

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.1 «ИСТОРИЯ»  
для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент, направленность  
(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** получение бакалаврами целостного представления о сущности, условиях, формах и методах организации предпринимательской деятельности в АПК, порядке принятия и осуществления предпринимательских решений в разных сферах предпринимательской деятельности, обеспечение необходимого теоретического уровня и практической направленности в системе обучения в будущей профессиональной деятельности.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, базовая часть, дисциплина осваивается в I семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-1, ОК-2.**

**Краткое содержание дисциплины:** История в системе социально-гуманитарных наук. Исторические источники, методология и историография исторической науки. Этапы образования государства. Территория России в системе древнего мира. становление государственности в Западной Европе и Древней Руси: Сходства и различия. Русские земли в XIII-XIV ВЕКАХ и европейское средневековье. Русь между ордой и орденом. Московское царство в контексте развития европейской цивилизации XV – XVI вв. Россия в XVII В. переход от средневековья к новому времени. Россия и Европа в XVIII в. – первой половине XIX в. Развитие Европы и пореформенной России во второй пол. XIX – НАЧ. XX вв. Первая мировая война и ее влияние на европейское развитие. Революция 1917 г. и гражданская война в России. Внутренняя и внешняя политика СССР в 20-30-Е гг. Вторая мировая война. СССР и мир в послевоенное десятилетие. Внутренняя и внешняя политика СССР в 50-80 гг. XX в. перестройка. Российская федерация в 90-ые годы XX в. и в начале XXI в.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетных единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен.

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.2 «ФИЛОСОФИЯ»  
для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент, направленность  
(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины «Философия» является освоение студентами основных понятий философии, знакомство с проблемами познания связей и закономерностей развития окружающего мира, предоставление студентам метода и методологии познания действительности, развитие у них интереса к фундаментальным знаниям, понимания междисциплинарных связей и их значения для выработки мировоззрения современного человека.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, базовая часть, дисциплина осваивается в 3 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-1, ОК-2.**

**Краткое содержание дисциплины:** Философия и ее роль в жизни общества и человека. Философия древнего мира. Философия средневековья. Философия эпохи Возрождения. Западноевропейская философия XVII-XVIII вв. Немецкая классическая философия. Марксистско-ленинская философия. Русская философия. Современная западная философия. Онтологические проблемы современной философии. Гносеологические проблемы современной философии. Современные философско-антропологические проблемы. Современные социально-философские проблемы. Культура и ценности современного общества. Глобальные проблемы современности и их философское осмысление.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен.

**рабочей программы учебной дисциплины**  
**Б1.Б.3 «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК»**  
**для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент, направленность**  
**(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** «Иностранный язык» – формирование и повышение культурно-языковой и коммуникативной компетенции обучающихся в ее языковом, социокультурном аспектах для успешного осуществления профессиональной деятельности в условиях межкультурной коммуникации, а также развитие у студентов конкретного уровня владения отдельными видами речевой деятельности, которые определяются ситуациями использования иностранного языка.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, базовая часть, дисциплина осваивается в 1-5 семестрах.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-4.**

**Краткое содержание дисциплины:** Проблемы современной молодежи. Система высшего образования в России и за рубежом. Изучение иностранного языка. Знакомство со страной изучаемого языка. Экономика как социальная наука. Основные экономические понятия, категории и концепции. Основные экономические понятия, категории и концепции. Основы менеджмента.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 14 зачетных единиц (540 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** 1-4 семестры – зачет, 5 семестр - экзамен.

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.4 «ПРАВОВЕДЕНИЕ»  
для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент, направленность  
(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:**

- 1) формирование общетеоретических комплексных знаний по дисциплине «Правоведение» как интегрирующей отрасли общественных знаний в юриспруденции; обеспечение глубокого изучения законодательства, действующего в различных отраслях права;
- 2) овладение системой теоретико-научных знаний и практических навыков в сфере правового регулирования общественных отношений; формирование у будущих профессионалов комплексных знаний о закономерностях возникновения, развития и функционирования государства и права, необходимых для выполнения профессиональных обязанностей на высоком уровне;
- 3) выработка умений и навыков правоприменительной деятельности в области действующего законодательства; формирование правового самосознания, развитию юридического мышления как основы правовой культуры в целом, инициативности, самостоятельности, способности к успешной социализации в обществе, профессиональной мобильности и других профессионально-значимых личных качеств;
- 4) развитие умения мыслить (овладевать такими мыслительными операциями, как классификация, анализ, синтез, сравнение и др.), развитие творческих и познавательных способностей, а также таких психологических качеств, как восприятие, воображение, память, внимание.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, базовая часть, дисциплина осваивается в 2 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-1, ОПК-6, ОК-2.**

**Краткое содержание дисциплины:** Основы теории государства и права (введение в «Правоведение»). Нормы права и правоотношения. Правонарушения и юридическая ответственность. Основы международного права. Основы конституционного, уголовного, административного, гражданского, семейного, трудового, экологического, земельного, информационного права России.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой.

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.5 «Психология»**  
**для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент, направленность**  
**(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** приобретение студентами знаний в области закономерностей психической деятельности для развития умений и навыков рефлексии интеллектуального, эмоционального, личностного, коммуникативного и кооперативного аспектов профессиональной деятельности.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б.1, базовая часть дисциплины осваивается в 2 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-5, ОК-6.

**Краткое содержание дисциплины:**

Цель и задачи курса. Связь курса с психологическими и экономическими дисциплинами. Психология как наука. Круг явлений, изучаемых психологией. Междисциплинарные связи. Житейская и научная психология. История развития психологии и основные направления в психологии. Структура психологии. Теоретическая, прикладная и практическая психология. Возникновение психики. Развитие психики в филогенезе. Проблема объективного критерия возникновения психики. Этапы развития психики в филогенезе: элементарная сенсорная психика, перцептивная психика, интеллект. Возникновение и развитие сознания. Структура сознания. Научение. Психика и нервная система. Строение и функции головного мозга. Проблема локализации психики. Ощущение. Общая характеристика и классификация ощущений. Восприятие. Общая характеристика восприятия. Виды восприятия. Закономерности восприятия. Психология памяти. Многообразие явлений памяти. Виды памяти. Психология мышления и речи. Мышление как процесс постановки и решения задач. Интеллект. Когнитивные стили. Психологический анализ речи. Общая характеристика мотивационной сферы человека. Виды потребностей и мотивационных систем. Удовлетворение потребностей. Иерархическая организация мотивационной сферы личности. Общая характеристика эмоций. Выражение эмоций. Стресс и стресс-менеджмент. Способы работы с неравновесными психическими состояниями. Общая характеристика волевых процессов. Психология произвольной саморегуляции. Общая характеристика внимания. Общая характеристика теорий личности. Индивидуальные предпосылки функционирования личности. Половые различия. Конституциональные различия. Способности. Характер. Проблема стиля в психологии.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой.

## **Аннотация**

### **рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.6 «Математика» для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** формирование у студентов фундаментальных теоретических и практических знаний; приобретение умений и навыков в использовании основных методов исследования и решения математических задач теоретического и практического характера, в выработке умений самостоятельно расширять математические знания и проводить математический анализ прикладных задач, в получении студентами представления о математике как особом способе познания мира, об общности её понятий и представлений.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б1, базовая часть, дисциплина осваивается с 1-3 семестрах.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-10, ПК-13, ОПК-7**

**Краткое содержание дисциплины:** I семестр - элементы линейной алгебры и аналитической геометрии, введение в математический анализ, дифференциальное исчисление функции одной и двух независимых переменных; II семестр – интегральное исчисление функции одной независимой переменной, функции нескольких переменных, теория вероятностей и элементы математической статистики.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 7 зачетных единиц (252 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** 1-й семестр-зачет ,2- ой семестр –зачет с оценкой, 3-й семестр – экзамен.

## АННОТАЦИЯ

### **рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.7 «Статистика» для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент», направленность (профиль) Маркетинг**

**Цель освоения дисциплины:** является освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области статистики для статистического учета, анализа массовых явлений общественной жизни, формирования системы статистических показателей деятельности предприятий, отраслей и экономики страны в целом, статистической оценки условий, хода и результатов деятельности предприятий разных отраслей агропромышленного комплекса.

**Место дисциплины в учебном плане:** Цикл Б1, базовой части. Дисциплина осваивается в 4 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-15.

**Краткое содержание дисциплины:** Методологические основы теории статистики. Предмет, метод и организация статистики. Статистическое наблюдение. Статистическая сводка и группировка. Система показателей: абсолютные и относительные, средние величины и показатели вариации. Табличный и графический метод. Анализ динамических рядов. Индексы и индексный метод анализа. Выборочный метод в экономике. Изучение причинно-следственных связей признаков.

Статистика ресурсного потенциала институциональных единиц разного типа. Статистика затрат и себестоимости продукции. Статистика результатов производства: валовой продукции, реализованной и товарной продукции, доходов. Статистика предприятий. Основы макроэкономической статистики. Основы региональной и муниципальной статистики. Статистика предприятий. Статистика населения и уровня его жизни.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 4 зачетных единиц (144 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен и курсовая работа.

**Аннотация**  
**Рабочей программы по дисциплине Б1.Б.8 «МЕТОДЫ ПРИНЯТИЯ**  
**УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ» для подготовки бакалавров по направлению**  
**38.03.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:**

Целью дисциплины является формирование у студентов системы компетенций, научного математического мышления, ознакомление с теоретическими основами применения методов исследования операций и практическое освоение методов принятия управленческих решений, оптимизации, которые могут использоваться при анализе и решении широкого спектра экономических задач.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б1, базовая часть, дисциплина осваивается в 4 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-6, ОПК-7, ПК-3, ПК-15**

**Краткое содержание дисциплины:**

Методы принятия управленческих решений. Использование математических моделей и оптимизация в экономике. Линейное программирование. Основные понятия линейного программирования. Графический метод решения задач линейного программирования. Симплексный метод решения задач линейного программирования. М – метод. Основы теории двойственности. Транспортная задача. Видоизменения транспортных задач. Задача о назначениях. Решение оптимизационных задач на персональных компьютерах. Видоизмененные задачи линейного программирования. Целочисленное программирование. Параметрическое программирование. Дробно-линейное программирование. Элементы нелинейного программирования и динамическое программирование. Нелинейное программирование. Динамическое программирование.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** 4 зачетные единицы (180 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** курсовой проект, экзамен



## **Аннотация**

### **рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.9 «ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ»**

**для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент, направленность  
(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью дисциплины является приобретение студентами теоретических и практических знаний в области информационных технологий в сфере управления организацией, необходимых для практической деятельности менеджера.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Цикл Б1, базовая часть, дисциплина осваивается в 3 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-5, ПК-11, ОПК-7.**

**Краткое содержание дисциплины:** Информационные технологии и информационные системы. Компьютерные технологии интеллектуальной поддержки управленческих решений. Компьютерные технологии использования систем управления базами данных (СУБД) и технологии использования интегрированных программных пакетов. Компьютерные технологии использования средств распределенной обработки информации

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен, курсовая работа.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.Б.10 «Теория менеджмента»**  
**для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент", направленность**  
**(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** усвоение основных понятий, приобретение знаний и представление единых теоретико-методологических основ менеджмента и выработка профессиональных компетенций в осуществлении управления экономической деятельностью организации.

