

**Основы экономики, менеджмента и маркетинга**

направление подготовки 05.03.06 - Экология и природопользование

профиль: «Экология».

Квалификация выпускника – бакалавр

**1. Цель изучения дисциплины** - формирование у студентов системы знаний и умений для свободной профессиональной ориентации и принятия оптимальных решений в различных стандартных профессиональных ситуациях, возникающих на предприятиях.

**Задачи дисциплины:**

- раскрыть основные понятия организации и функционирования хозяйственного механизма в современных условиях;
- показать содержание основной экономической проблемы и пути её 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.

**2. Место дисциплины в структуре ООП:**

Основы экономики, менеджмента и маркетинга относится к дисциплинам по выбору (Б1.Б.20) основной образовательной программы.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие компетенций:

**3.1.1. Общекультурные компетенции (ОК):**

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

**3.1.2. Профессиональные компетенции (ПК):**

- владением знаниями о правовых основах природопользования и охраны окружающей среды; способность критически анализировать достоверную информацию различных отраслей экономики в области экологии и природопользования (ПК-7).

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать**

- основные положения экономической теории;
- принципы рыночной экономики;
- современное состояние и перспективы развития экономики;
- роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
- формы оплаты труда;
- стили управления, виды коммуникации;
- принципы делового общения в коллективе;
- управленческий цикл;
- особенности менеджмента в области агрономии;
- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;
- формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации;

**Уметь**

- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.

**Владеть**

- методами расчёта себестоимости и цен на создаваемый продукт;
- навыками определения производительности труда и рентабельности производства.
- навыками определения доли рынка; -методами исчисления коэффициента эластичности спроса.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы - 108 часов.

**4. Составитель:**

Капинос Р.В. доцент, к.э.н.

ФИО, должность, ученое звание