

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

ФАКУЛЬТЕТ АГРОТЕХНОЛОГИЙ И АГРОБИЗНЕСА

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
(МОДУЛЯ)**

«Маркетинг»

Направление подготовки / специальность	35.03.04	Агрономия
Профиль / специализация	Луговые ландшафты и газоны	
Уровень образовательной программы	Бакалавриат	
Форма обучения	Очная	
Трудоемкость дисциплины, ЗЕТ	2	
Трудоемкость дисциплины, час.	72	
Распределение часов дисциплины по видам работы:	Виды контроля:	
Аудиторная работа – всего	48	Экзамены
в т.ч. лекции	24	Зачеты
лабораторные		Курсовые работы (проекты)
практические	24	
Самостоятельная работа	24	

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Целями изучения дисциплины «Маркетинг» являются: приобретение знаний, навыков и способностей в области исследования сельскохозяйственных рынков для обеспечения устойчивого функционирования и развития предприятия (организации) в конкурентной среде на основе гармонизации интересов потребителей, продавцов, других субъектов бизнеса и общества.

Задачи дисциплины:

Задачами дисциплины являются:

- изучение категориального аппарата, основных компетенций, принципов, функций и задач маркетинга;
- приобретение знаний и навыков организации и проведения маркетинговых исследований;
- изучение основ разработки маркетинговых стратегий, комплекса маркетинга; маркетингового анализа;
- приобретение знаний и навыков разработки товарной, сбытовой, ценовой и коммуникационной политик на основе результатов исследований;

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В соответствии с учебным
планом дисциплина
относится к*

базовой части образовательной программы

Статус дисциплины**

Обязательная Б1.Б.6

Обеспечивающие
(предшествующие)
дисциплины

Экономическая теория, информатика, организация
производства и предпринимательство

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 Способность проводить маркетинговые исследования на сельскохозяйственных рынках	Знает:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Концепции маркетинга, его принципы, цели и функции. 2. Особенности рынков по виду конкуренции. 3. Факторы микро и макросреды предприятия. 4. Систему маркетинговых исследований. 5. Процедуру маркетинговых исследований. 6. Методику проведения исследований. 	1.1, 1.2, 2.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 4.1, 4.2, 4.3, 5.1, 5.2, 6.1, 6.2, 7.1
	Умеет:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определить необходимость в проведении маркетинговых исследований. 2. Определить предмет исследования. 3. Сформулировать гипотезы. 4. Проверить гипотезу. 	1.1, 1.2, 2.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 4.1, 4.2, 4.3, 5.1, 5.2, 6.1, 6.2, 7.1
	Владеет:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Навыками анализа цифрового материала 2. Методиками по изучению различных факторов внешней среды предприятия. 3. Способностью составить отчет по результатам исследований. 	1.1, 1.2, 2.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 4.1, 4.2, 4.3, 5.1, 5.2, 6.1, 6.2, 7.1