

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Иностранный язык»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.01).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

***Цель дисциплины:*** получение знаний и умений, овладение навыками по иностранному языку в областях повседневного и профессионального общения.

***Задачи дисциплины:*** развивать навыки говорения на иностранном языке; развивать навыки понимания устной речи (аудирования) на иностранном языке; развивать культуру письменного общения на иностранном языке; сформировать понятие и навыки межкультурной коммуникации.

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

В процессе освоения курса «Иностранный язык» студенты должны обладать способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 288 часов / 8 зачетных ед.

зачет, экзамен

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Культурология»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.02).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** является освоение студентами теоретических, практических знаний, приобретение умений и навыков в области культурологии для формирования общекультурных компетенций.

**Задачи дисциплины:** изучение культурологии как науки в системе гуманитарного знания; изучение культуры в социальном пространстве.

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

В процессе освоения курса «Культурология» студенты должны обладать способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 72 часа / 2 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Русский язык и культура речи»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.03).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

***Цель дисциплины:*** повышение уровня культуры устной и письменной, монологической и диалогической речи обучающихся, обучение их основам делового общения.

***Задачи дисциплины:*** знакомство с теоретическими основами культуры речи и делового общения; обучение умению различать стили, подстили и жанры современного русского литературного языка, определять характерные черты стилей; овладение нормами современного русского литературного языка; приобретение обучающимися навыков делового письма и делового общения; знакомство с основами ораторского искусства.

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

В процессе освоения курса «Русский язык и культура речи» студенты должны способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4), способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Культура речи и ее составляющие. Стили современного русского литературного языка.

2. Деловая устная и письменная речь. Ораторское искусство.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 72 часа / 2 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Концепция современного естествознания»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплина по выбору (Б1.Б.04).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** формирование у студентов знаний и понимания законов развития природы, общества и мышления и умения оперировать этими знаниями в профессиональной, освоение основных приемов и методов познавательной деятельности, необходимых современному квалифицированному специалисту.

**Задачи дисциплины:** формирование у студентов осознанного понимания основных тенденций развития естествознания, а также представления о едином механизме развития, охватывающем живую и неживую природу, уровнях организации материального мира и процессов, протекающих в них для осмысления экологических аспектов научно-технических разработок и внедрений.

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

В процессе освоения курса «Концепция современного естествознания» студенты должны обладать способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«История»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.05).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – изучение целостного курса истории совместно с другими дисциплинами курса.

Задачи дисциплины: формирование у студентов фундаментальных теоретических знаний об основных закономерностях и особенностях всемирно-исторического процесса, основных этапов и содержания истории России с древнейших времен до наших дней; усвоение студентами уроков отечественного опыта исторического развития в контакте мирового опыта и общецивилизационной перспективы; формирование у студентов современного мировоззрения; освоение ими современного стиля мышления.

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

В процессе освоения курса «История» студенты должны обладать способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Социология»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.06).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – освоение студентами теоретических и практических знаний, приобретение умений и навыков в области базовых ценностей мировой социологической культуры и готовностью опираться на них в своем личном общекультурном и профессиональном развитии.

Задачи дисциплины: овладение знанием основных социологических понятий и категорий, знание закономерностей развития природа-общество-человек и умением оперировать этими знаниями в своей профессиональной деятельности; умениями ориентироваться в мировом историческом процессе, анализировать процессы и явления, происходящие в современной России и мире в целом; научиться использовать полученные теоретические знания для конкретных ситуаций, возникающих в повседневной жизни; уметь предвидеть и анализировать возможные последствия таких ситуаций; совершенствовать способность целостного подхода к анализу проблем общества и овладение методами количественного и качественного анализа моделирования, теоретического и эмпирического социологических исследований, в том числе применительно к сфере профессиональной деятельности; научить стремлению к постоянному углублению своих знаний в отдельных (отраслевых) областях использования социологического анализа, прежде всего, в отраслях социологии управления и социологии менеджмента с целью личностного профессионального саморазвития; научиться активно, использовать полученные результаты и теоретические знания для активного воздействия на поведение людей в различных сложных ситуациях пониманию роли и значения социологической информации в развитии бизнеса управления; сформировать осознание социальной роли и значимости своей будущей профессии в общем контексте современной российской ситуации, также высокую мотивацию к выполнению профессиональной деятельности, способность придерживаться гуманитарных, этических и правовых ценностей в своей личной и профессиональной жизни.

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

В процессе освоения курса «Социология» студенты должны обладать способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 72 часа / 2 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Математика»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.07).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

***Цель дисциплины:*** изучение вопросов, связанных с использованием математических методов и основ математического анализа в практической деятельности.

