

# **Аннотация рабочей программы дисциплины**

## **Основы экономики, менеджмента и маркетинга**

направление подготовки 21.03.02 - Землеустройство и кадастры

профиль: «Землеустройство».

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.В.ДВ.7.1.) основной образовательной программы.

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие компетенций:

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

- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК - 2)
- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3).

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:**

Човган Н.И. доцент, к.э.н.  
ФИО, должность, ученое звание