

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ИВАНОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ  
АКАДЕМИЯ ИМЕНИ Д. К. БЕЛЯЕВА»

ФАКУЛЬТЕТ АГРОТЕХНОЛОГИЙ И АГРОБИЗНЕСА

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
(МОДУЛЯ)**

**«Товарная стратегия в предпринимательстве»**

Направление подготовки / специальность	<b>35.03.04 Агрономия</b>		
Профиль / специализация	<b>Агробизнес</b>		
Уровень образовательной программы	<b>Бакалавриат</b>		
Форма обучения	<b>Очная</b>		
Трудоемкость дисциплины, ЗЕТ	<b>2</b>		
Трудоемкость дисциплины, час.	<b>72</b>		
<b>Распределение часов дисциплины по видам работы:</b>	<b>Виды контроля:</b>		
Аудиторная работа – всего	36	Экзамены	-
в т.ч. лекции	12	Зачеты	<b>1</b>
лабораторные	-	Курсовые работы (проекты)	-
практические	24		
Самостоятельная работа	36		

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Целью изучения дисциплины «Товарная стратегия в предпринимательстве» является сформировать у студентов теоретические знания и практические навыки организаторской и предпринимательской деятельности в сфере агробизнеса и научить студентов владеть методиками обоснования и принятия предпринимательских решений.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

В соответствии с учебным планом дисциплина относится к*	вариативной части образовательной программы
Статус дисциплины**	По выбору Б.1.В.ДВ.11.1
Обеспечивающие	«Право», «Организация производства и предпринимательства в

(предшествующие) АПК», «Экономика организации»,  
дисциплины

Обеспечиваемые  
(последующие)  
дисциплины

\* базовой / вариативной

\*\* обязательная / по выбору / факультативная

### 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) (ХАРАКТЕРИСТИКА ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ)

Шифр и наименование компетенции	Дескрипторы компетенции		Номер(а) раздела(ов) дисциплины (модуля), отвечающего(их) за формирование данного(ых) дескриптора(ов) компетенции
ПК-9 Способностью проводить маркетинговые исследования на сельскохозяйственных рынках	Знает:	З.1. Основы принципов рекламы и рентабельности продукции	2,5
		З.2. Управленческие решения	2,5,7
		З.3. Конкурентную среду и составляет прогноз объема продаж	2,3,7
	Умеет:	У-1. Использовать виды управления рекламой и рентабельностью продукции	1,5,7
		У-2. Определить вид управленческого решения	4,8
		У-3. Определить конкурентную среду и составить прогноз объема продаж	1,5,6
	Владеет:	В-1. Методами и способами рекламы и рентабельности продукции	2,7
		В-2. Процессами групповой динамики и принципами принятия решений	4,5,7
		В-3. Навыками анализа конкурентной среды и составлением прогноза объема продаж	2,5,8