

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

Кафедра экономики и менеджмента

«УТВЕРЖДАЮ»

Декан экономического факультета
ПГУ им. Т.Г. Шевченко

И.Н. Узун



(подпись, расшифровка подписи)

« 20 » 09

2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Учебной дисциплины

«Маркетинг и менеджмент»

Направление подготовки
35.03.05 САДОВОДСТВО

Профиль подготовки

«Декоративное садоводство и ландшафтный дизайн»

Квалификация (степень)
бакалавр

Форма обучения:
заочная

Тирасполь 2019 г.

Рабочая программа дисциплины «*Маркетинг и менеджмент*» /сост. Н.А. Голубь
– Тирасполь: ГОУ ПГУ, 2019г. - 9 с.

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины студентам
дневной и заочной формы обучения, по направлению подготовки 35.03.05
САДОВОДСТВО

Рабочая программа составлена с учетом Федерального
Государственного образовательного стандарта высшего образования по
направлению подготовки 35.03.05 САДОВОДСТВО (Приказ МОиН РФ N 737
от 01.08.2017, Зарегистрировано в Минюсте России 21.08.2017 N 47888)
программа бакалавриата «Декоративное садоводство и ландшафтный дизайн».

Составитель _____ / Голубь Н.А./

12.09.2019 г.


(подпись)

© Голубь Н.А., 2019
© ГОУ ПГУ, 2019

1. *Цели и задачи освоения дисциплины*

Целями освоения дисциплины являются:

- формирование знаний в области маркетинга, знакомство с методологическими основами и закономерностями маркетинга в АПК, техникой и технологией маркетинга в условиях рыночной экономики;
- формирование знаний в области менеджмента, знакомство с методологическими основами и закономерностями менеджмента в АПК, техникой и технологией менеджмента в условиях рыночной экономики.

2. *Место дисциплины в структуре ООП ВО*

Дисциплина «Маркетинг и менеджмент» относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока Б1 - Б1.В.ОД.19 основной образовательной программы подготовки бакалавров по профилю «Декоративное садоводство и ландшафтный дизайн». Для освоения дисциплины «Маркетинг и менеджмент» необходимы знания, умения и компетенции, полученные при изучении соответствующих дисциплин основной образовательной программы бакалавра по направлению 35.03.05 «Садоводство».

3. *Требования к результатам освоения дисциплины:*

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

Код компетенции	Формулировка компетенции
ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;
ПК-13	способностью к анализу и планированию технологических процессов в садоводстве как объектов управления;
ПК-15	способностью к принятию управленческих решений в различных производственных и климатических ситуациях;
ПК-17	способностью к разработке бизнес-планов производства конкурентоспособной продукции, проведению маркетинга.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные теоретические положения маркетинга, основные характеристики маркетинга, тенденции в развитии маркетинга;
- основные теоретические положения менеджмента, основные характеристики менеджмента, тенденции в развитии менеджмента;

уметь:

- использовать законодательную, нормативную и справочную литературу в области маркетинга;
- использовать законодательную, нормативную и справочную литературу в области менеджмента;

владеть:

- методическими разработками по проведению маркетинговых исследований;
- методическими разработками по вопросам управления.

4. *Структура и содержание дисциплины (модуля)*

4.1. Распределение трудоемкости в з.е./часах по видам аудиторной и самостоятельной работы студентов по семестрам для заочной формы обучения:

Семестр	Трудоемкость, з.е./часы	Количество часов					Форма итогового контроля
		В том числе					
		Аудиторных				Самост. работы	
Всего	Лекций	Лаб. раб.	Практич. зан				
7	3/108	16	8		8	92	
8	1/36	2			2	25	Экзамен, к.р. 9 ч
Итого:	4/144	18	8		10	117	9

4.2. Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Внеауд. работа (СР)
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Основы маркетинга	102	4	6		92
2	Основы менеджмента	42	4	4		25+9
Всего:		144	8	10		117+9

4.3. Тематический план по видам учебной деятельности

Лекции:

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем часов	Тема лекции	Учебно-наглядные пособия
1	1	2	Общая характеристика теории и практики современного маркетинга.	Плакат, учебно-методические пособия
2		2	Спрос и предложение. Изучение конкурентоспособности продукции с учетом рыночной ситуации	Схемы учебно-методические пособия
3	2	2	Теоретические основы менеджмента Организация как объект управления	Видеопрезентация
4.		2	Менеджмент как процесс управления Управленческие решения и методы управления Менеджмент в АПК	Справочная литература
Всего за III семестр		8 ч.		

Практические (семинарские) занятия:

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем часов	Тема практического занятия	Учебно-наглядные пособия
1	1	2	Рынок как условие и объективная экономическая основа маркетинга.	Схема
2		2	Система маркетинговых исследований	Таблица

3		2	Совершенствование ассортиментной политики предприятия	Видеопрезентация
4	2	2	Определение понятий «Организация» и «Организационная структура». Типология структур управления	Схемы.
5		2	Методы управления в организациях АПК. Мотивация исполнителя. Контроль.	Учебные пособия
ИТОГО – 10 ч.				