**Место дисциплины в учебном плане:** «Теория менеджмента» включена в базовую часть ФГОС ВО в блок Б1, осваивается на 1 и 2 курсах во 2 и 3 семестрах.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-2, ОПК-3, ОПК-6, ПК-1, ПК-2, ПК-8**

**Краткое содержание дисциплины:** Теория менеджмента как современная система управления организацией, действующей в рамках глобальной экономики, предполагает создание условий, необходимых для их эффективного функционирования и развития производственно-хозяйственной деятельности. Особенность современного менеджмента состоит в его направленности на обеспечение рационального ведения хозяйства на уровне фирмы в условиях открытости мировых рынков, ограниченности ресурсов, необходимость достижения высоких конечных результатов с минимальными затратами, оптимальной адаптации организации к внешним и внутренним экономическим условиям, а также в огромном массиве информации, который необходимо рассмотреть и освоить студентам.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** 2-ой семестр - зачет , 3-й семестр – экзамен и курсовая работа.

## **АННОТАЦИЯ**

### **рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.11 «Маркетинг» для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** является освоение студентами теоретических и практических знаний по маркетингу и раскрытию роли маркетинга в процессе управления деятельностью организации АПК, а также приобретение студентами практических навыков и умений по применению основного инструментария маркетинга с целью совершенствования деятельности организации, учитывая факторы макро- и микросреды, по использованию способов и методов получения и анализа маркетинговой информации, а также методов осуществления практической проверки результатов и рекомендаций по маркетингу в управлении организации.

Бакалавр, получивший компетенции в области маркетинга будет способствовать устойчивому функционированию и развитию организации в конкурентной среде на основе гармонизации интересов потребителей и производителей.

#### **Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, базовая часть, дисциплина осваивается на 3 курсе в 5 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-8, ПК-9, ПК-17.**

**Краткое содержание дисциплины:** Теоретические основы маркетинга. Система маркетинговых исследований. Потребитель в системе маркетинга. Исследование рынка в маркетинге. Особенности функционирования аграрных рынков: рынка земли, рынка материально-технических ресурсов, агропродовольственных рынков и т.п. Товар и товарная политика в маркетинге. Цена и ценовая политика в маркетинге. Распределение товаров и товародвижение. Система маркетинговых коммуникаций. Региональный маркетинг. Международный маркетинг. Управление маркетинговой деятельностью организации АПК.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен и курсовая работа.

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.12 «Учет и анализ» для**  
**подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент»,**  
**направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:**

- овладение методикой и навыками ведения бухгалтерского учета путем получения системы знаний на основе имеющихся отечественных разработок, действующих нормативных документов, адаптации зарубежного опыта к условиям российской экономики.

- освоение теоретических положений бухгалтерского учета, основанных на исторических традициях и современных тенденциях развития учетной науки;

- ознакомление с организационно - методологическими основами бухгалтерского учета в экономических субъектах;

- получение знаний об основных методах и способах получения необходимой для составления бухгалтерской отчетности информации;

- умение аналитически оценивать информационные потоки и «читать» бухгалтерскую (финансовую) отчетность;

- приобретение практических навыков ведения бухгалтерского учета в объеме, достаточном для уяснения материала в соответствии с учебной программой по данной дисциплине;

- освоение теории (концепции) и методики анализа хозяйственной деятельности, его общие и частные цели, задачи и содержание.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок **Б1**, базовая часть, дисциплина осваивается в 3,4 семестрах.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-5, ПК-14

**Краткое содержание дисциплины:**

Общая характеристика хозяйственного учета. Предмет и метод бухгалтерского учета. Балансовое обобщение, счета и двойная запись. Документация и инвентаризация. Оценка активов, собственного капитала и обязательств. Организация бухгалтерского учета. Международные стандарты бухгалтерского учета. Учет денежных средств и расчетов. Учет основных средств и нематериальных активов. Учет оплаты труда и расчетов с персоналом. Учет собственного капитала и обязательств. Учет материально - производственных запасов. Учет затрат на производство продукции (работ, услуг). Учет готовой продукции (работ, услуг) и ее реализации. Учет финансовых результатов. Бухгалтерская (финансовая) отчетность организации. Основы бухгалтерского управленческого учета. Организационные аспекты бухгалтерского управленческого учета. Способы обработки информации в экономическом анализе. Экономико-математические методы анализа хозяйственной деятельности. Основы факторного анализа. Методика анализа основных показателей производственно-хозяйственной деятельности.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** 3-й семестр - зачет, 4-й семестр - экзамен.

**Аннотация рабочей программы  
дисциплины Б1.Б.13  
«ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

**для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент, направленность  
(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью дисциплины является подготовка бакалавров к профессиональной деятельности, а именно расчетно-экономической, аналитической, научно-исследовательской, организационно-управленческой, педагогической.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, базовая часть, дисциплина осваивается в 7 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-4, ПК-15, ПК-16.**

**Краткое содержание дисциплины:** Финансовый менеджмент: логика, содержание, понятийный аппарат и инструментарий. Анализ и планирование в контексте управления финансами организации. Управление текущими денежными расчетами и потоками. Управление доходами, расходами, прибылью, рентабельностью. Финансовые решения в отношении активов организации. Финансовые решения в отношении источников средств организации

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 5 зачетных единиц (180 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен.

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**Б1.Б.14 «УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ» для подготовки**  
**бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент, направленность**  
**(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** подготовка выпускников к организационно-управленческой, предпринимательской и информационно-аналитической деятельности в качестве исполнителей или руководителей младшего уровня, способных:

- решать задачи по работе с человеческими ресурсами в рамках функциональных подразделений;
- участвовать в разработке политик и программ по управлению персоналом компании;
- участвовать в реализации стратегии компании по управлению человеческими ресурсами.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, базовая часть, дисциплина осваивается в 6 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-12.**

**Краткое содержание дисциплины:** Человеческие ресурсы как объект управления. Теоретические и методологические основы формирования и управления человеческими ресурсами. Система, стратегия и политика управления человеческими ресурсами. Формирование кадрового состава и адаптация. Организация труда. Обучение и развитие персонала. Мотивация, стимулирование и оплата труда. Конфликты в коллективе. Оценка эффективности управления персоналом

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 4 зачетные единицы (144 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой.

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.15 «Стратегический менеджмент»**  
**для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "МЕНЕДЖМЕНТ",**  
**направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** формирование у студентов теоретических и практических знаний об основах стратегического управления, развитие стратегического мышления, видения сложившихся ситуаций на макро- и микроуровне по отношению к объекту управления, понимание необходимых в этой связи стратегических мер, умение провести анализ и сделать обоснованные выводы по значимым проблемам и процессам управления, умение использовать методы управления в различных ситуациях, связанных с профессиональной деятельностью, а также приобретение умений и навыков в области разработки и реализации стратегии управления организациями АПК в условиях нестабильности и неопределенности среды.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Базовая часть блока Б1, дисциплина осваивается в 6 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-3, ПК-5, ПК-17, ПК-18, ПК-9.**

**Краткое содержание дисциплины:** Стратегические проблемы развития АПК и предпосылки развития стратегического управления на его предприятиях. Понятие стратегического менеджмента. Этапы развития стратегического менеджмента и их характеристика. Объекты стратегического управления. Пять задач стратегического менеджмента. Кто и как разрабатывает стратегию. Формирование стратегического видения и миссии организации. Стратегический анализ макросреды. Стратегический анализ микросреды. Анализ рынка. Анализ поставщиков. Анализ конкурентов. Анализ «новичков». Анализ товаров-заменителей. Формирование стратегических выводов. Характеристика основных факторов внутренней среды. Стратегический анализ и прогноз экономического потенциала организации. Стратегический анализ издержек производства. Оценка конкурентоспособности и определение стратегических проблем организации. Ранжирование позиции организации относительно позиций основных конкурентов по каждому ключевому фактору успеха в данной отрасли. Оценка конкурентного преимущества данной организации. Оценка способности организации защитить свои позиции в условиях действия отраслевых движущих сил, давления конкуренции и ожидаемых шагов конкурентов. Классификация стратегий по типам их содержания и использования в стратегическом менеджменте. Выбор и оценка стратегии. Проведение стратегических изменений. Регулирование организационной структуры. Кадровое обеспечение стратегии. Стратегия и управленческий потенциал организации. Корпоративная культура и реализация стратегии. Международная и глобальная конкуренции. Основные причины выхода организаций на зарубежные рынки. Стратегические альянсы и совместные предприятия за рубежом. Конкуренция на рынках развивающихся стран.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 6 зачетных единиц (216 час).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен.

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.16**  
**«КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ**  
**ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**

**для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент,**  
**направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** формирование студентами системы базовых знаний и навыков в области социально-ориентированного менеджмента и маркетинга, овладение методами анализа и оценки корпоративной социальной ответственности с целью ведения цивилизованного бизнеса и соблюдения международных стандартов корпоративного управления, а также изучение новых подходов к проблемам социально ответственного поведения бизнеса, и его роли в социально-экономическом развитии государства.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, базовая часть, дисциплина осваивается в 4 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-2, ПК-12.**

**Краткое содержание дисциплины:** Основные направления корпоративной социальной ответственности. Влияние государства на развитие принципов корпоративной социальной ответственности.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой.



