед.

Промежуточный контроль по дисциплине: зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.04.02 «Управление ценой и ценностью»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: овладение теоретическими и практическими методами управления ценой и ценностью на основе анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций для принятия эффективных управленческих решений в современных рыночных условиях.

Место дисциплины в учебном плане:

Дисциплина включена в перечень дисциплин по выбору вариативной части, дисциплина осваивается в 6 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ПК -6, ПК-9;

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина носит как теоретический, так и прикладной характер, охватывает 9 тем. Ее изучение начинается с теоретических основ - сущности и роли цены, видов цен, принципов создания потребительской ценности, типов ценностей: функциональная, социальная, эмоциональная, эпистемическая и условная. Далее рассматриваются методологические вопросы ценообразования. Прикладные знания о сущности ценовой политики организации, видах ценовых стратегий и тактических приемах ценообразования, формируемые применительно к аграрному сектору экономики, а также факторы, влияющие на цену продукции АПК. В завершение рассматриваются виды цен на сельскохозяйственную продукцию, формы и методы государственного регулирования.

Общая трудоемкость дисциплины: 72 час. / 2 зач. ед.

Промежуточный контроль по дисциплине: зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.05.01 «Информационные системы маркетинга»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «**Маркетинг**»

Цель освоения дисциплины: получение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области современных информационных систем маркетинга для решения стандартных задач профессиональной деятельности с использованием методов количественного и качественного анализа информации, моделирования бизнес-процессов и информационно-коммуникационных технологий.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина Б1.В.ДВ.05.01 «Информационные системы маркетинга» включена в вариативную часть дисциплин по выбору студента.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-7; ПК-10; ПК-13.**

Краткое содержание дисциплины: Цель, задачи и содержание курса. Экономическая информация: понятие, структура, классификация. Маркетинговая информация как часть экономической информации. Информационные системы (ИС) и технологии (ИТ): понятие, структура, классификация. Маркетинговые информационные системы (МИС): понятие, задачи, структура. Решение маркетинговых задач в МИС.

Общая трудоемкость дисциплины: 144 час. / 4 зач. ед.

Промежуточный контроль: экзамен, курсовая работа.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.05.02 «Информационные технологии в маркетинге»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «**Маркетинг**»

Цель освоения дисциплины: получение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области информационных технологий в маркетинге для решения стандартных задач профессиональной деятельности с использованием методов количественного и качественного анализа информации, современных информационно-коммуникационных технологий.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 «Информационные технологии в маркетинге» включена в вариативную часть дисциплин по выбору студента.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-7; ПК-10, ПК-13.**

Краткое содержание дисциплины: Цель, задачи и содержание курса. Экономическая информация: понятие, структура, классификация. Маркетинговая информация как часть экономической информации. Информационные технологии (ИТ): понятие, структура, классификация. OLTP (Online Transaction Processing), OLAP (Online analytical processing), ETL (Extraction, Loading, Transformation), Data Mining (технологии интеллектуального анализа данных), KDD (Knowledge discovery in databases), «облачные» – технологии.

Общая трудоемкость дисциплины: 144 час. / 4 зач. ед.

Промежуточный контроль: экзамен, курсовая работа.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.06.01 «Международный маркетинг»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов теоретических знаний о содержании и особенностях международного маркетинга, маркетинговых методов и инструментов маркетинговых исследований с учетом специфики работы на зарубежных аграрных рынках.

Место дисциплины в учебном плане: Цикл Б1, дисциплина по выбору, вариативная часть, дисциплина осваивается в 7 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-9, ПК-10, ПК-17.**

Краткое содержание дисциплины «Международный маркетинг»: Понятие и особенности международного маркетинга. Международная маркетинговая среда. Маркетинговые исследования зарубежных рынков. Стратегии и формы международного маркетинга. Товарные стратегии и ценообразование в международном маркетинге. Международные коммуникационные стратегии.

Общая трудоемкость дисциплины: 108 час. / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль по дисциплине: зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.06.02 «Сельскохозяйственные рынки»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: Целью освоения дисциплины «Сельскохозяйственные рынки» является освоение студентами теоретических и практических знаний о принципах, закономерностях и специфике функционирования совокупности аграрных рынков: ресурсов для производства сельскохозяйственного сырья, сельскохозяйственной продукции и продовольствия.