***Задачи дисциплины:*** изучить основные термины, понятия и методы математического анализа, линейной алгебры и математической статистики; изучить типовые постановки задач математического анализа и математической статистики при решении прикладных задач; научиться логически мыслить и оперировать с абстрактными понятиями.

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

В процессе освоения курса «Математика» студенты должны обладать способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**экзамен**



**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Правоведение»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.08).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – освоение студентами теоретических и практических знаний, приобретение умений и навыков в области правоведения.

Задачи дисциплины: изучить понятие и признаки мирового государства; теории происхождения государства и права; определить источники права; сущность права; основные отрасли права Российской Федерации; статус гражданина РФ (права, гарантии, ответственность, обязанности); федеративное устройство государства; основы трудового права; роль современного права в обеспечении прав и свобод человека.

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

В процессе освоения курса «Правоведение» студенты должны обладать способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 72 часа / 2 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Философия»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.09).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** формирование представления о специфике философии как способе познания и духовного освоения мира, основных разделах современного философского знания, философских проблемах и методах их исследования.

**Задачи дисциплины:** овладение базовыми принципами и приемами философского познания; введение в круг философских проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности; выработка навыков работы с оригинальными и адаптированными философскими текстами; развитие навыков критического восприятия и оценки источников информации, умение логично формулировать, излагать и аргументировано осваивать собственное видение проблем и способов их разрешения; овладение приемами ведения дискуссии, полемики, диалога.

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

В процессе освоения курса «Философия» студенты должны обладать способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Безопасность жизнедеятельности»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.10).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** теоретическая и практическая подготовка студентов к созданию здоровых и безопасных условий на производстве, а также действиям и способам защиты рабочих и служащих сельскохозяйственных объектов в условиях чрезвычайных ситуаций мирного и военного времени, путям и способам повышения устойчивости их работы в этих условиях, проблемам, связанным с организацией и проведением аварийно-спасательных и других неотложных работ при ликвидации последствий аварий и катастроф, стихийных бедствий и в очагах поражения, возникающих при воздействии оружия массового поражения.

**Задачи дисциплины:** вооружить обучаемых теоретическими знаниями и практическими навыками, необходимыми для: создания комфортного (нормативного) состояния среды обитания в зонах трудовой деятельности и отдыха человека; идентификации негативных воздействий среды обитания естественного, техногенного и антропогенного происхождения; разработки и реализации мер защиты человека и среды обитания от негативных воздействий; проектирования и эксплуатации техники, технологических процессов и объектов экономики в соответствии с требованиями по безопасности и экологичности; обеспечения устойчивости функционирования объектов и технических систем в штатных и чрезвычайных ситуациях; принятия решений по защите производственного персонала и населения от возможных последствий аварии, катастроф, стихийных бедствий и применения современных средств поражения, а также принятия мер по ликвидации их последствий; прогнозирования развития негативных воздействий и оценки последствий их действия.

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

В процессе освоения курса «Безопасность жизнедеятельности» студенты должны обладать готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Экономическая теория»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.11).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:*

*Задачи дисциплины:*

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

В процессе освоения курса «Экономическая теория» студенты должны обладать способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3), способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 144 часов / 4 зачетных ед.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Основы менеджмента»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.12).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины** – формирование научного представления об управлении как виде профессиональной деятельности, освоение студентами общетеоретических положений управления, социально-экономическими системами, умениями и навыками практического решения управленческих проблем, изучение мирового опыта менеджмента, а также особенностей российского менеджмента.

**Задачи дисциплины:** рассмотреть вопросы о значимости управления в деятельности человека (методологию и организацию); изучить: системы, процессы и механизмы менеджмента, основные характеристики менеджмента, диверсификацию менеджмента ресурсы менеджмента, роль менеджера в управлении организацией, современные тенденции развития менеджмента.

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

В процессе освоения курса «Основы менеджмента» студенты должны обладать способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления (ОПК-3), владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 144 часов / 4 зачетных ед.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Управление человеческими ресурсами»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.13).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины** – формирование теоретических знаний и практических навыков в области управления персоналом с учетом современных концепций, теорий, методов и моделей, позволяющих расширить представления и понимание ключевых аспектов управления людьми.

**Задачи дисциплины:** сформировать у студентов целостное представление об управлении человеческими ресурсами, как системе научных знаний и области практической деятельности, раскрыть роль и место системы управления человеческими ресурсами на предприятии в современных экономических условиях функционирования.

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

В процессе освоения курса «Управление человеческими ресурсами» студенты должны обладать способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления (ОПК-3), владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 144 часов / 4 зачетных ед.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Корпоративная социальная ответственность»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.14).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины** – освоение студентами концептуальных и практических основ формирования корпоративной социальной ответственности как необходимого элемента устойчивого развития организации.

