

**АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ
«МАРКЕТИНГ И МЕНЕДЖМЕНТ ПРЕДПРИЯТИЙ
АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА»**

Компонент	Вариативная часть
Индекс	Б1.В.06
Семестр	3
Форма контроля	Зачет
Трудоемкость, з.е./ час	3/108
Компетенции	ОК-3, ПК-14, ПК-22; ПК-24

Дисциплина «Маркетинг и менеджмент предприятий агропромышленного комплекса» предназначена для формирования у студентов системы знаний и умений для свободной профессиональной ориентации и принятия оптимальных решений в различных стандартных профессиональных ситуациях, возникающих на предприятиях (фирмах).

Дисциплина развивает у студентов навыки по основам экономики менеджмента и маркетинга, будут иметь представление об экономических процессах, как инфляция, безработица, фондовый и товарный рынок, коммерческие банки, ссудный капитал, управление организацией, умение принимать обоснованные решения и брать на себя ответственность.

В результате освоения компетенций студент должен:

Знать:

- цели и задачи деятельности фирмы в условиях рыночной экономики;
- назначение и направление использования имущества фирмы;
- организацию экономической и финансовой политики фирмы;
- основные направления инновационной и инвестиционной деятельности фирмы.

Уметь:

- рассчитать экономическую эффективность хозяйственной деятельности фирмы;
- определять издержки производства и возможные направления их снижения;
- применять методы научной организации труда и организационного проектирования.

Владеть:

- специальной терминологией;
- навыками самостоятельного овладения новыми знаниями с использованием современных информационно-образовательных технологий;
- навыками профессиональной аргументации при разборке стандартных

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать сформированные общекультурные компетенции (ОК), и профессиональные навыки (ПК), а именно, способность и готовность:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

- готовностью давать оценку достижениям глобального пищевого рынка, проводить маркетинговые исследования и предлагать новые конкурентоспособные продукты к освоению производителем (ПК-14),
- способностью принимать управленческие решения с учетом производственных условий (ПК-22),
- способностью организовывать работу структурного подразделения (ПК-24).