Место дисциплины в учебном плане: Цикл Б1, дисциплина по выбору, вариативная часть, дисциплина осваивается в 7 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-9, ПК-10, ПК-17.**

Краткое содержание дисциплины «Сельскохозяйственные рынки»: Конъюнктура и структура сельскохозяйственных рынков. Методология и методы исследования сельскохозяйственных рынков. Спрос на факторы производства для сельского хозяйства и других отраслей аграрной сферы. Производство аграрных продуктов. Предложение аграрных продуктов. Рынок материальных ресурсов в аграрной сфере. Рынок земельных ресурсов в аграрной сфере. Рынок трудовых ресурсов в аграрной сфере. Рынок финансовых ресурсов в аграрной сфере. Рынок информации, инноваций и технологий в аграрной сфере. Общие тенденции в развитии мировых и российских рынков сельскохозяйственной продукции, системы товародвижения, сбыта соответствующих продуктов и функционирования продовольственного рынка. Принципы, формы и методы государственного регулирования рынка сельскохозяйственной продукции.

Общая трудоемкость дисциплины: 108 час. / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль по дисциплине: зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.07.01 «Маркетинговые коммуникации»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: освоение теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области создания эффективных маркетинговых коммуникаций.

Место дисциплины в учебном плане:

Дисциплина включена в перечень дисциплин по выбору вариативной части, дисциплина осваивается в 7 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОК-4; ОПК-4; ПК-2.

Краткое содержание дисциплины: изучение дисциплины «Маркетинговые коммуникации» обусловлено объективной необходимостью приобретения бакалаврами знаний в сфере эффективного построения коммуникаций в маркетинге. В представленном курсе раскрыта роль маркетинговых коммуникаций как элемента комплексной программы маркетинга. Показаны виды, информационное обеспечение и раскрыты вопросы эффективности маркетинговых коммуникаций. Основными темами дисциплины являются: маркетинговые коммуникации как элемент комплексной программы маркетинга; интегрированные маркетинговые коммуникации; реклама – как основной инструмент в маркетинговых коммуникациях; связи с общественностью; прямой маркетинг; стимулирование сбыта; эффективность маркетинговых коммуникаций.

Общая трудоемкость дисциплины: 108 час. / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль по дисциплине: зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.07.02 «Рекламный маркетинг»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: освоение теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области построения коммуникации, а также осуществления делового общения и публичных выступлений.

Место дисциплины в учебном плане:

Дисциплина включена в перечень дисциплин по выбору вариативной части, дисциплина осваивается в 7 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОК-4; ОПК-4; ПК-2.

Краткое содержание дисциплины: изучение дисциплины «Рекламный маркетинг» обусловлено объективной необходимостью приобретения бакалаврами знаний в сфере организации эффективной рекламы. В представленном курсе раскрыта роль рекламы как важного элемента маркетинговой коммуникации. Показаны виды рекламы, раскрыты вопросы эффективности рекламных мероприятий. Основными темами дисциплины являются: реклама и общество; средства распространения рекламы; основные разработки рекламных обращений; планирование рекламной кампании; оценка эффективности рекламной деятельности; рекламный менеджмент, правовое регулирование рекламной деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины: 108 час. / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль по дисциплине: зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.08.01 «Экономика предприятия»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «**Маркетинг**»

Цель освоения дисциплины: овладение студентами теоретическими и практическими знаниями, приобретение умений и навыков в области развития предприятия как целостной самоорганизующейся системы, функционирующей в условиях рыночной экономики, для достижения наивысшей экономической эффективности ее деятельности, т.е. обеспечения постоянного и достаточного размера чистого дохода при рациональном использовании производственных ресурсов, минимизации текущих издержек, конкурентоспособном объеме и качестве производимой продукции.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть (дисциплины по выбору) учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-3; ПК-4.**

Краткое содержание дисциплины: Предприятие как основной субъект предпринимательской деятельности. Организационная структура и принципы управления предприятием. Сущность и значение предпринимательской деятельности. Средства производства и персонал предприятия. Информационное обеспечение управления предприятием. Финансовые ресурсы и финансирование бизнеса. Расходы, доходы и экономическая эффективность деятельности предприятия. Ценообразование и ценовая политика предприятия. Налогообложение предприятия. Инвестиционная деятельность и инновационное развитие предприятия. Планирование деятельности предприятия. Качество как основополагающий фактор конкурентоспособности.