**Задачи дисциплины:** усвоение теоретико-методологических подходов к определению сущности корпоративной социальной ответственности; овладение навыками анализа нефинансовой социальной отчетности компании; формирование навыков разработки социальных программ и социальных отчетов организации.

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

В процессе освоения курса «Корпоративная социальная ответственность» студенты должны обладать способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2), умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

зачет

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Информатика»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.15).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** формирование у студентов теоретических и практических навыков использования вычислительной техники (ВТ) и программных средств для решения широкого круга задач в профессиональной деятельности.

**Задачи дисциплины:** ознакомление с методами и средствами получения и использования информации на базе вычислительной и коммуникационной техники; применение методов обработки информации; приобретение навыков работы в прикладных программах.

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

В процессе освоения курса «Информатика» студенты должны владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-9), способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 144 часов / 4 зачетных ед.

**контрольная, экзамен**



**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Статистика»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.16).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

***Цель дисциплины*** – владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений.

***Задачи дисциплины:*** обучение построению экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления.

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

В процессе освоения курса «Статистика» студенты должны обладать способностью владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Теория организации»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.17).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

***Цель дисциплины*** – обучить проектированию организационных структур.

***Задачи дисциплины:*** обучение разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планированию и осуществлению мероприятий, распределению и делегированию полномочий.

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

В процессе освоения курса «Теория организации» студенты должны обладать способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3), владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур (ПК-20).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 144 часов / 4 зачетных ед.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Учет и анализ»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.18).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины** – овладение методикой и навыками ведения бухгалтерского учета, получение представления об основных методах и приемах экономического анализа, возможностях их практического применения для самостоятельного анализа финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующих субъектов, разработки и принятия управленческих решений.

**Задачи дисциплины:** - изучение теоретических положений бухгалтерского учета, основанных на исторических традициях и современных тенденциях развития учетной науки; ознакомление с организационно-методологическими основами бухгалтерского учета в хозяйствующих субъектах; получение знаний об основных методах и способах получения необходимой для составления бухгалтерской отчетности информации; приобретение практических навыков ведения бухгалтерского учета; приобретение практических навыков по проведению анализа финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующих субъектов.

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

В процессе освоения курса «Учет и анализ» студенты должны владеть навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5), умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-14).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 5 зачетных ед.

**зачет, экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Организационное поведение»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.19).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

***Цель дисциплины*** – обучить навыкам использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач.

***Задачи дисциплины:*** обучить владению различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде

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

В процессе освоения курса «Организационное поведение» студенты должны владеть навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1), владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде (ПК-2).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 144 часов / 4 зачетных ед.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Информационные технологии в менеджменте»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть обязательная дисциплина (Б1.Б.20).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

***Цель дисциплины:*** изучение основ современных информационных технологий обработки информации; формирование у студентов знаний и умений использования офисных приложений при решении задач, связанных с профессиональной деятельностью.

***Задачи дисциплины:*** изучение вопросов связанных с организацией и применением современных информационных технологий при решении практических задач в менеджменте; получение навыков работы с вычислительной техникой и прикладными программными средствами для работы с деловой информацией; получение навыков разработки мультимедиа презентаций, навыков работы с базами данных; использование в профессиональной деятельности сетевых средств поиска и обмена информацией.

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

В процессе освоения курса «Информационные технологии в менеджменте» студенты должны обладать способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7), владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 144 часов / 4 зачетных ед.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Маркетинг»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.21).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** освоение системы маркетинговых знаний, отвечающих современным экономическим реалиям; формирование умений анализировать рыночную среду, творчески и осмысленно принимать управленческие решения по планированию маркетинга, разработке и осуществлению комплекса маркетинга, оценивать результаты маркетинговой деятельности.

**Задачи дисциплины:** изучение методологических и теоретических основ маркетинга, современных концепций управления маркетингом на предприятии, формирование умений использовать их в практической деятельности; изучение методов контроля в маркетинге, стратегий товарной, сбытовой, ценовой, ассортиментной, инновационной политики, навыков проведения маркетинговых исследований и воздействия на рынок с помощью инструментов комплекса маркетинга.

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

В процессе освоения курса «Маркетинг» студенты должны обладать способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 5 зачетных ед.

**экзамен**

**Аннотация**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Финансовый менеджмент»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.22).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – обучить способности владения навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем

Задачи дисциплины: обучить умению применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации

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

В процессе освоения курса «Финансовый менеджмент» студенты должны обладать способностью владеть навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5), умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-4).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 5 зачетных ед.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Стратегический менеджмент»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.23).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – обучить навыкам стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.

Задачи дисциплины: обучить способности анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.