Самостоятельная работа студента

Раздел дисциплины	№ п/п	Тема и вид СРС	Трудоемкость (в часах)
Раздел 1	1	Изучение конкурентоспособности продукции с учетом рыночной ситуации Комплекс маркетинговых элементов позиционирования. Анализ внешней и внутренней среды маркетинга. Определение «ниши» для деятельности предприятий АПК. Формирование текущего и будущего спроса на продукцию АПК.	92
Раздел 2	2	Менеджмент как процесс управления Место и роль менеджмента в системе рыночных отношений и деятельности организаций АПК Планирование как вид управленческой деятельности Формы управленческих отношений в коллективе. Внутрифирменное планирование Управленческие решения: виды, процесс разработки Технология подготовки и разработки управленческих решений	25
ВСЕГО			117+9

5. Примерная тематика курсовых проектов (работ) (если имеются)

Не имеются

6. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины «Маркетинг и менеджмент» предполагает использование различных методик проведения лекционных занятий (интерактивные лекции) с привлечением визуализирующих компонентов:

лекции; практические занятия; индивидуальные занятия; контрольные работы. По преобладающим методам и приемам обучения: объяснительные-иллюстративные (объяснение, показ-демонстрация учебного материала и др.); активные (анализ учебной и научной литературы, составление схем и др.) и интерактивные, в том числе и групповые (взаимное обучение в форме подготовки и обсуждения докладов); информационные; компьютерные; мультимедийные (работа с сайтами академических структур, научно-исследовательских организаций, электронных библиотек и др., разработка презентаций, сообщений и докладов, работа с электронными обучающими программами и т.п.).

Обучение осуществляется в дистанционном формате.

Семестр	Вид занятия	Используемые интерактивные образовательные	Количество
---------	-------------	--	------------

	<i>(Л, ПР, ЛР)</i>	<i>технологии для заочной формы обучения</i>	<i>часов</i>
7	Л	Лекция с использованием визуализирующих средств	2
	ПР	Коллоквиум, семинар-дискуссия, разбор ситуации на основе кейс-метода	2
Итого:			4

7. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов – приведены в ФОС дисциплины

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины «Маркетинг и менеджмент»

8.1 основная литература:

1. *Багиев Г.Л.* Маркетинг учеб. / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич. 3-е изд. СПб.: Питер. 2010.
2. *Букин С.О.* Основы менеджмента в вопросах и ответах: учебное пособие. М.: ГАРДАРИКИ. 2016.
3. *Герчикова И.Н.* Менеджмент: учебник для вузов. М.: ЮНИТИ. 2017.
4. *Лидер и команда.* Практическое руководство лидера эффективной команды. М.: Баланс Бизнес Букс. 2015.

8.2. Дополнительная литература

- 1 Алексунин, А.В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012.
- 2 Голубков, П.К. Основы маркетинга: Учебник.- М.: Издательство «Финпресс», 2010.
3. Котлер, Ф. Основы маркетинга. - С. Петербург: АОЗТ “Литера плюс”, 2010.
4. Самоукина Н.В. Эффективная мотивация персонала при минимальных финансовых затратах. М.: Вершина. 2008.
5. Цыпкин Ю.А. и др. Менеджмент: Учеб. пособие для вузов / Цыпкин Ю.А., Люкшинов А.Н., Эриашвили Н.Д.; Под ред. Ю.А. Цыпкина. М.: ЮНИТИ. 2017.

8.3. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. Завьялов О.П. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. Пособие / . –М.: ИНФРА-М, 2010. - 496 с. Режим доступа: <http://lib.acad56.ru/catalog/card/1008>
2. Беляев В. И. Маркетинг: основы теории и практики: Электронный учебник. - Кнорус, 2009. Режим доступа: http://artlib.osu.ru/site_new/find-book
3. Панкрухин : Учебник для вузов [Электронный ресурс]/.-Омега-Л, 2011. Режим доступа: http://artlib.osu.ru/site_new/find-book
4. Маркетинг 4p журнал Режим доступа <http://www.4p.ru/>
5. Маркетинг и менеджмент/ журнал Режим доступа <http://www.mgmt.ru/index.html>

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля):

Компьютерный класс АТФ ПГУ с доступом к сети Интернет, WI-FI, научная библиотека ПГУ, электронная библиотека ПГУ, читальный зал методического кабинета АТФ с доступом к сети Интернет и электронной библиотекой.

10. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины:

В течение семестра студенты должны проработать каталоги библиотеки университета и читального зала, методического кабинета АТФ и выполнить выборку литературы и источников по особенностям структуры отраслевых рынков, осуществить самостоятельный поиск и изучение периодических изданий, источников и литературы в библиотеке и в Интернете.

Рабочая учебная программа по дисциплине «Маркетинг и менеджмент» составлена в соответствии с требованиями Федерального Государственного образовательного стандарта ВПО по направлению подготовки 35.03.05 «Садоводство».

11. Технологическая карта дисциплины

Курс 4 группы _____ семестр 7

Преподаватель – лектор

Преподаватели, ведущие практические занятия

Кафедра Экономики и менеджмента

Голубь Н.А.

Голубь Н.А.

Составитель:

Доцент кафедры ЭиМ, к.э.н.

Голубь Н.А.

Зав. кафедрой Экономики и менеджмента
доцент, к.э.н.

Смоленский Н.Н.

Согласовано:

Зав. кафедрой
садоводства, защиты растений и экологии АТФ

доцент О.В. Антипова