Общая трудоемкость дисциплины: 144 час. / 4 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет с оценкой.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.08.02 «Экономика организаций АПК»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: освоение студентами теоретических и практических знаний, приобретение умений и навыков в организации и развитии предприятия (организации) как целостной, самоорганизующейся системы, функционирующей в условиях рыночной экономики для достижения наивысшей экономической эффективности ее деятельности, то есть обеспечения постоянного и достаточного размера чистого дохода (прибыли) при рациональном использовании производственных ресурсов, минимизации текущих издержек, конкурентоспособном объеме и качестве производимой продукции.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть (дисциплины по выбору) учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-3; ПК-4**

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина «Экономика организаций АПК» основывается на экономических законах и предполагает знание теоретических и методических основ науки, а также приобретение практических навыков в решении: организационно-экономических проблем формирования и функционирования предприятий (организаций) в конкурентной рыночной среде; в выявлении их оптимальных производственно-отраслевых структур в сложившихся и альтернативных производственно-технических, экономических и правовых условиях; в выборе и использовании эффективных методов хозяйствования; в снижении издержек и повышении рентабельности производства; в определении стратегического развития предприятий (организаций) в долгосрочной перспективе. Предметом изучения дисциплины являются основные свойства и структурные элементы предприятий (организаций), особенности их деятельности, ресурсы, экономические результаты и факторы их изменения в условиях рыночной экономики.

Общая трудоемкость дисциплины: 144 час. / 4 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет с оценкой.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.09.01 «Коммерческая деятельность»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: состоит в формировании у обучающихся специальных знаний и умений в области организации коммерческой деятельности предприятия. Способностью создание целостного представления о системе, обеспечивающей прохождение материального потока в сфере товарного обращения, в процессе которого приобретаются умения и навыки организации собственного бизнеса.

Место дисциплины в учебном плане:

Дисциплина включена в перечень дисциплин по выбору вариативной части, дисциплина осваивается в 8 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОПК-3, ОПК-6, ПК-4.

Краткое содержание дисциплины: В результате изучения дисциплины «Коммерческая деятельность» у бакалавров формируются знания, умения и навыки в области круга вопросов, в рамках следующих тем:

Понятие и значение коммерции, объекты и субъекты коммерческой деятельности. Коммерческая информация и ее защита. Коммерческий риск и меры его уменьшения. Ассортиментная и ценовая политика торговой организации, распределение товаров и товародвижение. Организация торговли на товарных биржах, аукционах и торгах, оптовых ярмарках, выставках и продовольственных рынках. Эффективность коммерческой деятельности организации.

Общая трудоемкость дисциплины: 108 час. / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль по дисциплине: зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.09.02 «Управление продажами»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: освоение теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области эффективного управления продажами.

Место дисциплины в учебном плане:

Дисциплина включена в перечень дисциплин по выбору вариативной части, дисциплина осваивается в 8 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОПК-3; ОПК-6; ПК-4.

Краткое содержание дисциплины: В результате изучения дисциплины «Управление продажами» у бакалавров формируются знания в области управления продажами и решений, направленных на совершенствование процесса продажи продуктов, а также навыков использования маркетинговых методов и инструментов в деятельности бакалавра. Поскольку эффективность системы продаж в решающей мере зависит от управления ею, то и управлению продажами в практической работе специалистов по менеджменту отводится ведущее место.

Основными темами дисциплины являются: теоретические основы управления продажами; организация функционирования отдела продаж; планирование и прогнозирование продаж; система управления персоналом в управлении продажами.

Общая трудоемкость дисциплины: 108 час. / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль по дисциплине: зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
**Б1.В.ДВ.10.01 «Управление разработкой и реализацией
нового продукта»**
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: приобретение студентами знаний по широкому спектру практических вопросов на всех этапах разработки продуктовой инновации от формирования идей до коммерческой реализации нового товара.

Место дисциплины в учебном плане:

Дисциплина включена перечень дисциплин по выбору вариативной части, дисциплина осваивается в 8 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ПК-6; ПК-9; ПК-15; ПК-18.