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

В процессе освоения курса «Стратегический менеджмент» студенты должны обладать навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3), способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 5 зачетных ед.

**экзамен**



**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Операционный менеджмент»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.24).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – обучить способности владения методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций

Задачи дисциплины: изучить процессы документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений; моделирование бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций

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

В процессе освоения курса «Операционный менеджмент» студенты должны обладать способностью владения методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6), владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8), умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 5 зачетных ед.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Финансовый анализ»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.25).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – обучить способности владения навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем

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

В процессе освоения курса «Финансовый анализ» студенты должны обладать способностью владения навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 5 зачетных ед.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Управление развитием сельских территорий»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.26).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – обучить способности находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений

Задачи дисциплины: изучить возможности оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

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

В процессе освоения курса «Управление развитием сельских территорий» студенты должны обладать способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2), способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 5 зачетных ед.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Антикризисное управление»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.27).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – обучить навыкам оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов

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

В процессе освоения курса «Антикризисное управление» студенты должны владеть навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК-16).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 5 зачетных ед.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Инновационный менеджмент»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.28).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Обучить умению управления проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений, умению проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.

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

В процессе освоения курса «Инновационный менеджмент» студенты должны обладать способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6), умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 5 зачетных ед.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Институциональная экономика»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.29).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Обучить способности использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.

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

В процессе освоения курса «Институциональная экономика» студенты должны обладать способностью использования основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Физическая культура и спорт»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.30).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** освоение студентами теоретических и практических знаний, приобретение умений, навыков в области физической культуры для формирования физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

**Задачи дисциплины:** изучить научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни, влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек, способы контроля и оценки физического развития, физической подготовленности; правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности.

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

В процессе освоения курса «Физическая культура и спорт» студенты должны обладать способностью использовать способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-7).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 72 часа / 2 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Разработка управленческих решений»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть (Б1.В.01).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

***Цель дисциплины*** – освоение студентами методов принятия решений в управлении производственной деятельностью организаций.

***Задачи дисциплины:*** усвоение навыков количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений.

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

В процессе освоения курса «Разработка управленческих решений» студенты должны обладать владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6), владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**



**Аннотация**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Мерчендайзинг»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть (Б1.В.02).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** формирование у студентов знаний в области разработки и реализации методов и технических решений, направленных на совершенствование предложения товаров в месте продажи, а также навыков использования маркетинговых методов и инструментов деятельности.

**Задачи дисциплины:** сформировать понимание сущности, принципов, функций и задач мерчендайзинга; сформировать знания в области поведения покупателей в торговом помещении; освоить знания и умения в области выкладки и размещения товаров; сформировать знания и практические навыки управления маркетинговыми коммуникациями в местах продаж.

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

В процессе освоения курса «Мерчендайзинг» студенты должны обладать способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Маркетинговые исследования и бенчмаркинг»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть (Б1.В.03).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Являясь составным элементом базового блока, дисциплина обеспечивает выполнение требований ФГОС ВО, предъявляемых к подготовке бакалавров менеджмента, адаптированных к условиям работы в динамичной среде. Вопросы особенностей и различных направлений исследований рынка являются актуальной задачей современного специалиста в области менеджмента.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: (лекции, практические занятия, самостоятельная работа).

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и промежуточный контроль в форме экзамена, курсового проектирования.

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

В процессе освоения курса «Маркетинговые исследования и бенчмаркинг» студенты должны обладать способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 144 часов / 4 зачетных ед.

**КР, экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Разработка нового продукта»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть (Б1.В.04).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, в области разработки нового продукта как современной концепции и системы управления организацией в рыночной среде, а также умений использования маркетинговых подходов, методов и инструментов в деятельности организации.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: (лекции, практические занятия, самостоятельная работа).

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

В процессе освоения курса «Разработка нового продукта» студенты должны владеть навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых (ПК-16), владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 144 часов / 4 зачетных ед.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Ценообразование в маркетинге»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть (Б1.В.05).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** изучение экономически обоснованной методики установления цен, ценовой политики, последовательной их реализации для эффективного функционирования предприятий в условиях рыночных отношений.

**Задачи дисциплины:** обосновать роль цены в современном хозяйственном механизме; раскрыть основы и методологии рыночного ценообразования; изучить методологические особенности ценообразования в России; рассмотреть порядок формирования свободных цен; раскрыть особенности формирования цен в отдельных отраслях народного хозяйства.

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

В процессе освоения курса «Ценообразование в маркетинге» студенты должны владеть навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10), умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-14).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Управление маркетингом»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть (Б1.В.06).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** формирование у студентов представления о маркетинге как управленческой концепции, ориентирующей на эффективное использование потенциальных возможностей и ресурсов предприятия для удовлетворения требований рынка и получения прибыли.

