

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Алейник Станислав Николаевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 15.08.2024 12:40:12  
Уникальный программный идентификатор:  
5258223550ea9fbeb23726a1609b644b33d8986ab6255891f7288f913a1351fae

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**Практический маркетинг в агропромышленном комплексе**  
**направление подготовки 38.04.02 Менеджмент**  
**направленность (профиль) Аграрный менеджмент**  
**(квалификация выпускника – магистр)**

### 1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: сформировать у студентов систему профессиональных знаний, умений и навыков по вопросам практической реализации маркетинговой деятельности, пониманию современных рыночных процессов в агропромышленном комплексе и применение его эффективных технологий маркетинга в АПК.

Задачи: овладение знаниями методов, приемов и организации агромаркетинга на предприятиях, овладение навыками и умением, необходимыми для разработок и реализации маркетинговых программ, ориентированных на максимальный эффект в агробизнесе, а именно:

- формирование знаний о ценовой политике и ценообразовании на предприятиях АПК России;
- освоение особенностей технологии организации маркетинга, управления им и принятия маркетинговых решений;
- освоение особенностей товародвижения, рекламной деятельности на предприятиях АПК;
- сформировать представление о концепции маркетинга в агропромышленном комплексе путем рассмотрения различных элементов этого понятия.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Практический маркетинг в агропромышленном комплексе относится к дисциплинам части основной профессиональной образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.02).

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

Коды компетенций	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-4	Способен осуществлять аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации	ПК-4.1. Определяет направления развития организации	<b>знать:</b> основные концепции маркетинга и современные тенденции в области маркетинга; <b>уметь:</b> осуществлять маркетинговую деятельность, имеющую практическую направленность (с учетом специфики складывающегося российского рынка); <b>владеть:</b> навыками маркетинговой деятельности на всех её этапах, начиная от планирования маркетинга, заканчивая оценкой его результативности.
		ПК-4.2. Разрабатывает	<b>знать:</b> существующие и применяемые

		стратегии управления изменениями в организации	подходы, идеи, решения в практическом маркетинге на перспективу; <b>уметь:</b> разрабатывать мероприятия в области маркетинга применительно к АПК с учетом поведения конкурентной среды; <b>владеть:</b> навыками самостоятельного анализа и работы в области практического маркетинга и разработки комплекса мероприятий.
--	--	--	--

#### **4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов (3 ЭЕ).

Форма контроля – экзамен.

**Авторы:** к.э.н., доц. Китаев Ю.А.