Краткое содержание дисциплины: : Сущность продуктовых инноваций. Методология маркетинговых исследований при создании продуктовых инноваций. Планирование и организация разработки продуктовых инноваций. Причины успехов и неудач продуктовых инноваций. Контроль разработки продуктовой инновации. Позиционирование и продажа продуктовой инновации. Маркетинговые коммуникации при продвижении продуктовой инновации. Особенности установления цен на новые товары. Особенности управления разработкой и реализацией новых продуктов растительного происхождения. Особенности управления разработкой и реализацией новых продуктов животного происхождения и продовольственных товаров. Развитие перспективных технологий в АПК как фактор ускорения создания новых продуктов.

Общая трудоемкость дисциплины: 108 час. / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль по дисциплине: экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
**Б1.В.ДВ.10.02 «Маркетинговая стратегия и конкурентное
позиционирование»**
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: освоение теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области построения маркетинговой стратегии эффективного конкурентного позиционирования.

Место дисциплины в учебном плане:

Дисциплина включена в перечень дисциплин по выбору вариативной части, дисциплина осваивается в 8 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ПК-6; ПК-9; ПК-15; ПК-18.

Краткое содержание дисциплины: Рыночное позиционирование при современных условиях является одним из самых эффективных методов конкурентной борьбы на потребительских рынках. Удачная реализация конкурентного позиционирования потребительских товаров требует применения маркетинговых стратегий, которые бы позволили четко «разместить» товар компании на рынке и в сознании целевых потребителей.

Основными темами дисциплины являются: стратегическое управление и планирование маркетинга; основные подходы анализа конкурентного рынка, анализ клиентов и конкурентов фирмы; прогнозирование будущего спроса и потребностей рынка; определение, цель и задачи позиционирования, концепции и методики позиционирования; стратегия позиционирования как основа функциональных маркетинговых стратегий, этапы разработки стратегии позиционирования

Общая трудоемкость дисциплины: 108 час. / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль по дисциплине: экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б.1.В.ДВ.11.01 «Базовая физическая культура»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины «Базовая физическая культура» у студентов формируется общекультурная компетенция (ОК – 7), в результате освоения которых выпускник должен: владеть способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина «Базовая физическая культура» включает практические учебные занятия, т.е. предполагает только контактную работу. Для проведения практических занятий по физической культуре и спорту (физической подготовке) формируются учебные группы численностью не более 20 человек с учетом состояния здоровья, физического развития и физической подготовленности обучающихся. В содержание дисциплины входят разделы: Циклические виды двигательной деятельности и Ациклические виды двигательной деятельности. Раздел Циклические виды двигательной деятельности включают практические занятия по темам: легко-атлетические упражнения, плавание, лыжная подготовка. Раздел Ациклические виды двигательной деятельности включают практические занятия по темам: общеразвивающая гимнастика, баскетбол, волейбол, футбол.

Учебная работа по дисциплине «Базовая физическая культура» построена на основе балльно-рейтинговой системы контроля посещаемости и успеваемости студентов. При освоении дисциплины «Базовая физическая культура» инвалидами и лицами с ОВЗ учитываются особенности их психофизического развития и индивидуальные возможности, обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Общая трудоемкость дисциплины: 328 час. (указанные академические часы являются обязательными для освоения и в зач. ед.ы не переводятся).

Промежуточный контроль: зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б.1.В.ДВ.11.02 «Базовые виды спорта»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Цель освоения дисциплины: способность методически обоснованно и целенаправленно использовать разнообразные средства, методы и организационная форма физической культуры, позволяющая выпускнику сформировать индивидуальную, здоровую сберегающую жизнедеятельность, необходимую для профессионального личностного становления.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины «Базовая физическая культура» у студентов формируется общекультурная компетенция (**ОК – 7**), в результате освоения которых выпускник должен: владеть способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Краткое содержание дисциплины: Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений. Особенности занятий избранным видом спорта или системой физических упражнений. Врачебно-педагогический контроль и самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом. Профессионально–прикладная физическая подготовка студентов. Физическая культура в профессиональной деятельности бакалавров.

Общая трудоемкость дисциплины: 328 час. (указанные академические часы являются обязательными для освоения и в зач. ед.ы не переводятся).