**Задачи дисциплины:** дать представление о стратегии и тактике маркетингового управления предприятием; обучить навыкам организационной, информационно-исследовательской, планово-прогностической и контрольно-ревизионной маркетинговой деятельности; обучить умению организовать и использовать службу маркетинга для решения оперативных и стратегических задач предприятия во взаимодействии со всеми другими функциональными службами предприятия; обучить умению оценивать результативность маркетинговых усилий предприятия.

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

В процессе освоения курса «Управление маркетингом» студенты должны владеть методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6), владеть навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Оценка результативности маркетинга»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть (Б1.В.07).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** способствовать формированию современного маркетингового мышления, накоплению и систематизации знаний, приобретению компетенций, позволяющих активно и творчески участвовать в разработке и практическом применении современных концепций, методов и моделей оценки результативности бизнеса и вклада маркетинга в конечные результаты деятельности компании.

**Задачи дисциплины:** изучение современных методов анализа эффективности маркетинговой деятельности; - умение разрабатывать систему стратегического контроля и ревизии маркетинга; - получение навыков оценки эффективности маркетинговой деятельности; обучение студентов применению методов маркетингового контроля; получение навыков анализа информации, полученной в процессе проведения оценки эффективности маркетинговой деятельности.

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

В процессе освоения курса «Оценка результативности маркетинга» студенты должны обладать способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Маркетинговые коммуникации»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть (Б1.В.08).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

***Целью дисциплины:*** 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.

***Задачи дисциплины:*** дать представление о процессе коммуникаций, об участниках процесса и их взаимосвязи; обучить навыкам медиапланирования; планирования рекламной кампании; организации специального мероприятия и промоакций; умению организовать процесс разработки проведения рекламной кампании; умению оценивать эффективность маркетинговых и рекламных коммуникаций.

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

В процессе освоения курса «Маркетинговые коммуникации» студенты должны обладать способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 144 часов / 4 зачетных ед.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Управление брендами»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть (Б1.В.09).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** изучение теоретических основ брендинга и формирование необходимых профессиональных знаний и расчётно-аналитических умений, инструментальных, профессиональных, социально-личностных и общекультурных компетенций – определенных личностных и профессиональных ценностей (знаний, умений и навыков) для успешной деятельности в профессиональной сфере, способности и готовности применять знания, опыт, умения в конкретной ситуации, при выборе оптимальных вариантов стратегии брендинга предприятия.

**Задачи дисциплины:** раскрытие сущности и актуальности брендинга, их принципов, функций, инструментария, которые помогают обеспечить конкурентные преимущества функционирующих бизнес-субъектов; изучение теоретических основ брендинга в деятельности хозяйствующих субъектов; раскрытие методов сбора маркетинговой информации и формирования банка маркетинговых исследований для целей планирования брендинга; представление студентам эволюции и современной теории брендинга, формирование умений и практического использования их положений; развитие способностей идентификации проблем брендинга и их решения; формирование навыков аналитического обеспечения управленческих решений, в том числе и по проблемам формирования политики бренда.

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

В процессе освоения курса «Управление брендами» студенты должны владеть навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**



**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Международный маркетинг»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть (Б1.В.10).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

***Цель дисциплины:*** углубление теоретических знаний студентов в области маркетинга изучение особенностей практического их использования в международной сфере и подготовке специалистов, компетентных в различных областях международного предпринимательства.

***Задачи дисциплины:*** изучение основных положений концепции международного маркетинга; приобретение теоретических знаний в области разработки и реализации международной маркетинговой стратегии; понимание особенностей и механизмов управления маркетинговыми инструментами на внешних рынках; приобретение практических умений в области организации и ведения маркетинговой деятельности на зарубежном рынке; обеспечение сформированности компетенций в системе знаний международного маркетинга.

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

В процессе освоения курса «Международный маркетинг» студенты должны обладать способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Поведение потребителей»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть (Б1.В.11).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** дать студентам глубокие фундаментальные теоретические и практические знания, умения и навыки работы по анализу и прогнозированию поведения потребителей, обоснованию причинно – следственных связей, возникающих в процессе покупки и потребления товаров и услуг в рыночных условиях.

**Задачи дисциплины:** изучение концепции потребительского поведения; изучение факторов внешнего влияния на поведение потребителей, включая культурные вариации, социальную стратификацию, групповое влияние; изучение факторов внутреннего влияния на поведение потребителей, включая восприятие, обучение, память, мотивацию, персональные ценности, знание и отношение потребителей; изучение процессов потребительских решений; рассмотрение аспектов организационного покупательского поведения; рассмотрение политики и практики консьюмеризма.