## АННОТАЦИЯ

### рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.17 «БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент,  
направленность (профиль) «Маркетинг»

**Цель освоения дисциплины:** освоение студентами знаний в области безопасности жизнедеятельности охраны труда и формирование на их основе профессиональной культуры, под которой понимается готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретённую совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, базовая часть, дисциплина осваивается в 3 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-6, ОК-8**

**Краткое содержание дисциплины:** Основы безопасности жизнедеятельности в ЧС. Защита объектов народного хозяйства в ЧС. Основы устойчивости работы объектов в ЧС. Организация и проведение спасательных и других неотложных работ на объектах в ЧС. Организационно-правовые основы охраны труда в РФ. Производственная безопасность.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетных единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.

## АННОТАЦИЯ

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.18 «ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ» для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 – МЕНЕДЖМЕНТ, направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** формирование знаний теории речевой коммуникации, норм современного русского литературного языка, официально-делового стиля речи. Формирование представлений о формах и видах делового общения, служебном и речевом этикете, имидже делового человека. Формирование коммуникативно-речевых навыков и умений, необходимых для профессиональной деятельности: устное монологическое и диалогическое общение, составление текстов деловых документов и писем.

Блок Б1, базовая часть, дисциплина осваивается в 3 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-5, ОПК-4, ПК-2, ПК-8, ПК-11, ПК-20**

**Краткое содержание дисциплины:** Речевая коммуникация как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной деятельности: общение, структура и средства общения, механизмы воздействия в процессе общения. Коммуникативная, перцептивная, интерактивная стороны делового общения. Этика речевой коммуникации. Виды этикета, речевой этикет, служебный этикет. Современный русский литературный язык как основа речевой культуры делового человека. Виды языковых норм: орфоэпические, лексические, морфологические, синтаксические. Официально-деловой стиль речи как разновидность современного русского литературного языка, сфера употребления, стилевые черты, языковые особенности. Письменная деловая речь. Текст. Документы, классификация документов. Деловое письмо. Виды писем, композиция писем. Устная монологическая речь, жанровое многообразие. Публичное выступление. Композиция, словесное оформление публичного выступления. Оратор и его аудитория. Устная диалогическая речь: деловая беседа, деловое совещание, дискуссия. Телефонный разговор как вид делового взаимодействия. Имидж делового человека. Офис, требования к оформлению офиса. Секретарь, должностные обязанности.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.

**Аннотация**  
**рабочей программы дисциплины Б1.Б.19 «Управление проектами» для**  
**подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент»,**  
**направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** формирование у студентов теоретических представлений, а также практических навыков в сфере управления проектами, связанными с производством продукции АПК, в том числе использование инструментов инвестиционного анализа и проектирования при разработке и управлении реализацией проектов и инвестиционных программ в АПК России.

**Место дисциплины в учебном плане:** Дисциплина Б1.Б.19 «Управление проектами» относится к дисциплинам базовой части блока Б.1 и изучается в 7-м семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-6, ПК-6, ПК-7, ПК-13, ПК-19

**Краткое содержание дисциплины:**

Концепция проектного цикла и многоаспектного анализа при управлении проектами. Организационные структуры управления проектами. Офис проекта. Команда проекта. Особенности управления проектами развития производства продукции АПК. Планирование и управление работами по проекту. Торги и контракты. Управление изменениями. Управление стоимостью. Контроль и регулирование. Управление рисками инвестиционных проектов.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 4 зачетных единицы (144 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен.

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.20 «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ для**  
**подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 – МЕНЕДЖМЕНТ, направленность**  
**(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** освоение студентами теоретических и практических знаний, приобретение умений и навыков в области основных экономических понятий, законов, существующих экономических и социальных моделей; в социально-экономической политике на уровне фирмы, отрасли, государства; выработке на альтернативной основе механизмов и решений стоящих проблем.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, базовая часть, дисциплина осваивается в 1-2-м семестрах

**Требования к результатам освоения дисциплины:** изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций: **ОК-3, ПК-9, ПК-10, ОК-2.**

**Краткое содержание дисциплины:** В первом рассматриваются базовые понятия (категории): потребности; ресурсы; блага и их производство; издержки; производственные возможности. Законы спроса, предложения и их действия в условиях конкурентной среды; рыночное равновесие и его изменение; теории потребления потребителя и производителя в различных рыночных структурах; издержки и прибыль; рынки факторов производства; достоинства и недостатки рыночного механизма.

В разделе «Макроэкономика» экономика рассматривается как единая система во взаимодействии ее основных структурных элементов, в результате чего у студента должны сформироваться научные представления о макроэкономических процессах и закономерностях развития экономической системы, о целях, инструментах и возможностях государственной политики.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** 1-й семестр - зачет, 2-ой семестр - экзамен и курсовая работа.

## Аннотация

### рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.22 «Эконометрика» для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент», направленность (профиль) Маркетинг»

**Цель освоения дисциплины:** Основная цель дисциплины «Эконометрика» – обучение студентов методологии и методике построения и применения эконометрических моделей для анализа состояния и оценки перспектив развития экономических и социальных систем в условиях взаимосвязей между их внутренними и внешними факторами.

#### **Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, базовая часть, дисциплина осваивается в 5 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-10, ПК-11, ПК-15**

**Краткое содержание дисциплины:** Предмет и метод эконометрики, выборочная ковариация, основные правила расчета ковариации, теоретическая ковариация, выборочная дисперсия, правила расчета дисперсии, коэффициент парной линейной корреляции, коэффициент частной корреляции. Проблема оценивания линейной связи экономических переменных, модель парной линейной регрессии, регрессия по методу наименьших квадратов, интерпретация уравнения регрессии, качество оценки: коэффициент детерминации. Оценка достоверности уравнения регрессии в целом; определение средней ошибки, предельной ошибки и доверительных границ коэффициента корреляции; определение средней ошибки, предельной ошибки и доверительных границ коэффициента регрессии; определение средней ошибки уравнения и доверительных границ отдельных значений результативного признака (определение ошибки прогноза). Спецификация модели, классификация нелинейных функций, отдельные виды нелинейных регрессий и области их применения (парабола, равнобочная гиперболола, степенная функция); коэффициенты эластичности в нелинейных регрессиях, корреляция для нелинейной регрессии. Понятие множественной регрессии и ее графическая интерпретация, отбор факторов при построении модели, коллинеарность факторов, методы преодоления межфакторной связи, параметризация уравнения множественной регрессии и его интерпретация. Способы определения показателей множественной корреляции, скорректированный индекс детерминации (корреляции), частная корреляция, частные F- тесты; предпосылки МНК; несмещенность, эффективность и состоятельность оценок; гомоскедастичность и гетероскедастичность модели, метод Готфельда-Квандта. Элементы временного ряда, автокорреляция, выявление структуры временного ряда, моделирование тенденции, изучение взаимосвязи переменных по данным временных рядов, критерий Дарбина-Уотсона. Понятие, необходимость применения и виды систем уравнений, система независимых уравнений; система рекурсивных уравнений; система одновременных уравнение; структурная и приведенная формы систем одновременных уравнений; идентифицируемая система уравнений; КМНК. Проблема идентификации, неидентифицируемая система уравнений; сверхидентифицируемая система уравнений; двухшаговый метод наименьших квадратов; трехшаговый метод наименьших квадратов. Направления применения систем уравнений в макроэкономике.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой.

## **АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.21 «ИНФОРМАТИКА»  
для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент, направленность  
(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** освоение теоретических основ информатики и приобретение практических навыков переработки информации при решении задач по профилю будущей специальности.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, базовая часть, дисциплина осваивается в 1 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-1, ОПК-5, ОПК-7.**

**Краткое содержание дисциплины:** Основы информатики. Технические средства информатики. Программное обеспечение ПК. Этапы разработки и реализации задачи. Основы алгоритмизации. Основы программирования. Базы данных (БД), Системы Управления Базами Данных (СУБД). Основы сетевых информационных систем. Основы защиты информации. Перспективы развития информатики.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.Б.23 «Физическая культура и спорт»**  
**для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент",**  
**направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины физическая культура в вузе является формирование физической культуры студента и способность методически обоснованно и целенаправленно использовать разнообразные средства, методы и организационная форма физической культуры, позволяющая выпускнику сформировать индивидуальную, здоровьесберегающую жизнедеятельность, необходимую для профессионального личностного становления.

**Место дисциплины в учебном плане:** Блок Б1, базовая часть, изучается на 2 курсе в 4 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-7.**

**Краткое содержание дисциплины:** Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Социально–биологические основы физической культуры. Основы здорового образа жизни студентов. Физическая культура в обеспечении здоровья. Психофизические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства физической культуры в регулировании работоспособности. Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями. Спорт, индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений. Особенности занятий избранным видом спорта или системой физических упражнений. Врачебно-педагогический контроль и самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом. Профессионально–прикладная физическая подготовка студентов. Физическая культура в профессиональной деятельности бакалавров.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 2 зачетных единиц (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет

## **АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ОД.1 «Технология производства, хранения и переработки продукции растениеводства» для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины «Технология производства, хранения и переработки продукции растениеводства» является приобретение теоретических и практических знаний по вопросам возделывания полевых культур, основных приёмов повышения их урожайности и улучшению качества растениеводческой продукции; приобретение теоретических и практических знаний и формирование умений и навыков в области вопросов производства, хранения и переработки продукции растениеводства в разных типах сельскохозяйственных предприятий.

### **Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б.1 , вариативная часть, дисциплина осваивается в 1-м и 2-м семестре

**Требования к результатам освоения дисциплины:** изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных (ПК) компетенций: ОК-3, ОПК-2, ПК-6

**Краткое содержание дисциплины:** Связь растениеводства с другими дисциплинами. Основные факторы, определяющие рост, развитие растений, урожай и его качество. Нерегулируемые, частично регулируемые и регулируемые факторы среды. Использование зерновых культур. Проблема производства зерна в России и на земном шаре. Требования зерновых культур к основным факторам среды. Химический состав зерна хлебных злаков. Структура урожая. Основные элементы структуры урожая. Расчёт биологической урожайности. Сочные кормовые культуры Масличные и прядильные культуры. Признаки оценки пищевого растительного сырья. Нормирование качества продукции растениеводства. Потери продукции растениеводства. Теоретические основы хранения. Хранение продукции растениеводства в хранилищах сельскохозяйственного типа. Основы технологии послеуборочной обработки зерна. Переработка продукции растениеводства.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** 1-й семестр – зачет, 2-ой семестр - экзамен.



