

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ИНСТИТУТ АГРОИНЖЕНЕРИИ ФГБОУ ВО ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГАУ**

Кафедра «Социально-гуманитарные дисциплины и русский язык как иностранный»

Аннотация рабочей программы дисциплины

**Б1.Б.14 МАРКЕТИНГ**

Направление подготовки **38.03.02 Менеджмент**

Профиль **Производственный менеджмент**

Уровень высшего образования – **бакалавриат (прикладной)**

Квалификация - **бакалавр**

Форма обучения – **очно-заочная**

Челябинск

2020

# 1 Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

## 1.1 Цель и задачи дисциплины

Бакалавр по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент должен быть подготовлен к следующим видам профессиональной деятельности: организационно-управленческой.

**Цель дисциплины** – формирование у обучающихся теоретических знаний в области маркетинга, умения применять полученные знания на практике в решении практических задач маркетинга на предприятиях АПК.

### **Задачи дисциплины:**

- усвоение обучающимися основных понятий в области маркетинга;
- сформирование умения пользоваться информацией для подготовки предложений по повышению эффективности маркетинговых решений;
- уяснение обучающимися роли маркетинга в экономическом развитии предприятий АПК;
- усвоение обучающимися сущности маркетинга в АПК, его целей, принципов и функций;
- формирование комплекса знаний в области управления конкурентоспособностью нового продукта предприятия в целом;
- приобретение умений и формирование навыков применения методик маркетингового управления.

## 1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (показатели сформированности компетенций)

| Планируемые результаты освоения ОПОП (компетенции)   | Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУН)  |   |  |
|--|--|---|--|
|  | знания   | умения  | навыки   |
| - способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4) | Обучающийся должен знать основные правила, сложившиеся в теории и практике современного менеджмента, в области осуществления электронных связей (Б.1.Б.14-3.1) | Обучающийся должен уметь: организовать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации (Б.1.Б.14-У.1) | Обучающийся должен владеть: навыками деловых электронных коммуникаций – (Б.1.Б.14-Н.1)                             |
| - владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности                                | Обучающийся должен знать: теоретические основы конкурентоспособности организаций (Б1.Б.14-3.2).  | Обучающийся должен уметь: использовать знания для стратегического анализа деятельности организации (Б1.Б.14-У.2).                         | Обучающийся должен владеть: навыками разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение |

|   |   |  |  |
|---|---|--|--|
| (ПК-3)  |   |  | конкурентоспособности (Б1.Б.14-Н.2).   |
| -способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6)   | Обучающийся должен знать: понятийно-категориальный аппарат проектного менеджмента, его отличительные признаки, сущность и классификацию. (Б1.Б.14-3.3)  | Обучающийся должен уметь:<br>– определять цикл проекта, использовать программное обеспечение управления проектами;<br>– ставить цели и формировать задачи, связанные с созданием и коммерциализацией технологических и продуктовых инноваций, разрабатывать программы осуществления инновационной деятельности в организации и оценивать её эффективность. (Б1.Б.14-У.3) | Обучающийся должен владеть: навыками и инструментами разработки проекта, управления его стоимостью, рисками качеством, реализацией проекта. (Б1.Б.14-Н.3)  |
| - владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8) | Обучающийся должен знать: порядок документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (Б1.Б.14-3.4) | Обучающийся должен уметь: документально оформлять решения в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (Б1.Б.14-У.4)   | Обучающийся должен владеть: навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (Б1.Б.14-Н.4) |

## 2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Маркетинг» относится к базовой части Блока 1 (Б1.Б.14) основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль - Производственный менеджмент.

### Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предшествующими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

| Наименование обеспечивающих (предшествующих) и обеспечиваемых (последующих) дисциплин, практик  | Формируемые компетенции |
|---|-------------------------|
| Предшествующие дисциплины, практики   |                         |
| Корпоративная социальная ответственность  | ОПК-4                   |
| Корпоративные информационные системы  | ОПК-4, ПК-8             |
| Отраслевые рынки: анализ и регулирование  | ПК-3                    |
| Управление конкурентоспособностью   | ПК-3                    |
| Экологический менеджмент  | ПК-3, ПК-6, ПК-8        |
| Инновационный менеджмент  | ПК-6, ПК-8              |
| Производственный менеджмент   | ПК-6, ПК-8              |
| Информационные технологии в менеджменте   | ПК-8                    |
| Управление малым и средним бизнесом   | ПК-8                    |
| Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (по делопроизводству)   | ОПК-4, ПК-6             |
| Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (учетно-аналитическая)  | ПК-3                    |
| Последующие дисциплины, практики  |                         |
| Предпринимательская деятельность в агропромышленном комплексе   | ОПК-4                   |
| Инвестиционный менеджмент   | ПК-3, ПК-8              |
| Риск-менеджмент   | ПК-3                    |
| Бизнес-планирование   | ПК-3                    |
| Стратегический менеджмент   | ПК-3                    |
| Управление проектами  | ПК-6                    |
| Управление логистическими системами   | ПК-8                    |
| Управление ценообразованием   | ПК-8                    |
| Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (по управлению сельскохозяйственным производством) | ПК-8                    |
| Преддипломная практика  | ПК-6, ПК-8              |

### 3. Объём дисциплины и виды учебной работы

Объём дисциплины составляет 4 зачетные единицы (ЗЕТ), 144 академических часа (далее часов). Дисциплина изучается в 7 семестре.

#### 3.1 Распределение объема дисциплины по видам учебной работы

| Вид учебной работы                                | Количество часов |
|---|------------------|
| <b>Контактная работа (всего)</b>                  | <b>40</b>        |
| <i>В том числе:</i>                               |                  |
| <i>Лекции (Л)</i>                                 | 16               |
| <i>Практические /семинарские занятия (ПЗ)</i>     | 24               |
| <i>Лабораторные занятия (ЛЗ)</i>                  | -                |
| <b>Самостоятельная работа обучающихся (всего)</b> | 77               |
| <b>Контроль</b>                                   | 27               |
| <b>Итого</b>                                      | <b>144</b>       |

#### 3.2. Распределение учебного времени по разделам и темам

| № тем<br>ы | Наименование раздела и<br>темы                          | Всего<br>часов | в том числе       |    |    |    |          |
|------------|---|----------------|-------------------|----|----|----|----------|
|            |   |                | контактная работа |    |    | СР | контроль |
|            |   |                | Л                 | ЛЗ | ПЗ |    |          |
| 1          | 2   | 3              | 4                 | 5  | 6  | 7  | 8        |
| 1.         | Понимание маркетинга как философии и функции управления | 12             | 2                 | -  | 2  | 8  | х        |
| 2.         | Система маркетинга в АПК                                | 12             | 2                 | -  | 2  | 8  | х        |
| 3.         | Маркетинговая среда предприятия АПК                     | 12             | 2                 | -  | 2  | 8  | х        |
| 4.         | Маркетинговые исследования                              | 12             | 2                 | -  | 2  | 8  | х        |
| 5.         | Товар и товарная политика                               | 12             | 2                 | -  | 2  | 8  | х        |
| 6.         | Управление ценообразованием.<br>Алгоритм расчета цены   | 12             | 2                 | -  | 2  | 8  | х        |
| 7.         | Управление распределением                               | 14             | 2                 | -  | 4  | 8  | х        |
| 8.         | Управление продвижением товара                          | 14             | 2                 | -  | 4  | 8  | х        |
| 9          | Комплексное управление маркетингом                      | 17             | -                 | -  | 4  | 13 | х        |
|            | Контроль  | 27             | х                 | х  | х  | х  | 27       |

|  |              |            |           |          |           |           |           |
|--|--------------|------------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|
|  | <b>Итого</b> | <b>144</b> | <b>16</b> | <b>-</b> | <b>24</b> | <b>77</b> | <b>27</b> |
|--|--------------|------------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|

#### **4. Краткое содержание дисциплины**

Понимание маркетинга как философии и концепции управления.

Система маркетинга в АПК.

Маркетинговая среда предприятия АПК.

Маркетинговые исследования.

Товар и товарная политика.

Управление ценообразованием. Алгоритм расчета цены.

Управление распределением.

Управление продвижением.

Комплексное управление маркетингом.