

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Алейник Станислав Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 29.01.2019 22:19:20

Уникальный программный ключ:

5258223550ea7be23726a18090644b5506986abb235891f2881913a1351fae

Направление 38.04.02 – Менеджмент

Профиль – Аграрный менеджмент

Квалификация выпускника – магистр

Аннотация рабочей программы дисциплины

Практический маркетинг в агропромышленном комплексе

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

Задачи дисциплины:

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам вариативной части ОПОП по направлению 38.04.02 – Менеджмент, профиль – Аграрный менеджмент (Б1. В.03)

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения дисциплины студент должен обладать следующими общекультурными и профессиональными компетенциями:

ОК-1 – способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

ПК-5 – владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;

В результате изучения курса студент должен овладеть следующими знаниями, умениями и навыками.

Знать:

- основные концепции маркетинга и современные тенденции в области маркетинга;
- существующие и применяемые подходы, идеи, решения в практическом маркетинге на перспективу;

Уметь:

- осуществлять маркетинговую деятельность, имеющую практическую направленность (с учетом специфики складывающегося российского рынка);
- разрабатывать мероприятия в области маркетинга применительно к АПК с учетом поведения конкурентной среды;

Владеть:

- навыками маркетинговой деятельности на всех её этапах, начиная от планирования маркетинга, заканчивая оценкой его результативности навыками самостоятельного анализа и работы в области практического маркетинга и разработки комплекса мероприятий

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы – 144 часа.

4. Составитель: доцент кафедры экономической теории и экономики АПК, к.э.н. Капинос Р.В.