**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ОД.2 «Технологические основы производства и переработки продукции животноводства» для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ, направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** дать студенту необходимые теоретические и практические знания, позволяющие ему знать технологические процессы на всех стадиях производства - от поступления сырья до реализации готовой продукции.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б.1 , вариативная часть, дисциплина осваивается в 1-м и 2-м семестре

**Краткое содержание дисциплины:**

Состав молока. Несвойственные молоку компоненты. Антибиотики, пестициды, микотоксины, моющие и дезинфицирующие вещества, тяжелые металлы и мышьяк, радиоактивные изотопы, нитраты, нитриты и другие по- сторонние вещества. Классификация факторов. Состав молока коз, овец, кобыл, верблюдиц, буйволиц. Вода и сухие вещества молока. Липиды молока. Белковые и небелковые азотистые вещества молока. Лактоза (молочный сахар). Минеральные вещества. Витамины. Ферменты. Несвойственные молоку компоненты. Органолептические показатели молока. Пороки (вкуса, цвета, запаха, консистенции) молока и меры их предупреждения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных (ПК) компетенций: ОК-3 ОПК-2 ПК-6

Классификация кисломолочных продуктов и их значение в питании человека. Требования, предъявляемые к сырью для выработки кисломолочных продуктов. Приготовление бактериальных заквасок.

Определение сущности стандартизации и сертификации. Характеристика основных терминов и определений. Система разработки и утверждения стандартов. Основные положения, цели и принципы сертификации. Порядок проведения обязательной сертификации пищевой продукции.

Пищевая ценность мяса. Физико-химические свойства мяса и мясопродуктов. Структурно-механические свойства. Морфологический и химический состав мяса: мышечная ткань, жировая ткань, соединительная ткань, костная и хрящевая ткань, кровь. Термическая обработка колбасных изделий: осадка, обжарка колбас, варка колбасных изделий и копченостей, охлаждение, копчение, копчение - запекание, сушка, термообработка мясных хлебов, зельцев и ливерных колбас.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 5 зачетных единиц (180 час).

**Итоговый контроль по дисциплине:** 1-й семестр – зачет, 2-ой семестр - экзамен.

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ОД.3 «Аграрная политика» для**  
**подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент», направленность**  
**(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** приобретение студентами теоретических и практических знаний, умений и навыков в области анализа, оценки эффективности и последствий принимаемых агрополитических решений для использования изучаемых методических подходов в своей профессиональной деятельности.

**Место дисциплины в учебном плане:** цикл Б.1, вариативная часть, обязательная дисциплина; осваивается в 4-ом семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОПК-2, ПК-9, ПК-10, ПК-12, ПК-15.

**Краткое содержание дисциплины.** В курсе «Аграрная политика» изучаются созидательные возможности государства, выступающего в ходе решения продовольственной проблемы в качестве главного субъекта политики, управляющей системы общества. В то же время общественные интересы рассматриваются в качестве движущей силы политики, а степень их удовлетворения – в качестве главного критерия оценки ее эффективности.

«Аграрная политика» относится к группе экономико-политических дисциплин, развивающих способности обучающихся квалифицированно анализировать содержание проблем и процессов, связанных с обеспечением продовольственной безопасности общества.

Дисциплина уделяет необходимое внимание поиску эффективных направлений развития агропродовольственного сектора страны в условиях членства России в ВТО.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен.

## **Анотация**

### **рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ОД.4 «Логистика» для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** является освоение студентами теоретических и практических знаний о движении совокупности материальных, финансовых и информационных потоков на всех стадиях воспроизводственного процесса в логистических системах микро-, мезо- и макроуровня, а также приобретение умений и навыков в области планирования, управления и контроля за материальными и соответствующими им информационными потоками, циркулирующими между внешней средой и предприятием и внутри самого предприятия

#### **Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, вариативная часть, дисциплина осваивается на 4 курсе в 8 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-5, ПК-19.**

**Краткое содержание дисциплины:** Теоретические и методологические основы логистики. Основы логистического менеджмента. Управление закупками. Управление запасами. Транспортное обслуживание логистики. Логистика складирования. Информационное обслуживание логистики. Управление цепями поставок. Взаимоотношения в цепях поставок. Особенности формирования и функционирования цепей поставок в АПК.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен.

## АННОТАЦИЯ

### рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ОД.5 «Организация сельскохозяйственного производства» для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Маркетинг»

**Цель освоения дисциплины:** формирование представлений, теоретических знаний, практических умений и навыков по рациональному построению и ведению отрасли сельское хозяйство, а также знаний и умений по организации производственной деятельности с учетом особенностей отрасли, природно-климатических, социально-экономических и политических условий.

**Место дисциплины в учебном плане:** блок Б1, обязательная дисциплина вариативной части, осваивается в 5-ом семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-6, ПК-5, ПК-1, ПК-3, ПК-6.

**Краткое содержание дисциплины.** Общие закономерности, основные принципы организации производства. Особенности сельскохозяйственного производства. Внешние и внутренние условия реализации принципов организации сельскохозяйственного производства. Сущность и классификация организационно-правовых форм. Понятие и составляющие системы ведения хозяйства. Организация использования ресурсов предприятия. Специализация производства. Концентрация производства и размеры предприятий. Организация производства продукции полеводства. Организация производства продукции овощеводства. Организация кормопроизводства. Организация производства продукции скотоводства. Организация вспомогательных и обслуживающих производств. Организация материально-технического обеспечения сельскохозяйственных предприятий. Организационные формы материально-технического обеспечения сельскохозяйственных предприятий. Организация производственного обслуживания сельскохозяйственных предприятий. Организация переработки сельскохозяйственной продукции. Организация товарной доработки сельскохозяйственной продукции. Организация хранения сельскохозяйственной продукции. Организация промышленной переработки сельскохозяйственной продукции. Организация реализации продукции.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетных единиц (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен и курсовой проект.

## Аннотация

### **рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ОД.6 «ЭКОНОМИКА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА» для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью дисциплины «Экономика сельского хозяйства» является изучение сущности экономики отрасли в системе агропромышленного комплекса, рыночных условий функционирования, показателей, факторов, путей повышения социально-экономической эффективности отрасли и конкретных мероприятий, специфики проявления объективных экономических законов.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, вариативная часть, дисциплина осваивается в 5 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-3, ПК-9, ОК-3, ОПК-5.**

**Краткое содержание дисциплины:** Сельское хозяйство в системе агропромышленного комплекса. Материально-технические и земельные ресурсы сельского хозяйства. Средства производства, их формирование и эффективность использования. Трудовые ресурсы и производительность труда в сельском хозяйстве. Инвестиции, капитальные вложения и инновации в сельском хозяйстве. Издержки производства и себестоимость. Ценообразование и цены на сельскохозяйственную продукцию, ее реализация. Экономическая эффективность сельскохозяйственного производства. Расширенное воспроизводство и накопление в сельском хозяйстве. Экономика отраслей растениеводства. Экономика отраслей животноводства

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой.

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ОД.7**  
**«Инвестиционное проектирование в организациях АПК»**  
**для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент, направленность**  
**(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** получение системного представления об аналитических инструментах и методах обоснования управленческих решений в области инвестиционной деятельности коммерческих организаций и овладение практическими навыками формирования информационной базы, необходимой и достаточной для обоснования управленческих решений в названной сфере, отбора инновационных проектов развития предприятия, жизнеспособных в финансовом отношении, разработки их ТЭО, а также ознакомление с проблемными вопросами, требующими проведения дополнительных самостоятельных исследований.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, вариативная часть, дисциплина осваивается в 6 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-10, ПК-15, ПК-16, ПК-18.**

**Краткое содержание дисциплины:** Теоретические основы инвестиционного анализа. Анализ реальных инвестиций. Анализ финансовых инвестиций

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен, курсовой проект.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ОД.8 «Менеджмент**  
**качества» для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02**  
**"Менеджмент",**  
**направленность ( профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** формирование научной базы знаний, умений, представлений об управлении качеством продукции, услуг, работ; освоение практических навыков проведения анализа бизнес-процессов, изучение методов анализа и контроля качества; овладение методами управления качеством продукции.

**Место дисциплины в учебном плане:** «Менеджмент качества» включен в вариативную часть ФГОС ВО в цикл Б1, осваивается на 4 курсе в 7 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-3, ПК-17.**

**Краткое содержание дисциплины:** актуальность изучения дисциплины «Менеджмент

качества» определяется потребностями рыночной экономики, в условиях которой управление качеством в организациях является одним из факторов успеха и основной конкурентоспособности. На современном уровне развития понятие «качество» рассматривается как комплексная составляющая, включающая в себя качество конечного продукта, качество управления, качество поставки или работ, качество жизнедеятельности людей (сотрудников) и общества в целом.

Менеджмент качества – это скоординированная и взаимосвязанная деятельность по управлению, выстроенная таким образом, чтобы обеспечить надежную и бесперебойную работу организации.

Управление организацией, применительно к качеству, означает, что вся деятельность подчиняется установленным целям по качеству, и для достижения этих целей в организации разработана система планов, есть необходимые ресурсы, выполняются действия по достижению поставленных целей.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 4 зачетные единицы (144 ч асов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ОД.9 «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент", направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» является углубление знаний студентов по курсу «Маркетинг» и выявление особенностей маркетинговой деятельности в различных отраслях и сферах деятельности.

**Место дисциплины в учебном плане:** блок Б1, вариативная часть, изучается в 6 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-12, ОК-3, ПК-9, ПК-17.**

**Краткое содержание дисциплины:** Дисциплина носит как теоретический, так и прикладной характер, охватывает ряд тем. Ее изучение начинается с рассмотрения особенности организации маркетинговой деятельности в производственной, сельскохозяйственной, внешнеэкономической, страховой, банковской, политической, гостиничной, оптовой и розничной торговле и других сферах, также рассмотрены вопросы маркетинговой деятельности в сфере услуг, в том числе и консалтинговых, на рынке товаров народных промыслов и в сфере высшего образования.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.



**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ОД.10 «Маркетинговый анализ и планирование» для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент", направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Цель дисциплины «Маркетинговый анализ и планирование» усвоение студентами основополагающих методов анализа и принципов планирования и регулирования маркетинговой деятельности, получение навыков их практического применения.

