



Аннотация дисциплины

«Менеджмент и маркетинг»

по направлению 35.03.04 «Агрономия»

1. Цели и задачи освоения учебной дисциплины

Цель изучения дисциплины. формирование научного представления об управлении как виде профессиональной деятельности. Изучение мирового опыта менеджмента, а также особенностей российского менеджмента; освоение студентами общетеоретических положений управления социально-экономическими системами; овладение умениями и навыками практического решения управленческих проблем.

обеспечение теоретической подготовки и практических навыков в области маркетинга, как одной из функций управления предприятием на основе моделирования рыночных процессов применением современных информационных технологий и компьютерной техники.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» относится к обязательным дисциплинам вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

В соответствии с учебным планом период обучения по дисциплине – 3-й семестр.

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» в силу занимаемого ей места в ФГОС ВО, ОПОП ВО и учебном плане по направлению подготовки 35.03.04 «Агрономия» предполагает взаимосвязь с другими изучаемыми дисциплинами.

В качестве «входных» знаний дисциплины «Менеджмент и маркетинг» используются знания и умения, полученные обучающимися при изучении дисциплин «Экономическая теория», «Правоведение».

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» может являться предшествующей при изучении дисциплин «Экономика и организация предприятий в АПК»

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины. ожидаемые результаты образования и компетенции обучающегося по завершении освоения программы учебной дисциплины (модуля)

ОПК-1, ОПК-6

Таблица 3.1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Наименование компетенции	В результате освоения дисциплины обучающийся должен:
-----------------	--------------------------	--



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»
Аннотация

ОПК-1.	Способен решать типовые задачи профессиональной деятельности на основе знаний основных законов математических, естественнонаучных и общепрофессиональных дисциплин с применением информационно-коммуникационных технологий	ОПК-1.1 Демонстрирует знание основных законов математических, естественно -научных и общепрофессиональных дисциплин, необходимых для решения типовых задач в области агрономии ОПК-1.2 Использует знания основных законов математических и естественных наук для решения стандартных задач в агрономии ОПК-1.3 Применяет информационно-коммуникационные технологии в растениеводстве и профессиональных заболеваний
ОПК-6.	Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности	ОПК-6.1 Демонстрирует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства ОПК-6.2 Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» относится к базовым дисциплинам обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

В соответствии с учебным планом период обучения по дисциплине – 3-й семестр.

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» в силу занимаемого ею места в ФГОС ВО, ОПОП ВО и учебном плане по направлению подготовки 35.03.04 Агрономия предполагает взаимосвязь с другими изучаемыми дисциплинами.

В качестве «входных» знаний дисциплины «Менеджмент и маркетинг» используются знания и умения, полученные обучающимися при изучении дисциплин «Экономическая теория».

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» может являться предшествующей при изучении дисциплин «Экономика и организация предприятий в АПК».

4. Структура и содержание дисциплины (модуля) «Менеджмент и маркетинг»

4.1. Структура дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часа.

Таблица 4.1 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Таблица 4.1.



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»
Аннотация

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)									Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)						
			Контактная работа					Самостоятель- ная работа										
			Всего	Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Др. виды контакт. работы	Всего	Курсовая работа(проект)	Подготовка к экзамену	Другие самостоятельной работы	Собеседование	Коллоквиум	Проверка тестов	Проверка контрол.н. работ	Проверка реферата	Проверка эссе и творческих работ	иных курсовая работа (проект) др.
	Менеджмент																	
1	Общая характеристика менеджмента.	3	12	5	-			6			6			+		+		
2	Функции менеджмента. Виды организации	3	12	6	-			6			6			+		+		
3	Виды социальных систем менеджмента.	3	12	5	-			6			6			+		+		
	Маркетинг																	
4	Понятие и сущность маркетинга	3	12	6	-			6			6			+		+		
5	Маркетинговые исследования	3	12	6	-			6			6			+		+		
6	Комплекс маркетинга	3	12	6	-			8			8			+		+		
	Курсовая работа																	
	Подготовка к экзамену																	
	Общая трудоемкость, в часах		72	34	-			38			38	Промежуточная						
												Форма						
												Зачет					+	
												Зачет с оценкой						
												Экзамен						



Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 ч.

Виды учебных занятий	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	в семестре
			3
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>
ОБЩАЯ трудоемкость по учебному плану	2	72	72
Контактные часы	1,39	34	34
Лекции (Л)	0,94	34	34
Семинары (С)	0	0	0
Практические занятия (ПЗ)	0,45	0	0
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	0
Групповые консультации (ГК) и (или) индивидуальная работа с обучающимся (ИР), предусмотренные учебным планом подготовки	0	0	0
Промежуточная аттестация:экзамен	0,75	-	-
Промежуточная аттестация:зачет		3	+
Самостоятельная работа (СР) в том числе по курсовой работе (проекту)	3,86	38	38

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий.

В данном разделе приводится содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий. Структура дисциплины по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий приведена в Таблице 5.1, содержание дисциплины по темам (разделам) – в Таблице 5.2.

Таблица 5.1. Структура дисциплины по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий.