Промежуточный контроль: зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы практики
**Б2.В.01(У) «Учебная практика по получению первичных
профессиональных умений и навыков»**
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Курс, семестр: 1, 2

Форма проведения практики: непрерывная, групповая

Способ проведения: стационарная

Цель практики: развить у студентов способности использовать основы экономических и управленческих знаний в различных сферах деятельности, в том числе в маркетинговой деятельности; работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия, улучшить навыки использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения маркетинговых задач.

Задачи практики: ознакомиться со спектром маркетинговых профессий на рынке труда, проанализировать спрос на маркетинговые профессии на современном рынке труда в разрезе: основных маркетинговых профессий, основных требований, предъявляемых к кандидатам, уровня оплаты труда по категориям маркетинговых профессий, выявить отраслевые и региональные потребности в специалистах по маркетингу; сформировать навыки формирования индивидуальной программы повышения уровня профессиональной компетенции в маркетинге.

Требования к результатам освоения практики: в результате освоения практики формируются следующие компетенции: **ОК-3; ОК-5; ОК-6; ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-9**

Краткое содержание практики: – Практика предусматривает следующие этапы: 1 этап – Подготовительный этап (студенты проходят инструктаж по выполнению заданий практики, а также инструктаж по вопросам охраны труда, пожарной безопасности); 2 этап – Основной этап (изучение источников информации и документации, работа с источниками, выполнение практических работ по маркетинговым исследованиям и изучению функциональных задач и обязанностей работников маркетинговых служб организаций); 3 этап – Заключительный этап (подготовка и защита отчетной работы).

Место проведения: ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева, аудитории кафедры маркетинга.

Выбор мест прохождения практик для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требованиями по доступности.

Общая трудоемкость практики: 72 час. / 2 зач. ед.

Промежуточный контроль по практике: зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы практики
Б2.В.02(У) «Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков по растениеводству»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Курс, семестр: 1, 2

Форма проведения практики: непрерывная (концентрированная), групповая.

Способ проведения: стационарная.

Цель практики: Целью учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков по растениеводству является закрепление и практическое применение знаний, полученных в результате изучения дисциплины «Технология производства продукции растениеводства», освоение технологических приемов производственных процессов в растениеводстве, развитие навыков самостоятельной работы, подготовка к более глубокому усвоению последующих дисциплин.

Требования к результатам освоения практики: в результате освоения практики формируются следующие компетенции: **ОК-3; ОПК-2; ОПК-6; ПК-6.**

Краткое содержание практики: Содержание учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков по растениеводству охватывает круг вопросов, связанных с освоением технологии производства растениеводческой продукции для формирования представлений по вопросам агрономической направленности, оценке их эффективности и возможности практического использования. Особенностью учебной практики является организация работы студентов для комплексного изучения теоретических основ и прикладных навыков в области технологии производства сельскохозяйственной продукции на Полевой опытной станции РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева.

Место проведения: Местом проведения учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков по растениеводству является Полевая опытная станция РГАУ-МСХА имени К.А.Тимирязева.

Общая трудоемкость практики: 36 час. / 1 зач. ед.

Промежуточный контроль по практике: зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы практики
**Б2.В.03(У) «Учебная практика по получению первичных
профессиональных умений и навыков по хранению и переработки
продукции растениеводства»**
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Курс, семестр: 1, 2

Форма проведения практики: непрерывная (концентрированная), групповая.

Способ проведения: стационарная.

Цель освоения дисциплины: Целью учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков по хранению и переработке продукции растениеводства является закрепление и практическое применение знаний, полученных в результате изучения дисциплины «Технология хранения и переработки продукции растениеводства», подготовка к более глубокому усвоению последующих дисциплин.

Требования к результатам освоения практики: в результате освоения практики формируются следующие компетенции: **ОК-3; ОПК-2; ОПК-6; ПК-6.**

Краткое содержание практики: Инструктаж по технике безопасности. Изучение информационной литературы по стандартизации, правила приемки зерна и методы отбора проб. Изучение классификации показателей качества зерна и методов их определения. Изучение показателей качества и методов их определения. Изучение основных направлений и способов переработки продукции растениеводства. Знакомство с технологией послеуборочной обработки и хранения продукции растениеводства. Знакомство с особенностями технологии хранения и переработки плодоовощной продукции. Оценка степени готовности стационарных плодоовощехранилищ к приему нового урожая (качества ремонта, своевременности дезинфекции хранилищ, средство механизации и оборудования). Изучение основных направлений и способов переработки продукции растениеводства. Анализ учебной практики. Подготовка и защита отчета.

