

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

Экономический факультет

Кафедра экономики и менеджмента

«УТВЕРЖДАЮ»

Декан экономического факультета
ПГУ им. Т.Г. Шевченко

И.Н. Узун

(подпись, расшифровка подписи)

« 09 »

09

2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

на 2021/2022 уч. год

Учебной дисциплины

Б1.В.18 «Маркетинг и менеджмент»

Направление подготовки

4.35.03.05 САДОВОДСТВО

Профиль подготовки

«Плодоовощеводство и виноградарство»

Квалификация (степень)

бакалавр

Год набора - 2018

Форма обучения:

Очная

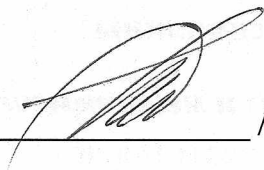
Тирасполь 2021 г.

Рабочая программа дисциплины «**Маркетинг и менеджмент**»

Н.А. Голубь – Тирасполь: ГОУ «ПГУ им. Т.Г. Шевченко», 2021г. - 7 с.

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины вариативной части блока Б.1 студентам очной формы обучения по направлению подготовки **4.35.03.05 «Садоводство»** профилю подготовки «Плодоовощеводство и виноградарство».

Рабочая программа составлена с учетом Федерального Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки **4.35.03.05 «Садоводство»**, утвержденного приказом МО и Н РФ от 20 октября 2015 года, № 1165

Составитель  / Голубь Н.А./

14.09.2021 г.

(подпись)

© Голубь Н.А., 2021

© ГОУ ПГУ, 2021

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 Б1.В.18 «Маркетинг и менеджмент» относится к дисциплинам вариативной части блока 1 основной образовательной программы подготовки бакалавров по профилю «Плодовощеводство и виноградарство». Для освоения дисциплины «Маркетинг и менеджмент» необходимы знания, умения и компетенции, полученные при изучении соответствующих дисциплин основной образовательной программы бакалавра по направлению 4.35.03.05 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.

3. Структура и содержание дисциплины (модуля)

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

Семестр	Количество часов						Форма итогового контроля
	Трудоемкос ть, з.е./часы	В том числе					
		Аудиторных				Самост. работы	
		Всего	Лекций	Лаб. раб.	Практич. зан		
7	2/ 72	34	16		18	38	Зачет
Итого:	2/72	34	16		18	38	

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	36	8	8		20
2	Основы менеджмента	36	8	10		18
Всего:		72	16	18		38

4.3. Тематический план по видам учебной деятельности

Лекции:

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем часов	Тема лекции	Учебно-наглядные пособия
1	1	4	Общая характеристика теории и практики современного маркетинга.	Плакат, учебно-методические пособия
2		4	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	Справочная литература
5		4	Менеджмент в АПК	Схемы
Всего за 7 семестр		16 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		4	Совершенствование ассортиментной политики предприятия	Видеопрезентация
4	2	4	Определение понятий «Организация» и «Организационная структура». Типология структур управления	Схемы.
5		4	Методы управления в организациях АПК.	Учебные пособия
6		2	Мотивация исполнителя. Контроль.	Разбор ситуации
ИТОГО – 18 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. Конспектирование, работа с литературой, интернет-источниками	20
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 Конспектирование, работа с литературой, интернет-источниками	18
ВСЕГО			38 ч.

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

Не имеются

5. 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.).

Семестр	Вид занятия (Л, ПР, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии для дневной формы обучения	Количество часов
7	Л	Лекция с использованием визуализирующих средств	2
	ПР	Коллоквиум, семинар-дискуссия, разбор ситуации на основе кейс-метода	2
Итого:			4

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Представлено в ФОС

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература:

1. Алексунин, А.В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012.
2. Багиев Г.Л. Маркетинг : учеб. / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич. 3-е изд. СПб.: Питер. 2010.
3. Беляев В.И. Практика менеджмента: учебное пособие. М.: КноРус. 2016.
4. Герчикова И.Н. Менеджмент: учебник для вузов. М.: ЮНИТИ. 2017.
5. Качалина Л.Н. Конкурентоспособный менеджмент. М.: ЭКСМО. 2006.
6. Котлер, Ф. Основы маркетинга. - С. Петербург: АОЗТ "Литера плюс", 2010.
7. Лукичева Л.И. Управленческие решения: учебное пособие. М.: Омега-Л. 2006.
8. Менеджмент: учебник для вузов / Под.ред. М.М.Максимцова, М.А.Комарова. М.: ЮНИТИ. 2016.
9. Менеджмент: учеб. пособие / Н. Ю. Чаусов, О. А. Калугин, Л. А. Чаусова [и др.]; ред.: Н. Ю. Чаусова, О. А. Калугина. М. : КНОРУС. 2010.
10. Основы менеджмента: учебное пособие / Л.В. Плахова, Т.М.Анурина и др. М.: КНОРУС. 2007.

8.2. Дополнительная литература

1. . Лидер и команда. Практическое руководство лидера эффективной команды. М.: Баланс Бизнес Букс. 2015.
2. Платов В.Я. Современные управленческие технологии. М.: Дело. 2006.
3. Полукаров В.Л. Основы менеджмента. М.: КНОРУС. 2017.
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. Божук, : Учеб. для вузов/ и др. - СПб. : Питер, 2012. - 736 с. Режим доступа: <http://lib.acad56.ru/catalog/card/1008>
2. Григорьев А.В.: Учебник. - М.: Юрайт, 2011. - 448 с. Режим доступа: <http://lib.acad56.ru/catalog/card/1008>
3. Завьялов, в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. Пособие /М.: ИНФРА-М, 2010. - 496 с. Режим доступа: <http://lib.acad56.ru/catalog/card/1008>
4. Беляев, В. И. Маркетинг: основы теории и практики: Электронный учебник. - Кнорус, 2009. Режим доступа: http://artlib.osu.ru/site_new/find-book
5. Панкрухин: Маркетинг. Учебник для вузов [Электронный ресурс] / Омега - Л, 2011. Режим доступа: http://artlib.osu.ru/site_new/find-book
6. <http://www.4p.ru/> - Маркетинг 4р журнал
7. <http://www.mgmt.ru/index.html> - журнал Маркетинг и менеджмент

8.4 Методические указания и материалы по видам занятий – разработан курс лекций «Маркетинг и менеджмент», составитель доцент, к.э.н. Голубь Н.А. Издательство ПГУ, 2021г.

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 основам маркетинга и менеджмента в АПК, 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 ВО по направлению подготовки 4. 35.03.05 «Садоводство».

11. Технологическая карта дисциплины

Курс 4 группа АТ18ДР62ПВ, семестр 7, очная форма обучения

Преподаватель – лектор

Голубь Н.А.

Преподаватели, ведущие практические занятия

Голубь Н.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Балльно - рейтинговая система не используется на факультете

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. Антюхова

/ И.о. декана аграрно технологического факультета

А.В. Димогло