



## 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», «Психология».

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 «Управление качеством» 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», «Правоведение», «Психология».

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.

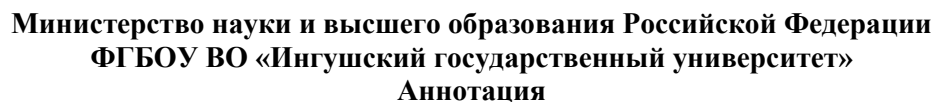


**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»  
Аннотация**

**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.

№ 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				Собеседование	Коллоквиум	Проверка тестов	Проверка контрольн. работ	Проверка реферата	Проверка эссе и иных творческих работ	курсовая работа (проект) др.
			Всего	Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Др. виды контакт. работы	Всего	Курсовая работа(проект)	Подготовка к экзамену							
	<b>Менеджмент</b>																
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		+		+		
	<b>Маркетинг</b>																
4	Понятие и сущность маркетинга	3	12	6	-			6			6		+		+		
5	Маркетинговые исследования	3	12	6	-			6			6		+		+		



**Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 ч.**

**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.



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

№	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>
<b>Семестр № 3</b>							
1.	Общая характеристика менеджмента.	12	5	0	0	0	6
2.	Функции менеджмента. Виды организации	12	6	0	0	0	6
3.	Виды социальных систем менеджмента.	12	5	0	0	0	6
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
<b>Всего</b>		<b>72</b>	<b>34</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>38</b>
<b>Промежуточная аттестация (экзамен)</b>							-
<b>Форма текущего и рубежного контроля</b>							Тесты, рефераты
<b>Форма промежуточного контроля</b>							3 семестр - зачет
<b>ИТОГО</b>		<b>72</b>	<b>34</b>				<b>38</b>

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.



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

№	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>
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.
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.	При подготовке бакалавров используются следующие основные формы проведения учебных занятий: <ul style="list-style-type: none"> <li>• интерактивные лекции;</li> <li>• лекции-пресс-конференции;</li> <li>• тренинги и семинары по развитию профессиональных навыков;</li> <li>• групповые, научные дискуссии, дебаты.</li> </ul>	
6	<b>Используемые ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Internet»; информационные технологии, программные средства и информационно-справочные системы</b> 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: <a href="http://www.iprbookshop.ru/35317.html">http://www.iprbookshop.ru/35317.html</a> 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: <a href="http://www.iprbookshop.ru/35318.html">http://www.iprbookshop.ru/35318.html</a> 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: <a href="http://www.iprbookshop.ru/52272.html">http://www.iprbookshop.ru/52272.html</a> 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: <a href="http://www.iprbookshop.ru/71036.html5">http://www.iprbookshop.ru/71036.html5</a> 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>

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

## 9.2. Дополнительная литература

1. Михненко П.А. Теория менеджмента [Электронный ресурс] : учебник / П.А. Михненко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012. — 304 с. — 978-5-4257-0034-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17048.html>

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>

3. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.Ю. Анопоченко [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2009. — 280 с. — 978-5-9275-0611-8. —

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>

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>

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>

1. e-Library.ru [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека. — URL: <http://elibrary.ru/> (дата обращения 11.05.2018).

2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. — URL: <http://cyberleninka.ru/> (дата обращения 11.05.2018).

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.

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.



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

	Опрос, тестирование, решение задач, рефераты, конференция, эссе
<b>8.</b>	<b>Форма промежуточного контроля -</b>
	<b>зачет</b>

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