Место проведения: полевая опытная станция и технологическая лаборатория кафедры хранения, переработки и товароведения продукции растениеводства РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева.

Общая трудоемкость практики: 36 час. / 1 зач. ед.

Промежуточный контроль по практике: зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы практики
Б2.В.04(У) «Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков по животноводству»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Курс, семестр: 1, 2

Форма проведения учебной практики: (непрерывная (концентрированная), групповая.

Способ проведения: стационарная.

Цель учебной практики: целью прохождения «Учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков по животноводству» является закрепление и углубление теоретической подготовки студентов, знакомство с производственными процессами, способность использования основ экономических знаний в различных сферах деятельности, нахождение организационно-управленческих решений и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений и владеть методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью в животноводстве.

Требования к результатам освоения практики: в результате освоения практики формируются следующие компетенции: **ОК-3, ОПК-2, ОПК-6, ПК-6.**

Краткое содержание учебной практики: Практика предусматривает следующие этапы: подготовительный (инструктаж по технике безопасности), основной этап (знакомство с производственно-экономическими показателями работы учебно-опытного вивария; анализ структуры стада крупного и мелкого рогатого скота, породной, половозрастной и индивидуальной дифференциации сельскохозяйственных животных; знакомство с организацией первичного учета на ферме крупного рогатого скота; оценка санитарно-гигиенического состояния производственных помещений, анализ распорядка дня и технических приемов по уходу за животными на ферме; знакомство с организацией и проведением технологических процессов доения, кормления, поения и содержания животных; изучение способов идентификации животных; изучение производственно-технологической деятельности птичника; анализ технологии содержания, кормления и поения лошадей; приемов чистки, ковки и использования лошадей на работах; подготовки упряжи и снаряжения лошадей; знакомство с экспозицией научно-художественного музея коневодства); заключительный (зачет с оценкой)

Общая трудоемкость практики: 72 час. / 2 зач. ед.

Промежуточный контроль по практике: зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы практики
Б2.В.05(У) «Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков по информатике»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Курс, семестр: 1, 2

Форма проведения практики: непрерывная, групповая

Способ проведения практики: стационарная

Цель практики: формирование целостного представления о сборе и анализе информации, информационных процессах и ресурсах, информационных системах и технологиях, их роли при решении практических задач в профессиональной деятельности.

Задачи практики:

- сформировать практические навыки поиска, сбора, анализа и обработки информации при помощи информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) для решения стандартных задач профессиональной деятельности;
- использование цифровых технологий и основ защиты информации в управленческих решениях;
- анализ информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации;
- применение базы данных для информационного обеспечения участников организационных проектов.

Требования к результатам освоения практики: в результате освоения практики формируются следующие компетенции: **ОК-3; ОПК-7; ПК-10; ПК-11**

Краткое содержание практики: Практика предусматривает следующие этапы: подготовительный, основной и заключительный.

Место проведения: кафедра прикладной информатики, компьютерные классы Управления информационных технологий.

Общая трудоемкость практики: 36 час. / 1 зач. ед.

Промежуточный контроль по практике: зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы практики
**Б2.В.06(П) «Производственная практика по получению
профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности»**
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Курс 2,3; семестр 4, 6

Форма проведения практики: непрерывная (концентрированная), индивидуальная.

Способ проведения: стационарная и выездная.

Цель практики: закрепление у студентов теоретических знаний, приобретение ими навыков практической и организаторской работы по профилю, проведение научных исследований. Овладение умениями и навыками организации и реализации современных технологий и приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности в организации в области маркетинга, изучение конкретных методов и методик деятельности организаций по управлению маркетингом.

Задачи практики: овладеть практическими навыками работы в коллективе; основами управления маркетингом; ознакомиться с этапами разработки и контроля реализации маркетинговых планов, заключаемых соглашений, договоров и контрактов; овладеть навыками организации и поддержки связи с контактными аудиториями, используя системы сбора необходимой информации с целью оптимизации продуктового портфеля организации; ознакомиться с методами проведения маркетинговых исследований; научиться находить и оценить оптимальные решения.