**Место дисциплины в учебном плане:** блок Б1, вариативная часть, изучается в 7 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-15, ПК-18.**

**Краткое содержание дисциплины:** Дисциплина «Маркетинговый анализ и планирование» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Управление маркетингом в АПК», «Стратегический маркетинг».

Особенностью дисциплины является то, что она носит как теоретический, так и прикладной характер, состоит из 2 разделов, охватывающих 8 тем. Раздел 1 «Анализ маркетинговой деятельности» предполагает рассмотрение понятия, цели и видов маркетингового анализа. Раздел 2 «Планирование маркетинговой деятельности» знакомит с методами формирования бюджета маркетинга и организацией планирования маркетинга в организации. Практические примеры, задания к практикуму и темы курсовых работ ориентированы на аграрную сферу экономики.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 3 зачетных единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой, курсовая работа.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ОД.11 «Правовое регулирование маркетинговой деятельности» для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины «Правовое регулирование маркетинговой деятельности» является формирование у студентов высокого уровня профессионального правосознания, умения анализировать современные государственно-правовые и экономико-правовые процессы, формирование понятийного аппарата и углубления теоретических познаний в области правового регулирования маркетинговой деятельности в условиях рыночной экономики.

**Место дисциплины в учебном плане:** блок Б1, вариативная часть, изучается в 5 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-1, ПК-2, ПК-20.**

**Краткое содержание дисциплины:** Дисциплина «Правовое регулирование маркетинговой деятельности» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Управление маркетингом в АПК», «Стратегический маркетинг», «Маркетинговые исследования».

Особенностью дисциплины является рассмотрение современных государственно-правовых и экономико-правовых процессов.

Формирование теоретических познаний в области правового регулирования маркетинговой деятельности как инструмента маркетинга с ориентацией на сельское хозяйство. В ней разбираются вопросы теоретического, методического и практического характера.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ОД.12 «Маркетинговые исследования» для**  
**подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент", направленность**  
**(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины является обучить студентов – будущих специалистов в области маркетинга применять принципы и методы маркетинговых исследований, в получении и анализе маркетинговой информации для принятия управленческих решений.

**Место дисциплины в учебном плане:** блок Б1, вариативная часть, изучается в 6 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-5, ПК-6, ПК-9, ПК-10, ПК-11.

**Краткое содержание дисциплины:** Дисциплина «Маркетинговые исследования» занимает важное место в подготовке бакалавров по направлению «Менеджмент», профилю «Маркетинг». Сущность маркетинговых исследований состоит в объективном сборе и анализе добровольно полученной информации в отношении потребителей, товаров и услуг. Главное назначение маркетинговых исследований – генерирование информации для обеспечения всесторонней обоснованности, своевременности, рациональности управленческих решений. Данная дисциплина имеет практико-ориентированную направленность. Наряду с познанием сущности маркетинговых исследований, его основных видов, принципов и функций, студенты получают навыки практической деятельности по проведению маркетинговых исследований, систематизации, обработки и анализа маркетинговой информации; подготовки отчета о результатах маркетингового исследования и проведения презентации.

Дисциплина «Маркетинговые исследования» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Управление маркетингом в АПК», «Маркетинговый анализ и планирование», «Поведение потребителей». Особенностью дисциплины является рассмотрение маркетинговой деятельности с ориентацией на основных участников аграрных рынков (потребителей, товаропроизводителей, посредников и т.д.).

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 3 зачетные единицы (108 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен и курсовая работа.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ОД.13 «Стратегический маркетинг» для**  
**подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент", направленность**  
**(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью курса «Стратегический маркетинг» является усвоение аналитических подходов при измерении потребностей потребителей и разработке эффективных товаров, создающих производителю устойчивое конкурентное преимущество.

**Место дисциплины в учебном плане:** блок Б1, вариативная часть, изучается в 8 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-17, ПК-18, ПК-19, ПК-20.**

**Краткое содержание дисциплины:** Дисциплина носит как теоретический, так и прикладной характер. Ее изучение начинается с рассмотрения сущности понятия «стратегический маркетинг» в концепции маркетингового подхода управления предприятием, анализа системы маркетинговых стратегических решений, принимаемых на различных уровнях управления фирмой. Достаточно полно представлены вопросы основ для разработки маркетинговых стратегий и инструментов стратегического анализа и планирования, основные принципы выбора стратегических альтернатив для обеспечения заданного уровня целесообразности и допустимого уровня рисков, связанных с разработкой и реализацией стратегического направления развития фирмы, работающей на агропродовольственном рынке.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 3 зачетных единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ОД.14 «Управление маркетингом в АПК» для**  
**подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент", направленность**  
**(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью курса «Управление маркетингом в АПК» является усвоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области завоевания тех или иных рынков сбыта, привлечения новых покупателей, клиентов, продления жизненного цикла товаров и услуг, достижения лидерства в ценах и получения максимальной прибыли для использования их в своей будущей практической деятельности.

**Место дисциплины в учебном плане:** блок Б1, вариативная часть, изучается в 8 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-3, ОПК-6, ПК-1, ПК-2, ПК-8.**

**Краткое содержание дисциплины:** Дисциплина носит как теоретический, так и прикладной характер. В результате обучения студент должен:

знать:

- основные принципы и функции управления маркетинговой деятельностью организации, в т.ч. организации АПК;

- основные подходы к организации управления маркетингом на уровне предприятия (организации АПК), компании;

- основные организационные структуры маркетинга;

- основные принципы планирования маркетинговой деятельности на уровне предприятия (организации АПК);

- существующие структуры управления и регулирования агропродовольственными рынками на уровне страны, регионов, их задачи и функции;

уметь:

- анализировать факторы, определяющие выбор подходов к организации управления маркетингом на уровне предприятия (организации АПК);

- анализировать систему маркетинга с целью выбора направлений развития маркетинговой деятельности предприятия (организации АПК);

- проводить контроль результатов и ревизию маркетинговой деятельности предприятия (организации АПК);

владеть:

- навыками разработки планов маркетинговой деятельности предприятия (организации АПК);

- навыками проектирования организационных структур маркетинга на уровне предприятия (организации АПК).

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен, курсовой проект.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ОД.15 «Товароведение, экспертиза и стандартизация» для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент" направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины является изучение потребительских свойств товаров, их классификация и кодирование; факторы, обуславливающие качество товара, контроль и его оценка; закономерности формирования ассортимента товаров и его структуру; условия сохранения качества товаров, на всех этапах оборота продовольственных товаров: при их производстве, транспортировке, хранении, потреблении; теоретических знаний и практических навыков в области стандартизации.

**Место дисциплины в учебном плане:** блок Б1.В.ОД.15 , вариативная часть, изучается в **5** семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-6,ПК-7,ПК-8,ОПК-1.**

**Краткое содержание дисциплины:** Дисциплина «Товароведение, экспертиза и стандартизация» относится к вариативной части обязательных дисциплин ФГОС ВО. В процессе изучения дисциплины «Товароведение, экспертиза и стандартизация» студенты осваивают методологию и принципы создания продовольственных и не продовольственных товаров АПК, получают представление о технологиях разработки конкурентоспособной продукции, методах оценки пожеланий потребителей и потребительских свойств товаров, их пищевой и биологической ценности; о факторах, обуславливающих формирование потребительских свойств товаров и сохранении гарантированного качества товаров в процессе хранения; об основных вопросах стандартизации: функции, цели и задачи, принципы и методы, правовые основы и существующую на сегодняшний день систему стандартизации, охватывающую законодательство, международные требования, технические регламенты, нормативные и технические документы, информационное обеспечение, требования к информации для потребителя.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ОД.16 «Поведение потребителей» для**  
**подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент", направленность**  
**(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью курса «Поведение потребителей» является освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области изучения потребительского и покупательского поведения и способов воздействия на него, выявления требований потребителей к качественным характеристикам товаров и услуг, формирование потребительского спроса и прогнозирование объемов продаж на основных агропродовольственных рынках.

**Место дисциплины в учебном плане:** блок Б1, вариативная часть, изучается в 7 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-5, ПК-9.**

**Краткое содержание дисциплины:** Факторы внешнего влияния на поведение потребителей: демографические, экономические, природные, научно-технические, политические, культурные и др. Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации. Семья и домохозяйство. Внутренние факторы поведения потребителей. Восприятие, обучение, память. Мотивация. Психографика. Персональные ценности. Жизненный стиль и ресурсы потребителей. Знание и отношение. Ситуационные факторы. Модели поведения потребителей. Процесс принятия решения о покупке. Осознание необходимости покупки. Информационный поиск. Оценка и выбор альтернатив. Покупка. Реакция на покупку. Организационное покупательское поведение. Консьюмеризм.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.

## АННОТАЦИЯ

### **рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.1.1 «АГРАРНОЕ ПРАВО» для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** освоение студентами теоретических и практических знаний о системе правовых норм, регулирующих аграрные (земельные, имущественные, трудовые, организационно-управленческие) отношения в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей, иных граждан и юридических лиц - участников агропродовольственных рынков, органов государственной власти и местного самоуправления в сфере государственной поддержки и регулирования сельскохозяйственного производства и агропродовольственных рынков.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, вариативная часть, дисциплина по выбору, осваивается в 1 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-3, ОПК-1, ПК-20.**

**Краткое содержание дисциплины:** Понятие, предмет, методы, принципы аграрного права. Источники аграрного права. Государственное регулирование и управление сельским хозяйством. Правовое положение сельскохозяйственных товаропроизводителей и правовой режим их имущества. Правовое положение крестьянского (фермерского) и личного подсобного хозяйства граждан. Правовое регулирование земельных и экологических отношений в сельском хозяйстве. Правовое регулирование оборота земель сельскохозяйственного назначения. Правовое регулирование селекционной деятельности, семеноводства и племенного животноводства. Правовое регулирование финансирования и кредитования сельскохозяйственных товаропроизводителей. Правовое регулирование договоров сельскохозяйственных товаропроизводителей.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетных единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.