№	Наименование темы (раздела)	Количество часов					
		Всего	Контактные часы (аудиторная работа)				СР
			Л	С	ПЗ	ГК/ИК	
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>	<i>гр.5</i>	<i>гр.6</i>	<i>гр.7</i>	<i>гр.8</i>
Семестр № 3							
1.	Общая характеристика менеджмента.	12	5	0	0	0	6
2.	Функции менеджмента. Виды организации	12	6	0	0	0	6
3.	Виды социальных	12	5	0	0	0	6



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»
Аннотация

№	Наименование темы (раздела)	Количество часов					СР
		Всего	Контактные часы (аудиторная работа)			СР	
	систем менеджмента.						
4.	Понятие и сущность маркетинга	12	6	0	0	0	6
5.	Маркетинговые исследования	12	6	0	0	0	6
6.	Комплекс маркетинга	12	6	0	0	0	8
Всего		72	34	0	0	0	38
Промежуточная аттестация (экзамен)							-
Форма текущего и рубежного контроля							Тесты, рефераты
Форма промежуточного контроля							3семестр - зачет
ИТОГО		72	34			38	

Примечание: Л – лекции, С – семинары, ПЗ – практические занятия, ГК/ИК – групповые / индивидуальные консультации

Таблица 5.2. Содержание дисциплины по темам (разделам)

№	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>
1.	Общая характеристика менеджмента	Введение в менеджмент. Исторические тенденции развития менеджмента: школы менеджмента. Эволюция теории и практики менеджмента в России и за рубежом. Организация как объект управления. Качества менеджера и его роль в организации. Методологические основы менеджмента
2.	Функции менеджмента	Прогнозирование и планирование в системе менеджмента. Организация как функция менеджмента. Мотивация деятельности в менеджменте. Координация и контроль в системе менеджмента. Информационно-коммуникационное обеспечение менеджмента. Принятие управленческих решений.
3.	Виды социальных систем менеджмента	Личность и группа как объект управления. Руководство, власть и лидерство в организации. Самоменеджмент и формирование имиджа руководителя. Управление конфликтами в менеджменте. Организационная культура. Социальное партнерство. Социальные системы их виды.
4.	Понятие и сущность маркетинга	Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства. Эволюция концепций маркетинга. Функции маркетинга. Виды и задачи маркетинга.



№	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>
5.	Маркетинговые исследования	Внешняя среда маркетинга. Система маркетинговой информации о рынке и методы ее сбора. Классификация и сущность видов маркетинговых исследований. Сегментация рынка.
6.	Комплекс маркетинга	Товар в системе комплекса маркетинга. Цена в системе комплекса маркетинга. Система товародвижения. Маркетинговые коммуникации.

5.	<p>При подготовке бакалавров используются следующие основные формы проведения учебных занятий:</p> <ul style="list-style-type: none"> • интерактивные лекции; • лекции-пресс-конференции; • тренинги и семинары по развитию профессиональных навыков; • групповые, научные дискуссии, дебаты.
6	<p>Используемые ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Internet»; информационные технологии, программные средства и информационно-справочные системы</p> <p>1. Блинов А.О. Теория менеджмента [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / А.О. Блинов, Н.В. Угрюмова. — Электрон.текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2014. — 304 с. — 978-5-394-02404-7. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/35317.html</p> <p>2. Семенов А.К. Теория менеджмента [Электронный ресурс] : учебник / А.К. Семенов, В.И. Набоков. — Электрон.текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2015. — 491 с. — 978-5-394-01413-0. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/35318.html</p> <p>3. Маслова Е.Л. Теория менеджмента [Электронный ресурс] : практикум для бакалавров / Е.Л. Маслова. — Электрон.текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2015. — 160 с. — 978-5-394-02217-3. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/52272.html</p> <p>4. Пичурин И.И. Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг» / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 383 с. — 978-5-238-02090-7. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/71036.html</p> <p>5. Нуралиев С.У. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2014. — 362 с. — 978-5-394-02115-2. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/14064.html</p> <p>6. Синяева И.М. Маркетинг в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2015. — 266 с. — 978-5-394-02393-4. — Режим доступ</p> <p>9.2. Дополнительная литература</p> <p>1. Михненко П.А. Теория менеджмента [Электронный ресурс] : учебник / П.А. Михненко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012. — 304 с. — 978-5-4257-</p>



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»
Аннотация

	<p>0034-6. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/17048.html</p> <p>2. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебно-методический комплекс по специальности 080507 «Менеджмент организации» / . — Электрон. текстовые данные. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2012. — 103 с. — 2227-8397. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/29690.html</p> <p>3. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.Ю. Анопченко [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2009. — 280 с. — 978-5-9275-0611-8. —</p> <p>4. Романов А.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Южный институт менеджмента, 2011. — 443 с. — 978-5-394-01311-9. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/4552.html</p> <p>5. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник / Е.И. Мазилкина. — Электрон. текстовые данные. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. — 197 с. — 978-5-222-18945-0. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/4983.html</p> <p>6. Данченко Л.А Основы маркетинга [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.А Данченко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Евразийский открытый институт, 2008. — 260 с. — 978-5-374-00131-0. —Режим доступа http://www.iprbookshop.ru/11037.htm</p> <p>1. e-Library.ru [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека. – URL: http://elibrary.ru/ (дата обращения 11.05.2018).</p> <p>2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. – URL: http://cyberleninka.ru/ (дата обращения 11.05.2018).</p> <p>3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php(дата обращения 11.07.2018). – Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС.</p> <p>4. Электронно-библиотечная система IPRbooks[Электронный ресурс]. – URL: http://www.iprbookshop.ru/ (дата обращения 11.07.2018). – Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС.</p>
7.	Формы текущего контроля
	Опрос,тестирование, решение задач,рефераты, конференция, эссе
8.	Форма промежуточного контроля -
	зачет

Разработчик: к.э.н., доцент кафедры Плиева Н.М.



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»
Аннотация