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

В процессе освоения курса «Поведение потребителя» студенты должны обладать способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Современные проблемы маркетинга»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть (Б1.В.12).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** формирование целостного представления об основах организации и управления маркетинговой деятельностью в современных условиях для различных хозяйствующих субъектов в различных областях экономической и социальной жизни общества.

**Задачи дисциплины:** обеспечить студентов необходимыми знаниями о современных проблемах маркетинга, тенденциях и перспективах его развития; обучить конкретному инструментарию по организации и управлению спросом в новых условиях; сформировать навыки использования полученных знаний для выполнения профессиональных функций в сфере предпринимательской деятельности для различных отраслей народного хозяйства.

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

В процессе освоения курса «Современные проблемы маркетинга» студенты должны обладать способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Интернет маркетинг»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть (Б1.В.13).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** формирование у студентов знаний, умений и навыков применения технологий реализации интернет-маркетинга, использования методов интернет-рекламы, ее инструментария при работе на различных сегментах рынка; базовая подготовка по технологиям маркетинговых исследований в Интернете и навыки по применению данных технологий, достаточные для последующей самостоятельной работы со специальной литературой и изучения специальных дисциплин.

**Задачи дисциплины:** формирование у студентов необходимых знаний по дисциплине; ознакомление с техническими, алгоритмическими, программными и технологическими решениями, используемыми в данной области; создание и развитие у студентов умений методического и прикладного характера, необходимых в интернет-маркетинге; выработка практических навыков аналитического и экспериментального исследования основных методов и средств, используемых в области, изучаемой в рамках данной дисциплины.

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

В процессе освоения курса «Интернет маркетинг» студенты должны обладать способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ЛПК-7).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Организация производственной и маркетинговой деятельности на  
предприятиях агропромышленного комплекса»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть (Б1.В.14).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

обучить способности проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия

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

В процессе освоения курса «Организация производственной и маркетинговой деятельности на предприятиях агропромышленного комплекса» студенты должны обладать способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**КР, зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Агромаркетинг»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть (Б1.В.15).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** формирование у студентов навыков организации маркетинга на аграрном предприятии, методологических основ управления маркетингом, методов разработки маркетинговой стратегии предприятия для повышения его эффективности и использование их результатов в профессиональной деятельности.

**Задачи дисциплины:** сформировать у студентов знание отраслевой специфики агромаркетинга, навыки принятия обоснованных решений в данной области.

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

В процессе освоения курса «Агромаркетинг» студенты должны обладать способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Анализ производственной и маркетинговой деятельности на  
предприятиях агропромышленного комплекса»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть (Б1.В.16).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Обучить умению применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета

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

В процессе освоения курса «Анализ производственной и маркетинговой деятельности на предприятиях агропромышленного комплекса» студенты должны обладать умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-14).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 144 часов / 4 зачетных ед.

**КР, зачет с оценкой**

**Аннотация**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Конкурентный анализ товаров и рынков сельскохозяйственной**  
**продукции»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть (Б1.В.17).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Обучить навыкам стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности, умению проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.

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

В процессе освоения курса «Конкурентный анализ товаров и рынков сельскохозяйственной продукции» студенты должны владеть навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3), умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**



**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Стратегический маркетинг»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг в АПК»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть (Б1.В.18).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** формирование у студентов навыков в разработке стратегий маркетинга как способа действий предприятия на рынке по достижению маркетинговых целей.

**Задачи дисциплины:** дать представление о стратегиях маркетинга; обучить навыкам разработки и реализации корпоративных маркетинговых стратегий; обучить умению разрабатывать и реализовывать функциональные маркетинговые стратегии; дать представление об инструментальных маркетинговых стратегиях; обучить умению оценивать результативность маркетинговых усилий предприятия.

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

В процессе освоения курса «Стратегический маркетинг» студенты должны владеть навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3), способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 144 часов / 4 зачетных ед.

**КР, экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Основы маркетинговой компетентности»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.01.01).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Научить студентов проводить оценку уровня индивидуальной маркетинговой компетентности сотрудников, а также анализ расхождений в процессе формирования коллективной маркетинговой компетентности фирмы. В курсе раскрывается содержание понятия «компетентность», изучаются основы и сущность маркетинговой компетентности.

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

В процессе освоения курса «Основы маркетинговой компетентности» студенты должны обладать способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели ПК-17).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Сущность и роль маркетинговой компетентности фирмы.
2. Оценка маркетинговой компетентности фирмы.
3. Управление маркетинговой компетентностью фирмы.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 5 зачетных ед.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Эволюция маркетинговой мысли»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.01.02).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

В курсе раскрывается содержание понятия «эволюция», изучаются основы и сущность маркетинговой мысли.

