

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

**ФАКУЛЬТЕТ ВЕТЕРИНАРНОЙ МЕДИЦИНЫ И BIOTEХНОЛОГИИ В
ЖИВОТНОВОДСТВЕ**

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Маркетинг»

Направление подготовки / специальность	36.03.02 Зоотехния		
Профиль / специализация	Технология производства продуктов животноводства		
Уровень образовательной программы	Бакалавриат		
Форма обучения	Заочная		
Трудоемкость дисциплины, ЗЕТ	3		
Трудоемкость дисциплины, час.	108		
Распределение часов дисциплины по видам работы:	Виды контроля:		
Аудиторная работа – всего	14	Экзамены	
в т.ч. лекции	6	Зачеты	1
лабораторные		Курсовые работы (проекты)	
практические	8		
Самостоятельная работа	94		

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.Цели и задачи дисциплины

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*

вариативной

части образовательной

программы

Статус дисциплины**

обязательная

Обеспечивающие
(предшествующие)

дисциплины

Экономика, информатика, математическая статистика

Обеспечиваемые

(последующие) дисциплины

Преддипломная практика, государственная итоговая

аттестация

* 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-14 Способность к нахождению компромисса между различными требованиями (стоимость, качество, безопасность и сроки исполнения) как при долгосрочном, так и при краткосрочном планировании и определению оптимального решения	Знает:	З-1. Категории стоимость, качество, безопасность, сроки исполнения продукции животноводства. З-2. Факторы внешней и внутренней среды предприятия. З-3. Виды планирования и их особенности	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:	У-1. Поясняет возможности технологий по изменению в продукции животноводства качества, безопасности, стоимости, сроков исполнения. У-2. Объяснить состояние и перспективы развития факторов внешней и внутренней среды. У-3. Планировать производство животноводческой продукции с конкретными характеристиками.	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:	В-1. Способностью вносить изменения в технологию производства продукции животноводства для нахождения компромисса между различными требованиями (стоимость, качество, безопасность, сроки исполнения). В-2. Методами оценки факторов внешней и внутренней среды предприятия. В-3. Методами прогнозирования состояния внешних факторов предприятия.	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
ПК-15 Способность к оценке затрат на	Знает:	З-1. Дает определение качества продукции, маркетинга, бизнес-плана, имеет представление о перспективной и конкурентоспособной продукции.	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

<p>обеспечение качества продукции, проведении маркетинга и подготовки бизнес-планов выпуска и реализации перспективной и конкурентоспособной продукции</p>		<p>З-2. Дает определение качества продукции, маркетинга, бизнес-плана, перечисляет характеристики перспективной и конкурентоспособной продукции, характеризует элементы маркетинга, разделы бизнес-плана выпуска и реализации продукции, статьи затрат для обеспечения выпуска качественной продукции.</p> <p>З-3. Характеризует статьи затрат для выпуска качественной продукции, элементы маркетинга, разделы бизнес-плана, объясняет суть и значение маркетинговых операций, возможности практического использования рыночных возможностей в существующих экономических и социальных условиях для выпуска конкурентоспособной продукции.</p>	
	Умеет:	<p>У-1. Применять базовые понятия маркетинга, калькулирование затрат и бизнес-планирования в практических задачах.</p> <p>У-2. Продуманно применять элементы маркетинга в анализе рынка, составлять базовые бизнес-планы выпуска конкурентоспособной продукции.</p> <p>У-3. Хорошо ориентироваться в способах оценки затрат для выпуска качественной и конкурентоспособной продукции, анализировать рыночную ситуацию с использованием маркетинговых приемов, составлять бизнес-планы выпуска продукции с учетом маркетингового анализа экономических условий.</p>	<p>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</p>
	Владеет:	<p>В-1. Основными методами оценки затрат, базовыми навыками проведения маркетинга, составления бизнес-планов.</p> <p>В-2. Навыками проведения маркетинговых исследований и анализа, методологией составления бизнес-планов.</p> <p>В-3. Методами оценки затрат и маркетингового анализа, составления бизнес-планов выпуска и реализации продукции с учетом экономических и социальных условий.</p>	<p>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</p>