## **АННОТАЦИЯ**

### **рабочей программы учебной дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1.2 «ИСТОРИЯ РОССИЙСКИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕФОРМ» для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** формирование у обучающихся знаний базовых экономических категорий, умения выявлять устойчивые взаимосвязи и тенденции в разнообразных экономических явлениях на микро и макроуровне формирование экономического мышления, знания и понимания теоретических основ функционирования рыночной экономики, общекультурные личностные качества, способность применять их в сфере будущей профессиональной деятельности

#### **Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, вариативная часть, дисциплина осваивается в 1-м семестре

**Требования к результатам освоения дисциплины:** изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций: **ОК – 2, ОК – 3, ОК-6.**

**Краткое содержание дисциплины:** В дисциплине рассматриваются такие темы: Экономика России до 1917 г. Ленинская революция и экономика «военного коммунизма» (1917-1920). Новая экономическая политика (1921-1928). Экономика СССР в период Великой Отечественной войны и в первые послевоенные годы (1941-1953). Попытки реформирования командно-административной системы. Трансформация общественного строя и экономика России в 1992-2004. Экономическая модернизация современной России.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетные единицы (72 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы учебной дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.2.1 «Мировая экономика»**

**для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины «Мировая экономика» являются формирование у будущих выпускников теоретических знаний о мировой экономике, формах и эволюции международных экономических отношений и получение студентами практических навыков анализа новых явлений в мирохозяйственных связях в условиях глобализации мирового хозяйства.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, вариативная часть, дисциплина осваивается в 2 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-9, ПК-10, ПК-17.**

**Краткое содержание дисциплины:**

Общие понятия мирового хозяйства, современные тенденции и закономерности его развития. Сущность, механизм и теории мировой экономики. Классификация стран в мировой экономике. Динамика развития мирового хозяйства. Социальные аспекты экономического развития мира. Глобальные проблемы в мировом хозяйстве. Трудовые ресурсы мирового хозяйства. Природно-ресурсный потенциал мира. Финансовые ресурсы мира. Развитые страны в мировой экономике. Развивающиеся страны в мировой экономике.

Страны с переходной экономикой в мировом хозяйстве.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой.

## **АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.2.2 «Региональная экономика»  
для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент», направленность  
профиль «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины** является освоение студентами теоретических и фактических знаний региона как системы и экономики как системы регионов, практических навыков оценки условий работы экономических единиц, механизмов и последствий принятия решений, приобретения способности учитывать последствия решений с позиции социальной ответственности.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, вариативная часть, дисциплина осваивается в 2 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-9, ПК-10, ПК-17.**

**Краткое содержание дисциплины:** Предмет и основные понятия региональной экономики. Теоретические основы региональной экономики. Структура экономики региона. Территориальная организация экономического пространства. Трудовые ресурсы и рынок труда в регионе. Уровень жизни населения как индикатор развития регионов. Предпринимательский климат региона. Региональная политика. Оценка перспектив территориального развития.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой.

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.3.1 «СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**  
**И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПАКЕТОВ ПРИКЛАДНЫХ**  
**СТАТИСТИЧЕСКИХ ПРОГРАММ»**  
**для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент,**  
**направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** является освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области применения статистических методов при обработке хозяйственных данных с использованием ППП STATISTICA.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, вариативная часть, дисциплина осваивается в 5,6 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-5, ПК-15.**

**Краткое содержание дисциплины:** Обзор основных прикладных статистических программ (STATISTICA, SPSS, MatLab и др). Пользовательский интерфейс системы STATISTICA. Графика в системе STATISTICA. Модуль «Основные статистики и таблицы». Проверка статистических гипотез и дисперсионный анализ. Парный корреляционно-регрессионный анализ и нелинейная регрессия. Множественный корреляционно-регрессионный анализ и прогнозирование в STATISTICA.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 5 зачетных единицы (180 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** 5-й семестр-зачет, 6-1 семестр-экзамен.

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.3.2**  
**«СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ»**

**для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент, направленность**  
**(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области системного анализа социально-экономических явлений, овладение научными методами решения прикладных проблем менеджмента, возникающих на всех иерархических уровнях управления агропромышленным комплексом. Учебная дисциплина формирует профессиональные навыки системного анализа, используемые в управленческой деятельности специалиста. Программа курса ставит целью подготовить бакалавров менеджмента к решению сложных задач управления хозяйственными подсистемами АПК с использованием экономико-математических методов и моделей, а также в научно-исследовательской и педагогической деятельности.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, вариативная часть, дисциплина осваивается в 5,6 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-5, ПК-15.**

**Краткое содержание дисциплины:** Теоретико- методологические основы общей теории систем и системного подхода в социально-экономических исследованиях. Системный анализ агропромышленного производства. Прикладные аспекты.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 5 зачетных единицы (180 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** 5-й семестр-зачет, 6-1 семестр-экзамен.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ДВ.4.1 «Ценообразование в маркетинге» для**  
**подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент" направленность**  
**(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины «Ценообразование в маркетинге» является приобретение студентами знаний в области формирования, применения и контроля цен, для развития умений и навыков самостоятельной постановки и осмысленного решения прикладных задач в области ценообразования.

**Место дисциплины в учебном плане:** блок Б1, вариативная часть, изучается в 6 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-6, ПК-6, ПК-9, ПК-10.**

**Краткое содержание дисциплины:** «Ценообразование в маркетинге» является важнейшей учебной дисциплиной в системе подготовки маркетологов. Она позволяет расширить знания в области формирования, применения и контроля цен, сформировать практические навыки решения сложных вопросов области ценообразования, стоящих как перед экономикой в целом, так и перед конкретной организацией.

Логика курса предполагает рассмотрение теоретических основ ценообразования, формирующих знания о сущности и функциях цен, зависимости ценообразования от типа рынка, стадии жизненного цикла товара. Изучение методологии ценообразования дает возможность сравнить затратный и ценностный подходы к ценообразованию, провести критический анализ опыта применения различных методов ценообразования. При рассмотрении вопросов, связанных с ценовой политикой и стратегией ценообразования, ставятся акценты на наиболее распространенных стратегиях и тактических приемах ценообразования, оценке возможности и последствий их применения. Изучение нормативно-законодательной базы о ценообразовании в Российской Федерации, знакомство с методами государственного регулирования цен и особенностями ценообразования в аграрном секторе экономики завершают курс.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ДВ.4.2 «Управление ценой и ценностью» для**  
**подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент" направленность**  
**(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины «Управление ценой и ценностью» является приобретение студентами знаний в области теории управления ценами организации для развития умений и навыков самостоятельной постановки и осмысленного решения прикладных задач в процессе ценообразования.

**Место дисциплины в учебном плане:** блок Б1, вариативная часть, изучается в 6 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-6, ПК-6, ПК-9, ПК-10.**

**Краткое содержание дисциплины:** «Управление ценой и ценностью» является важной учебной дисциплиной в системе подготовки маркетологов. Она позволяет расширить знания в области теории управления ценами организации, сформировать умения и навыки самостоятельной постановки и осмысленного решения прикладных задач в процессе ценообразования.

Дисциплина носит как теоретический, так и прикладной характер, охватывает ряд тем. Ее изучение начинается с теоретических основ - сущности и роли цены, видов цен. Далее рассматриваются методологические вопросы ценообразования. Прикладные знания о сущности ценовой политики организации, видах стратегий и тактических приемах ценообразования формируются применительно к аграрному сектору экономики. В завершение рассматриваются формы и методы государственного регулирования цен, особенности формирования внешнеторговых цен.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ДВ.5.1 «Информационные системы маркетинга» для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент" направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины «**Информационные системы маркетинга**» является освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области информационных систем и технологий маркетинга для приобретения навыков работы с современными информационными системами в менеджменте и маркетинге.

**Место дисциплины в учебном плане:** Б1.В.ДВ.5.1 , дисциплины по выбору, изучается в 7 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-7, ПК-10, ПК-13.**

**Краткое содержание дисциплины:** «**Информационные системы маркетинга**» является важной учебной дисциплиной в системе подготовки маркетологов. Она предусматривает изучение как теоретико-методологических основ, так и адаптации и применение автоматизированных информационных систем в менеджменте и маркетинге.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен и курсовая работа.



**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ДВ.5.2 «Информационные технологии в маркетинге» для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент" направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины **«Информационные технологии в маркетинге»** является освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области информационных технологий маркетинга для приобретения навыков работы с современными информационными системами в менеджменте и маркетинге.

**Место дисциплины в учебном плане:** Б1.В.ДВ.5.2, дисциплины по выбору, изучается в 7 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-7, ПК-10.**

**Краткое содержание дисциплины:** **«Информационные технологии в маркетинге»** является важной учебной дисциплиной в системе подготовки маркетологов. Она предусматривает изучение как теоретико-методологических основ, так и адаптации и применение автоматизированных информационных систем в менеджменте и маркетинге.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен и курсовая работа.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ДВ.6.1 «Международный маркетинг» для**  
**подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент" направленность**  
**(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины «**Международный маркетинг**» является освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области международного маркетинга, маркетинговых методов и инструментов маркетинговых исследований с учетом специфики работы организаций АПК на зарубежных товарных рынках.

**Место дисциплины в учебном плане:** **Б1.В.ДВ.6.1** , дисциплины по выбору, изучается в 6 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-4, ПК-6, ПК-15, ПК-17, ПК-10, ПК-3, ПК-9.**

**Краткое содержание дисциплины:** «**Международный маркетинг**» относится к дисциплинам по выбору, целью курса является освоение практических умений и навыков по организации и управлению маркетинговой деятельности предприятий на международных рынках, в том числе рынков сельскохозяйственного сырья и продовольствия.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 3 зачетные единицы (108 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ДВ.6.2 «Сельскохозяйственные рынки» для**  
**подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент" направленность**  
**(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины «Сельскохозяйственные рынки» является освоение студентами теоретических и практических знаний о принципах, закономерностях и специфике функционирования совокупности аграрных рынков: ресурсов для производства сельскохозяйственного сырья, сельскохозяйственной продукции и продовольствия.

**Место дисциплины в учебном плане:** Б1.В.ДВ.6.2 , дисциплины по выбору, изучается в 6 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-4, ПК-6, ПК-9, ПК-10, ПК-15, ПК-17.