Требования к результатам освоения практики: в результате освоения практики формируются следующие компетенции: **ОК-4; ОК-5; ОПК-2; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-12; ПК-13; ПК-17; ПК-18; ПК-19; ПК-20.**

Краткое содержание практики: В каждом семестре производственная практика предусматривает следующие этапы: подготовительный этап включает прибытие в организацию, знакомство с администрацией и руководителем практики от организации, инструктаж по вопросам охраны труда и пожарной безопасности, составление индивидуального задания; основной этап включает сбор, обработка и систематизация фактического информационного, аналитического, бухгалтерского и экономического материала согласно заданию, проведение маркетинговых исследований, расчет необходимых показателей и заполнение соответствующих разделов отчета; заключительный этап – подготовка и защита отчета.

Место проведения: РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, кафедра маркетинга, предприятия и организации, относящиеся к АПК России.

Общая трудоемкость практики: (432 час. / 12 зач.ед.), 216 час. в 4 семестре и 216 час. в 6 семестре соответственно.

Промежуточный контроль по практике: зачет с оценкой.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы практики
Б2.В.07(П) «Производственная преддипломная практика»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности «Маркетинг»

Курс 4, семестр 8

Форма проведения практики: непрерывная (концентрированная), индивидуальная.

Способ проведения: стационарная..

Цель практики получение студентами практических навыков работы в области экономики, организации, планирования, анализа и управления агропромышленным производством, а также изучение экономического механизма хозяйствования в условиях рыночных отношений, проведение научно-исследовательской работы по теме дипломного проектирования приобретение компетенций в профессиональной деятельности менеджера посредством систематизации и подготовки материалов для выпускной квалификационной работы.

Задачи практики: научить студентов находить организационно-управленческие решения в области маркетинга, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия; придать навыки стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.

Требования к результатам освоения практики: в результате освоения практики формируются следующие компетенции: **ОПК-2; ОПК-3; ОПК-6; ПК-3; ПК-4; ПК-14; ПК-15; ПК-16; ПК-18.**

Краткое содержание практики:

Практика предусматривает следующие этапы: подготовительный этап включает ознакомительную лекцию, инструктаж по вопросам охраны труда и пожарной безопасности, знакомство с информационно-методической базой, составление индивидуального задания; основной этап включает обработку и систематизацию фактического информационного, аналитического, научного и литературного материала по теме выпускной квалификационной работы согласно заданию; заключительный этап – подготовка отчета в соответствии с индивидуальным заданием.

Место проведения: РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, кафедра маркетинга.

Общая трудоемкость практики: 108 час. / 3 зач. ед.

Промежуточный контроль по практике: зачет с оценкой.

АННОТАЦИЯ

программы Государственной итоговой аттестации выпускников
по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
(Б3.Б.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена),
направленность (профиль) «Маркетинг»

Цель государственной итоговой аттестации (ГИА): оценка качества освоения основной образовательной программы высшего профессионального образования (направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Маркетинг», квалификация (степень) «бакалавр»).

Место ГИА в учебном плане: цикл БЗ «Государственная итоговая аттестация»; ГИА проводится во 8-ом семестре после сдачи экзаменационной сессии. Требования к результатам ГИА: в результате подготовки и проведения ГИА формируются следующие компетенции: **ОК-4; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16; ПК-17; ПК-18; ПК-19; ПК-20**

Краткое содержание ГИА. К видам итоговых аттестационных испытаний ГИА выпускников бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (направленность (профиль) «Маркетинг») относятся: - государственный междисциплинарный экзамен; - защита выпускной квалификационной работы (ВКР). Государственный экзамен принимается государственной экзаменационной комиссией (ГЭК), сдается в устной форме по билетам утвержденного образца. Каждый билет содержит по два теоретических вопроса и одну задачу.

Общая трудоемкость подготовки к ГИА составляет 3 зач.ед. (108 час.).

Итоговый контроль в рамках ГИА: государственный экзамен.

АННОТАЦИЯ

программы Государственной итоговой аттестации выпускников
по направлению подготовки **38.03.02 «Менеджмент»**
(Б3.Б.02(Г) Защита выпускной квалификационной работы, включая
подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты),
направленность (профиль) «Маркетинг»

Цель государственной итоговой аттестации (ГИА): оценка качества освоения основной образовательной программы высшего профессионального образования (направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Маркетинг», квалификация (степень) «бакалавр».
Место ГИА в учебном плане: цикл БЗ «Государственная итоговая аттестация»; ГИА проводится во 8-ом семестре после сдачи экзаменационной сессии.