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

В процессе освоения курса «Эволюция маркетинговой мысли» студенты должны обладать способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17).

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 5 зачетных ед.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Эффективная реклама»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Дисциплина «Эффективная реклама» входит в блок 1 вариативной части дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.02.01) по направлению подготовки 5.38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг в АПК». Дисциплина реализуется в институте экономики и управления АПК кафедрой управления и маркетинга в АПК.

Дисциплина нацелена на формирование общепрофессиональных (ОПК-4) и профессиональных (ПК-12) компетенций выпускника.

В курсе раскрывается содержание понятия «эффективная реклама», изучаются основы и сущность рекламы, описываются подходы, позволяющие обучить студентов организовывать эффективную рекламную кампанию.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме зачета и промежуточный контроль в форме коллоквиумов и практических заданий.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Защита прав потребителя»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Дисциплина «Защита прав потребителей» входит в блок 1 вариативной части дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.02.02) по направлению подготовки 5.38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг в АПК».

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных (ОК-5) и общепрофессиональных (ОПК-2) компетенций выпускника.

В курсе раскрывается содержание понятия «защита прав потребителей», изучаются основы и сущность рекламы, описываются подходы, позволяющие обучить студентов организовывать эффективную рекламную кампанию, не противоречащую закону о защите прав потребителей.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме зачета и промежуточный контроль в форме коллоквиумов и практических заданий.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Копирайтинг»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.03.01).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Обучить способности осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; умению организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации.

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

В процессе освоения курса «Копирайтинг» студенты должны обладать способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 144 часов / 4 зачетных ед.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Спичрайтинг»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.03.02).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Обучить способности осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; умению организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации.

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

В процессе освоения курса «Спичрайтинг» студенты должны обладать способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 144 часов / 4 зачетных ед.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Основы рекламы»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.04.01).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Обучить умению организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации.

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

В процессе освоения курса «Основы рекламы» студенты должны обладать умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 144 часов / 4 зачетных ед.

**экзамен**



**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Связи с общественностью»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.04.02).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Обучить способности осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; умению организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации.

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

В процессе освоения курса «Связи с общественностью» студенты должны обладать способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4); умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 144 часов / 4 зачетных ед.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Методы оптимизации в управлении»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.05.01).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Обучить навыкам количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления

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

В процессе освоения курса «Методы оптимизации в управлении» студенты должны владеть навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Моделирование бизнес процессов в организации»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.05.02).

**2. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Моделирование бизнес-процессов в организации» студенты должны обладать навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10); умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Сбытовая политика»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.06.01).

**2. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Сбытовая политика» студенты должны обладать владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Товарная политика»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.06.02).

**2. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Товарная политика» студенты должны обладать владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Количественные методы исследования в маркетинге»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.07.01).

**2. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Количественные методы исследований в маркетинге» студенты должны обладать владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Организация процесса разработки и постановки на производство  
нового товара»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.07.02).

**2. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Организация процесса разработки и постановки на производство нового товара» студенты должны обладать способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Продвижение нового товара на рынок»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.08.01).

**2. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Продвижение нового товара на рынок» студенты должны владеть навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**экзамен**



**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Оценка капитала бренда»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.08.02).

**2. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Оценка капитала бренда» студенты должны обладать владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК-16).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Управление маркетинговыми каналами»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.09.01).

**2. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Управление маркетинговыми каналами» студенты должны обладать способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Маркетинг наукоемких продуктов»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.09.02).

**2. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Маркетинг наукоемких продуктов» студенты должны обладать способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Элективные курсы по физической культуре»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть, дисциплины по выбору (Б1.Б.ДВ.10).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** освоение студентами практических знаний, приобретение умений, навыков в области физической культуры для формирования физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

**Задачи дисциплины:** изучить научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни, влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек, способы контроля и оценки физического развития, физической подготовленности; правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности.

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

В процессе освоения курса «Элективные курсы по физической культуре» студенты должны обладать способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-7).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 328 часов

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы практики  
**«По получению первичных профессиональных умений и навыков»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место практики в основной образовательной программе:**

Блок 2 «Практики» Б2. В.01 (У)

**2. Цель и задачи практики:**

**Цель практики:** закрепление и расширение знаний, полученных студентами за время теоретического обучения на основе практического участия в организации и проведении профориентационной работы.

**Задачи практики:** ознакомление с будущей сферой профессиональной деятельности; подготовка студентов к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных и специальных дисциплин; освоение студентами первичных профессиональных компетенций по избранной специальности; ознакомление с общими принципами деятельности маркетолога в процессе организации профориентационной работы; самостоятельное выполнение некоторых видов маркетинговых работ.

