

**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	ОПК-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.

Цель дисциплины – дать системные знания о деятельности производственных и коммерческих предприятий в современных условиях.

Задачи:

- раскрыть основные понятия организации и функционирование хозяйственного механизма в современных условиях;
- показать содержание основной экономической проблемы и пути ее решения;
- дать методику оценки эффективности деятельности организации;
- научить студентов экономически правильно оценивать перспективы и особенности хозяйственного управления на отраслевом уровне;
- привить студентам практические навыки для работы в данной сфере деятельности.

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 (ПК24).