**Краткое содержание дисциплины:** «Сельскохозяйственные рынки»  
«Сельскохозяйственные рынки»: Конъюнктура и структура сельскохозяйственных рынков. Методология и методы исследования сельскохозяйственных рынков. Спрос на факторы производства для сельского хозяйства и других отраслей аграрной сферы. Производство аграрных продуктов. Предложение аграрных продуктов. Рынок материальных ресурсов в аграрной сфере. Рынок земельных ресурсов в аграрной сфере. Рынок трудовых ресурсов в аграрной сфере. Рынок финансовых ресурсов в аграрной сфере. Рынок информации, инноваций и технологий в аграрной сфере. Общие тенденции в развитии мировых и российских рынков сельскохозяйственной продукции, системы товародвижения, сбыта соответствующих продуктов и функционирования продовольственного рынка. Принципы, формы и методы государственного регулирования рынка сельскохозяйственной продукции.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 3 зачетные единицы (108 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ДВ.7.1 «Маркетинговые коммуникации» для**  
**подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент" направленность**  
**(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины **«Маркетинговые коммуникации»** является освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в раскрытии роли маркетинговых коммуникаций в процессе управления деятельностью организации, изучение основного инструментария комплекса маркетинговых коммуникаций, получение и анализ маркетинговой информации, а также осуществлять практическую проверку результатов и рекомендаций в управлении предприятием.

**Место дисциплины в учебном плане:** **Б1.В.ДВ.7.1** , дисциплины по выбору, изучается в 7 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-4, ОПК-4, ПК-2.**

**Краткое содержание дисциплины:** Дисциплина **«Маркетинговые коммуникации»** позволяет углубить и расширить знания студентов и призвана сформировать у будущих маркетологов понимание возрастающей роли маркетинговых коммуникаций в деятельности современной организации, умение эффективно использовать элементы комплекса маркетинговых коммуникаций для обеспечения реализации маркетинговой стратегии организации. Наряду с теоретическими знаниями сущности маркетинговых коммуникаций, его основных видов, принципов и функций, а также базовых элементов маркетинговых коммуникаций студенты получают навыки прикладных профессиональных и практических знаний и умений деятельности, необходимых для выбора направлений развития организации.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 3 зачетные единицы (108 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ДВ.7.2 «Рекламный маркетинг» для подготовки**  
**бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент", направленность (профиль)**  
**«Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины «Рекламный маркетинг» является приобретение студентами теоретических знаний, практических навыков и умений в области управления созданием и реализацией эффективного рекламного продукта, организации и проведения рекламной компании.

**Место дисциплины в учебном плане:** блок Б1, вариативная часть, изучается в 7 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-6, ПК-17.**

**Краткое содержание дисциплины:**

Особенностью дисциплины является то, что она носит как теоретический, так и прикладной характер, состоит из 7 тем. В процессе изучения дисциплины студенты получают знания об основных рекламных продуктах и субъектах рекламного рынка, функциях, принципах и внешней среде рекламного маркетинга, методах маркетинговых исследований в рекламной деятельности, понимание сущности и специфики рекламного маркетинга, а также взаимосвязи целей и стратегии рекламы с целями и стратегией маркетинга, которые формируют у студентов управленческое мышление и умение планировать стратегию рекламной кампании.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ДВ.8.1 «Экономический анализ» для подготовки**  
**бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент", направленность (профиль)**  
**«Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью дисциплины «Экономический анализ» является формирование у слушателей аналитического творческого мышления, путем освоения методологических основ и приобретение практических навыков анализа финансово-хозяйственной деятельности, необходимых в практической работе, а также формирование у слушателей глубоких знаний по организации и методике проведения анализа показателей, содержащихся в формах бухгалтерской, управленческой, статистической и налоговой отчетности для объективного представления о достигнутых результатах финансовой деятельности организации; разработки и обоснования вариантов принимаемых решений для реализации финансовой политики и управления производством, обеспечивающих повышение эффективности использования финансовых ресурсов организации.

**Место дисциплины в учебном плане:** Б1.В.ДВ.8.1, дисциплины по выбору, изучается в 4 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-5, ПК-4.**

**Краткое содержание дисциплины:** Дисциплина «Экономический анализ» позволяет сформировать и развить профессиональные компетенции, обеспечивающие проведение экономического анализа хозяйственной деятельности предприятия. В результате изучения дисциплины студент способен анализировать экономически значимые проблемы и процессы, умеет использовать в практике методы экономических наук в различных видах организаций, компетентен в вопросах проектирования и анализа предпринимательской деятельности.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ДВ.8.2 «Экономика организаций АПК» для**  
**подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент", направленность**  
**(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью дисциплины «Экономика организаций АПК» является освоение студентами теоретических и практических знаний, приобретение умений и навыков в организации и развитии предприятия (организации) как целостной, самоорганизующейся системы, функционирующей в условиях рыночной экономики для достижения наивысшей экономической эффективности ее деятельности, то есть обеспечения постоянного и достаточного размера чистого дохода (прибыли) при рациональном использовании производственных ресурсов, минимизации текущих издержек, конкурентоспособном объеме и качестве производимой продукции.

**Место дисциплины в учебном плане:** Б1.В.ДВ.8.2, дисциплины по выбору, изучается в 4 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-5, ПК-4.ОПК-3, ПК-9.**

**Краткое содержание дисциплины:** Дисциплина «Экономика организаций АПК» основывается на экономических законах и предполагает знание теоретических и методических основ науки, а также приобретение практических навыков в решении: организационно-экономических проблем формирования и функционирования предприятий (организаций) в конкурентной рыночной среде; в выявлении их оптимальных производственно-отраслевых структур в сложившихся и альтернативных производственно-технических, экономических и правовых условиях; в выборе и использовании эффективных методов хозяйствования; в снижении издержек и повышении рентабельности производства; в определении стратегического развития предприятий (организаций) в долгосрочной перспективе. Данная дисциплина изучает комплекс взаимосвязей хозяйствующих субъектов и производств, формы проявления объективных экономических законов, систему и методы хозяйственного руководства с целью повышения эффективности и улучшения качественных показателей. Предметом изучения дисциплины являются основные свойства и структурные элементы предприятий (организаций), особенности их деятельности, ресурсы, экономические результаты и факторы их изменения в условиях рыночной экономики.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ДВ.9.1 «Коммерческая деятельность» для**  
**подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент" направленность**  
**(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью дисциплины «Коммерческая деятельность» является освоение знаний, приобретение умений и формирование компетенций в области организации и осуществления коммерческой деятельности.

**Место дисциплины в учебном плане:** блок Б1, вариативная часть, изучается в 8 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-3, ОПК-6, ПК-4.**

**Краткое содержание дисциплины:** Дисциплина охватывает изучение теоретических аспектов коммерческой деятельности и практических вопросов ее организации. Логика курса определяет структуру курса, который состоит из двух разделов. Первый раздел раскрывает сущность коммерческой деятельности, второй раздел включает вопросы организации оптовой и розничной продажи товаров, формирования оптимального ассортимента, управление товарными запасами и др.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой.



**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б1.В.ДВ.9.2 «Управление продажами» для**  
**подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент", направленность**  
**(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины «Управление продажами» является приобретение студентами знаний в области инноваций маркетинговой, торговой, рекламной, логистической и товароведной деятельности, подготовка выпускников к организационно-управленческой деятельности при реализации инновационных бизнес-проектов, разработки стратегий и тактик предприятий и принятии решений в области маркетинга или коммерции, научить студентов глубоким конкретным знаниям в области специфики организации хозяйственных связей субъектов коммерческой деятельности и юридически правильного оформления договорных отношений, экономического анализа и оценки эффективности коммерческой деятельности, для развития умений и навыков самостоятельной постановки и осмысленного решения задач в области управления продажами.

**Место дисциплины в учебном плане:** блок Б1, вариативная часть, изучается в 8 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОПК-3, ОПК-6.**

**Краткое содержание дисциплины:** Сущность управления продажами. Организация работы отдела продаж. Установление и поддержание контакта с покупателем. Основные психологические типы поведения клиентов. Эффективная презентация товара. Подготовка к переговорам. Управление оптовыми продажами. Организации коммерческой деятельности на оптовых ярмарках, выставках и продовольственных рынках и т.д.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой.

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.10.1 «Управление разработкой и реализацией нового продукта» для подготовки**  
**бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент», направленность (профиль)**  
**«Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** приобретение студентами знаний по широкому спектру практических вопросов на всех этапах разработки продуктовой инновации от формирования идей до коммерческой реализации нового товара.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, вариативная часть, дисциплина осваивается на 4 курсе в 8 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-6, ПК-9, ПК-15, ПК-18.**

**Краткое содержание дисциплины:** Сущность продуктовых инноваций. Методология маркетинговых исследований при создании продуктовых инноваций. Планирование и организация разработки продуктовых инноваций. Причины успехов и неудач продуктовых инноваций. Контроль разработки продуктовой инновации. Позиционирование и продажа продуктовой инновации. Маркетинговые коммуникации при продвижении продуктовой инновации. Особенности установления цен на новые товары. Особенности управления разработкой и реализацией новых продуктов растительного происхождения. Особенности управления разработкой и реализацией новых продуктов животного происхождения и продовольственных товаров. Развитие перспективных технологий в АПК как фактор ускорения создания новых продуктов.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен.

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.10.2 «Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование» для**  
**подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент», направленность**  
**(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины «Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование» является приобретение студентами знаний по разработке и реализации маркетинговой стратегии компании на основе оценки конкурентной ситуации на рынке, изучения конкурентов, анализа стратегических позиций и конкурентного позиционирования на рынке.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок Б1, вариативная часть, дисциплина осваивается на 4 курсе в 8 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-6, ПК-9, ПК-15, ПК-18.**

**Краткое содержание дисциплины:** Дисциплина включает рассмотрение концепций разработки и реализации маркетинговой стратегии компании на основе оценки конкурентной ситуации на рынке, изучения конкурентов, анализа стратегических позиций и конкурентного позиционирования на рынке.

Особенностью дисциплины является то, что она носит как теоретический, так и прикладной характер, охватывает ряд тем, которые раскрывают новые, сложившиеся в XXI веке, методы разработки и реализации маркетинговой стратегии и конкурентного позиционирования, а именно: конкуренция, основанная на стратегических союзах и сетевых организациях; превосходстве в обслуживании и в отношениях с клиентами; на основе инноваций; электронного маркетинга; внутреннего и холистического маркетинга.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** экзамен.