**3. Требования к результатам прохождения практики:**

В результате прохождения практики студенты должны владеть следующими компетенциями: ОК-3, ОК-5, ОПК 2, ОПК-3, ОПК-7, ПК-7, ПК-9, ПК-19, ПК-20.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 216 часов / 6 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы практики  
**«Учебная практика (Информатика)»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место практики в основной образовательной программе:**

Блок 2 «Практики» Б2. В.02 (У)

**2. Цель и задачи практики:**

*Цель практики:*

*Задачи практики:*

**3. Требования к результатам прохождения практики:**

В процессе прохождения практики студенты должны обладать следующими компетенциями: ОПК-7, ПК-11.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы практики  
**«Введение в специальность»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место практики в основной образовательной программе:**

Блок 2 «Практики» Б2. В.03 (У)

**2. Цель и задачи практики:**

*Цель практики:*

*Задачи практики:*

**3. Требования к результатам прохождения практики:**

В процессе прохождения практики студенты должны обладать следующими компетенциями: ОК-3 – ОК-6; ОПК-1; ОПК-2; ПК-2.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы практики  
**«Практика - рабочая профессия»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место практики в основной образовательной программе:**

Блок 2 «Практики» Б2. В.04 (У)

**2. Цель и задачи практики:**

*Цель практики:*

*Задачи практики:*

**3. Требования к результатам прохождения практики:**

В процессе прохождения практики студенты должны обладать следующими компетенциями: ОК-6, ОПК-4, ОПК-6, ОПК-7, ПК-8, ПК-17.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 3 зачетных ед.

**зачет**



**Аннотация**  
рабочей программы практики  
**«По получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место практики в основной образовательной программе:**

Блок 2 «Практики» (Б2.В.05 (П))

**2. Цель и задачи практики:**

**Цель практики:** подготовить студентов к самостоятельной работе на производстве.

**Задачи практики:** приобрести практические навыки в анализе показателей экономической деятельности, определять тенденции развития предприятия; научиться анализировать организационную структуру предприятия с точки зрения ее рациональности и эффективности для выполнения маркетинговых и рекламных функций; научиться проводить товарные исследования; уметь определять целевые сегменты рынка и разрабатывать для них маркетинговую стратегию и стратегию продвижения; оценивать предприятия-конкуренты и товары-конкуренты; разрабатывать мероприятия по продвижению и определять их эффективность; давать рекомендации по организации и совершенствованию маркетинговой деятельности.

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

В процессе прохождения практики студенты должны обладать следующими компетенциями: ОК-3; ОК-5; ОПК-1 – 3; ОПК-6; ОПК -7; ПК-1 – 20.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 216 часов / 6 зачетных ед.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы практики  
**«Преддипломная»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»  
Профиль – Маркетинг в АПК  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место практики в основной образовательной программе:**

Блок 2 «Практики» (Б2.В.06 (Пд))

**2. Цель и задачи практики:**

***Цель практики:*** участие студента в работе маркетинговых служб, закрепление и углубление теоретической подготовки, приобретение практических навыков и опыта самостоятельной профессиональной деятельности, а также приобщение к социальной среде организации для приобретения социально-личностных компетенций и накопление материала для написания выпускной квалификационной работы.

***Задачи практики:***

**3. Требования к результатам освоения практики:**

В процессе прохождения практики студенты должны обладать следующими компетенциями ОК-3; ОПК-1 – 5; ПК-1 – 20.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 216 часов / 6 зачетных ед.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
**рабочей программы**  
**«Государственная итоговая аттестация»**

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – Маркетинг в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место в основной образовательной программе:**

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация»

**2. Цель и задачи:**

**Цель ГИА:** установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям ГОС ВО направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг в АПК» квалификации «бакалавр», оценка качества освоения общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, а также степени обладания выпускниками необходимыми знаниями, умениями и навыками.

**Задачи ГИА:** оценка понимания тенденций развития в сфере маркетинга в мире, стране, регионе, компании; оценка системности владения выпускником теоретическими знаниями и практическими навыками по вопросам маркетинга, готовности применения этих знаний при решении конкретных научных, управленческих и экономических задач; выявление уровня подготовленности выпускника к самостоятельной работе в условиях быстро меняющихся экономических, управленческих и законодательных процессов.

**3. Требования к результатам прохождения ГИА:**

В процессе ГИА студенты должны обладать способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1); способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2); способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3); способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4); способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5); способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6); способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7); готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9); способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1); владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах

связей с общественностью (ОПК-2); обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3); умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4); умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5); способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6); способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1); владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2); владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3); способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9); способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10); способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11); способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12); способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13); способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14); владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15); способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

**защита ВКР**