

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«ИВАНОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ  
АКАДЕМИЯ ИМЕНИ Д.К. БЕЛЯЕВА»  
(ФГБОУ ВО Ивановская ГСХА)**

**ФАКУЛЬТЕТ АГРОТЕХНОЛОГИЙ И АГРОБИЗНЕСА**

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Менеджмент и маркетинг»**

Направление подготовки / специальность	<b>35.03.04 Агрономия</b>
Направленность(и) (профиль(и))	<b>Технология производства продукции растениеводства Луговые ландшафты и газоны Экономика и менеджмент в агрономии</b>
Уровень образовательной программы	<b>Бакалавриат</b>
Форма(ы) обучения	<b>Очная, заочная</b>
Трудоемкость дисциплины, ЗЕТ	<b>3</b>
Трудоемкость дисциплины, час.	<b>108</b>

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целью освоения дисциплины является приобретение знаний, навыков и способностей в области менеджмента и маркетинга для обеспечения устойчивого функционирования и развития предприятия (организации) в конкурентной среде на основе гармонизации интересов потребителей, продавцов, других субъектов бизнеса и общества.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

В соответствии с учебным планом дисциплина относится к	обязательной части
Статус дисциплины	обязательная
Обеспечивающие (предшествующие) дисциплины, практики	Математика и математическая статистика, Экономическая теория
Обеспечиваемые (последующие) дисциплины, практики	Экономика и организация предприятий АПК

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

Шифр и наименование компетенции	Индикатор(ы) достижения компетенции / планируемые результаты обучения	Номер(а) раздела(ов) дисциплины, отвечающего(их) за формирование данного(ых) индикатора(ов) достижения компетенции
<b>ОПК-6.</b> Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности	<b>ИД-1<sub>ОПК-6</sub></b> Определяет экономическую эффективность применения удобрений, химических средств мелиорации и технологических приемов возделывания сельскохозяйственных культур	1-2

### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 4.1. Содержание дисциплины

##### 4.1.1. Очная форма:

№ п/п	Темы занятий	Виды учебных занятий и трудоемкость, час.				Контроль знаний*	Применяемые активные и интерактивные технологии обучения
		лекции	практические (семинарские)	лабораторные	самостоятельная работа		
1.	Основы менеджмента						
1.1.	Методологические основы менеджмента. Содержание и функции менеджмента	4		4	10	УО, Т, Э	Лекция-дискуссия
1.2.	Внешняя и внутренняя среда организации	4		4	10	КЛ, Т, Э	
1.3.	Документационное обеспечение менеджмента	2		4	10	КЛ, Т, Э	
1.4.	Процесс принятия и реализации управленческих решений	4		2	10	УО, Т, Э	Решение производственной ситуации
2.	Основы маркетинга						
2.1.	Задачи, принципы, объекты исследований в маркетинге	4		4	10	УО, Т, Э	
2.2.	Маркетинговая информационная система. Процедура исследования	4		4	10	КЛ, Т, Э	
2.3.	Методы маркетинговых исследований	2		4	10	УО, Т, Э	
2.4.	Рынок как объективная основа маркетинга.	4		2	12	КЛ, Т, Э	Лекция-дискуссия

	Изучение товарного рынка					Э	
	Итого:	28	-	28	43	9	

#### 4.2. Распределение часов дисциплины по видам работы и форма контроля\*

\* Э – экзамен, З – зачет, ЗаО – зачет с оценкой, КП – курсовой проект, КР – курсовая работа, К – контрольная работа.

##### 4.1.2. Заочная форма:

№ п/п	Темы занятий	Виды учебных занятий и трудоемкость, час.				Контроль знаний*	Применяемые активные и интерактивные технологии обучения
		лекции	практические (семинарские)	лабораторные	самостоятельная работа		
1. Маркетинг							
1.1.	Система маркетинга. Концепции маркетинга.			6		УО, КЛ	Дискуссия, дебаты
1.2.	Принципы, цели и функции маркетинга как концепции рыночного управления.			2	4	УО, КЛ, Т	
1.3	Задачи, принципы, объекты исследований в маркетинге			6		Р	
1.4	Маркетинговая информационная система. Процедура исследования.	2		4		Р	Решение производственной ситуации
1.5	Методы маркетинговых исследований.	2		8		Р	
1.6	Классификация рынков.	2		2		УО, КЛ	Дискуссия, дебаты
1.7	Ценообразование в маркетинге			6		Р	
1.8	Сегментация рынка			2	2		
1.9.	Основные факторы макросреды и микросреды.			2		УО	Анализ конкретных ситуаций, ситуационный анализ
1.1	Коммерческие характеристики товара. Стадии жизненного цикла товара. Управление ЖЦТ			2	8	УО	
1.1	Процесс принятия решений по разработке продуктового			2	8	УО,	анализ конкретных ситуаций, ситуационный анализ, работа в

1	портфеля.					Т	малых группах
2. Менеджмент							
2.1	Мотивация деятельности в менеджменте				10	УО	
2.2	Управление риском	2			4	Т	Решение производственной ситуации
2.3	Эффективность менеджмента организации	2		2	6	УО	анализ конкретных ситуаций, ситуационный анализ, работа в малых группах, мозговой штурм
2.4	Система информационного обеспечения и коммуникаций в управлении	2		2	4	УО, Т	анализ конкретных ситуаций, ситуационный анализ, мозговой штурм
		12		12	80	4	

с, КЛ – конспект лекции, КР – контрольная работа, ВЛР – выполнение лабораторной работы, ВПР – выполнение практической работы, К – коллоквиум, Т – тестирование, Р – реферат, Д – доклад, ЗКР – защита курсовой работы, ЗКП – защита курсового проекта, Э – экзамен, З – зачет.

#### 4.2.1. Очная форма:

Вид занятий	1 курс		2 курс		3 курс		4 курс		5 курс	
	1 сем.	2 сем.	3 сем.	4 сем.	5 сем.	6 сем.	7 сем.	8 сем.	9 сем.	10 сем.
Лекции						28				
Лабораторные						28				
Практические						-				
Итого контактной работы						56				
Самостоятельная работа						52				
Форма контроля						3				

#### 4.2.2. Заочная форма:

Вид занятий	1 курс	2 курс	3 курс	4 курс	5 курс	6 курс
Лекции			4	8		
Лабораторные				12		
Практические						
Итого контактной работы			4	20		
Самостоятельная работа			42	42		
Форма контроля				3		