**Аннотация**  
**рабочей программы по дисциплине Б2.У.1**

**«Программа учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков ( по растениеводству, животноводству, информатике, введению в специальность)»  
для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент" направленность  
(профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения практики:** Целью прохождения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков является закрепление и углубление теоретических знаний, получение практических, профессиональных навыков, а так же:

- ознакомление с технологиями возделывания основных полевых культур;
- ознакомление с производственными процессами, освоение приемов исследовательской работы, приобретение умения и навыков в области организации и управления хозяйственной деятельностью в животноводстве;
- освоение и применение современных технологий переработки информации при решении задач по профилю будущей специальности;
- ознакомление с основными направлениями маркетинговой деятельности организаций АПК.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-3, ОК-5, ОПК-1, ОПК-6.**

**Краткое содержание практики:** Приобретение умений навыков по сбору и анализу информации. Приобрести навыки по расчету биологической урожайности сельскохозяйственных культур. Формирование навыков по оценке качества полевых работ. Приобретение умений и навыков по оценке качества выполняемых полевых работ по обработке почвы, внесения удобрений, посева и ухода за посевами полевых культур.

Ознакомительная лекция (вопросы охраны труда, производственная санитария, доврачебная помощь при несчастных случаях, требования по пожарной безопасности). Студенты знакомятся с организацией процессов содержания, кормления, поения животных и навозоудаления). Студенты знакомятся с направлением производственной деятельностью птичника, его структуре, цехами и подразделениями; изучают видовой и породный состав сельскохозяйственной птицы.

Закрепление теоретических основ информатики. Закрепление навыков использования возможностей офисоориентированных инструментальных средств. Закрепление и расширение навыков создания серийных документов. Закрепление и расширение навыков применения Интернет-технологий. Освоение техники работы с информационно-поисковыми системами. Освоение приемов и техники работы с программами архивирования и защиты информации.

Ознакомление с основными направлениями маркетинговой деятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей, предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности, предприятий – поставщиков средств производства для сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Ознакомление с должностными обязанностями, требованиями к знаниям, умениям и навыкам, предъявляемым работодателями к специалистам по маркетингу в аграрном секторе экономики.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 7 зачетных единиц (252 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой.

## **Аннотация**

### **рабочей программы по дисциплине Б2.У.2**

**«Программа учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков по маркетингу» для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 "Менеджмент" направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель освоения практики:** Целью учебной практики студентов бакалавриата является развитие и накопление навыков по проведению маркетингового анализа, стратегического планирования, коммуникационной работы, а также их использованию при принятии управленческих решений.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ОК-3, ОПК-2, ОПК-6.**

**Краткое содержание практики:** Учебная практика является обязательным видом учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Данный вид практики является необходимым этапом формирования у обучающихся требуемых компетенций.

В период прохождения учебной практики студенты бакалавриата должны закрепить теоретический материал, приобрести практические навыки, собрать и обработать необходимую информацию, чтобы на этой основе выполнять курсовые проекты, а впоследствии успешно защитить ВКР.

Для успешного прохождения учебной практики по маркетингу необходимы знания и умения по предшествующим дисциплинам: «Экономическая теория», «Теория менеджмента», «Статистика».

Учебная практика по маркетингу является основополагающей для изучения дисциплин профиля «Маркетинг».

Форма проведения практики - групповая. Практика студентов бакалавриата может проводиться на выпускающей кафедре и научных подразделениях университета, в маркетинговых и других подразделениях организаций, проводящих прикладные исследования по маркетинговым проблемам.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** составляет 2 зачетных единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет с оценкой.

## **Аннотация**

### **программы производственной практики Б2.П.1 для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель практики:** приобретение студентами бакалавриата, обучающимися по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (направленность (профиль) «Маркетинг»), умений и навыков практической и организационной работы в условиях реального производства, проведение научных исследований.

**Место практики в учебном плане:** блок Б2, производственная практика; проводится в 4-ом и 6-ом семестрах после сдачи экзаменационной сессии.

Производственная практика является обязательным видом учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

**Требования к результатам практики:** в результате проведения практики формируются следующие компетенции: ОК-4, ОПК-2, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-8, ПК-13, ПК-17, ОК-5.

#### **Краткое содержание практики.**

Производственная практика - необходимый этап формирования у обучающихся требуемых компетенций. Ее ценность заключается в приобретении новых и закреплении уже полученных знаний в условиях реального производства (бизнеса). Она является первой практикой, которую студенты проходят в индивидуальном порядке.

В период прохождения производственной практики обучающиеся должны закрепить теоретический материал, приобрести практические навыки и собрать необходимую информацию, чтобы на их основе выполнять курсовые работы и проекты, а впоследствии успешно защитить ВКР бакалавров.

Форма проведения практики с выездом в организацию.

Местами проведения практики могут быть организации АПК, крестьянские (фермерские) хозяйства, союзы и ассоциации сельхозтоваропроизводителей, консультационные службы АПК, научно-исследовательские организации, органы государственного и муниципального управления.

**Общая трудоемкость практики** составляет 12 зачетные единицы (432 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачёт с оценкой.

**Аннотация**  
**программы производственной преддипломной практики Б2.П.2 для подготовки**  
**бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент»,**  
**направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цели практики:** 1) приобретение студентами бакалавриата, обучающимися по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (направленность (профиль) «Маркетинг»), умений и навыков практической и организационной работы в условиях реального производства, проведение научных исследований.

2) обновление и систематизация информационного материала, необходимого для написания выпускной квалификационной работы (ВКР) бакалавров.

**Место практики в учебном плане:** блок Б2, производственная преддипломная практика; проводится в 8-ом семестре

**Требования к результатам практики:** в результате проведения практики формируются следующие компетенции: ОПК-2, ОПК-3, ОПК-6.

**Краткое содержание практики.**

Производственная преддипломная практика - необходимый этап формирования у обучающихся требуемых компетенций. Ее ценность заключается в приобретении новых и закреплении уже полученных знаний в условиях реального производства (бизнеса). Она является второй практикой, которую студенты проходят в индивидуальном порядке.

В период прохождения производственной преддипломной практики обучающиеся должны закрепить теоретический материал, приобрести практические навыки, собрать, дополнить и обновить необходимую информацию, чтобы на их основе выполнять курсовые работы и проекты, а впоследствии успешно защитить ВКР бакалавров.

Форма проведения практики с выездом в организацию.

Местами проведения практики могут быть организации АПК, крестьянские (фермерские) хозяйства, союзы и ассоциации сельхозтоваропроизводителей, консультационные службы АПК, научно-исследовательские организации, органы государственного и муниципального управления.

**Общая трудоемкость практики** составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачёт с оценкой.

## **Аннотация**

**программы Государственной итоговой аттестации выпускников по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (Б3.Г.1 Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена), направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель государственной итоговой аттестации (ГИА):** оценка качества освоения основной образовательной программы высшего профессионального образования (направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Маркетинг», квалификация (степень) «бакалавр».

**Место ИГА в учебном плане:** цикл Б3 «Государственная итоговая аттестация»; ГИА проводится во 8-ом семестре после сдачи экзаменационной сессии.

**Требования к результатам ГИА:** в результате подготовки и проведения ГИА формируются следующие компетенции: ОК-4, ОК-6, ОПК-4, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16, ПК-17, ПК-18, ПК-19, ПК-20.

**Краткое содержание ГИА.** К видам итоговых аттестационных испытаний ГИА выпускников бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (направленность (профиль) «Маркетинг») относятся:

- государственный междисциплинарный экзамен;
- защита выпускной квалификационной работы (ВКР).

Государственный экзамен принимается государственной экзаменационной комиссией (ГЭК), сдается в устной форме по билетам утвержденного образца. Каждый билет содержит по два теоретических вопроса и одну задачу.

**Общая трудоемкость подготовки к ГИА** составляет 3 зачетных единиц (108 часов).

**Итоговый контроль в рамках ГИА:** государственный экзамен.



### **Аннотация**

**программы Государственной итоговой аттестации выпускников по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (Б3.Г.2 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты), направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Цель государственной итоговой аттестации (ГИА):** оценка качества освоения основной образовательной программы высшего профессионального образования (направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Маркетинг», квалификация (степень) «бакалавр».

**Место ИГА в учебном плане:** цикл БЗ «Государственная итоговая аттестация»; ГИА проводится во 8-ом семестре после сдачи экзаменационной сессии.

**Требования к результатам ГИА:** в результате подготовки и проведения ГИА формируются следующие компетенции: ОК-1, ОК-3, ОК-4, ОПК-1, ОПК-3, ОПК-6, ОПК-7, ПК-3, ПК-5, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-13, ПК-15, ПК-16, ПК-17, ПК-18.

**Краткое содержание ГИА.** К видам итоговых аттестационных испытаний ГИА

- государственный междисциплинарный экзамен;
- защита выпускной квалификационной работы (ВКР).

ВКР бакалавров представляет собой законченную разработку, в которой анализируется одна из теоретических либо практических проблем менеджмента. Квалификационная работа должна отразить умения студента самостоятельно решать поставленные задачи и формулировать соответствующие рекомендации.

ВКР, исходя из предъявляемых требований, оформляется письменно и представляется в ГАК для публичной защиты.

**Общая трудоемкость подготовки к ГИА** составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

**Итоговый контроль в рамках ГИА:** защита ВКР.

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины ФТД.2 «Маркетинг территорий»**  
**для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент,**  
**направленность (профиль) «Маркетинг»**

**Целью освоения дисциплины «Маркетинг территорий»** является приобретение студентами знаний в области теории, заключается в характеристике современных подходов к организации управления территориями и формирование у бакалавров системы знаний в области управленческих концепций необходимых для решения теоретических и практических задач развития территориальных образований различных типов.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Блок **ФТД.2** , факультативы, дисциплина осваивается в 8 семестре.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: **ПК-4, ПК-6.**

**Краткое содержание дисциплины:** Дисциплина «Маркетинг территорий» является инструментом для решения таких разно порядковых и функционально далеко не родственных, но весьма значимых для территорий проблем, как привлечение инвестиций, успешное проведение политических компаний, управление развитием региона, повышение эффективности туризма, торговли, недвижимости и др.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетных единицы (72 часа).

**Итоговый контроль по дисциплине:** зачет.