Требования к результатам ГИА: в результате подготовки и проведения ГИА формируются следующие компетенции: **ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОПК-1; ОПК-3; ОПК-6; ОПК-7; ПК-3; ПК-5; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-13; ПК-15; ПК-16; ПК-17; ПК-18**

Краткое содержание ГИА. К видам итоговых аттестационных испытаний ГИА - государственный междисциплинарный экзамен; - защита выпускной квалификационной работы (ВКР). ВКР бакалавров представляет собой законченную разработку, в которой анализируется одна из теоретических либо практических проблем менеджмента. Квалификационная работа должна отразить умения студента самостоятельно решать поставленные задачи и формулировать соответствующие рекомендации. ВКР, исходя из предъявляемых требований, оформляется письменно и представляется в ГАК для публичной защиты.

Общая трудоемкость подготовки к ГИА составляет 6 зач.ед. (216 час.).

Итоговый контроль в рамках ГИА: защита ВКР.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
ФТД.В.01 «Маркетинг территорий»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: освоение теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области основ маркетинга формировании у бакалавров системы знаний в области управленческих концепций, необходимых для решения теоретических и практических задач развития территориальных образований различных типов

Для достижения поставленной цели следует решить следующие задачи:

- изучить основные понятия и маркетинга;
- изучить основные подходы применения основ маркетинга;
- применять полученные знания при внедрении и использовании эффективной модели маркетинга.

Место дисциплины в учебном плане:

Дисциплина включена в перечень факультативных дисциплин вариативной части, дисциплина осваивается в 6 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-4; ПК-6;**

Краткое содержание дисциплины: В результате изучения дисциплины «Маркетинг территорий» у бакалавров формируются знания в области познания сущности маркетинга, его основных видов, принципов и функций, а также базовых элементов маркетинга, студенты получают навыки практической деятельности по проведению маркетинговых исследований на международном рынке, планированию, организации и контролю маркетинга в сфере производства и реализации продукции на отечественных и зарубежных рынках. В дисциплине раскрывается содержание понятия «маркетинг», изучаются основы и сущность маркетинга, теория и практика современного маркетингового механизма воздействия на конкурентные позиции фирмы на рынке.

«Маркетинг территорий» является важнейшей учебной дисциплиной в системе подготовки бакалавров. Дисциплина является инструментом для решения таких разно порядковых и функционально далеко не родственных, но весь-ма значимых для территорий проблем, как привлечение инвестиций, успешное проведение политических кампаний, управление развитием региона, повышение эффективности туризма, торговли недвижимостью и др. Маркетинг территорий — это маркетинг в интересах территории, ее внутренних, а также внешних субъектов, во внимании которых заинтересована территория.

Общая трудоемкость дисциплины: 36 час. / 1 зач. ед.

Промежуточный контроль по дисциплине: зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
ФТД.В.02 «Стратегический маркетинг»
для подготовки бакалавров по направлению
38.03.02 «Менеджмент» направленности **«Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: освоение теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области построения эффективных стратегий в маркетинге, создания и развития новых направлений деятельности организации.

Место дисциплины в учебном плане:

Дисциплина включена в перечень дисциплин факультативной части, дисциплина осваивается в 8 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-17; ПК-18.**

Краткое содержание дисциплины: изучение дисциплины «Стратегический маркетинг» обусловлено объективной необходимостью приобретения бакалаврами знаний в сфере управления стратегическим маркетингом в условиях динамичного изменения маркетинговой среды, необходимости формирования рыночного поведения организации, учета глобальных целей организации, способности адаптироваться к изменениям во внешнем окружении.

Основными темами дисциплины являются: основные концепции стратегического маркетинга, объекты стратегического маркетинга; подходы в стратегическом маркетинге; система стратегического маркетинга: структура, содержание, методы прогнозирования; формирование конкурентных преимуществ в системе стратегического маркетинга; оперативное управление процессом реализации маркетинговой стратегии фирмы; стратегические решения в области сбыта товаров; применение инновационных методов и технологий для разработки и реализации стратегии предприятия; методы анализа в стратегическом маркетинге.

Общая трудоемкость дисциплины: 72 час. / 2 зач. ед.

Промежуточный контроль по дисциплине: зачет.