

**Учреждение образования
«Гродненский государственный аграрный университет»**

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор учреждения образования
«Гродненский государственный
аграрный университет»

_____ Пестис В.К.

«_____» _____ 2018 г.

Регистрационный № УД - ____/р.

МАРКЕТИНГ, ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И ДЕЛОПРОИЗВОДСТВА

**Учебная программа учреждения высшего образования по учебной
дисциплине для специальности:**

1-74 02 01 – агрономия

2018 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования для студентов данной специальности

Составители: Бычек И. И., к.э.н., доцент кафедры менеджмента, маркетинга и права; Никитина Н. В., ст. преподаватель кафедры менеджмента, маркетинга и права

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Дегтярев И. И., к.э.н., доцент кафедры организации производства в АПК
Гораева Т. Ю., к.э.н., доцент кафедры экономики и управления на предприятии
УО «ГрГУ им. Я. Купалы»

Рекомендована к утверждению:

кафедрой менеджмента, маркетинга и права

(протокол № от 2018 г.)

методическим советом учреждения образования «Гродненский
государственный аграрный университет»

(протокол № от 2018 г.)

1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Актуальность изучения дисциплины

В комплексе мер по переходу к рыночной экономике немаловажное значение приобретает активизация производственно-хозяйственной деятельности работников сельского хозяйства, и прежде всего руководящих работников и специалистов.

Правильное осуществление управленческой деятельности требует от руководителей и специалистов не только высоких профессиональных знаний для выполнения для выполнения производственной программы в своей области деятельности, но умело подбирать и расставлять кадры, организовывать и оформлять их работу, используя при этом различные методы и способы воздействия, правильно осуществлять маркетинговую деятельность на предприятии.

Поэтому важно, чтобы в процессе обучения студент технологических отраслей сформировал понимание основ науки «Менеджмент» и «Маркетинг» в сельскохозяйственных организациях, освоил основные правила делопроизводства в процессе производственной деятельности.

Программа разработана на основе компетентного подхода, требований к формированию компетенций, сформулированных в образовательных стандартах РБ.

Дисциплина относится к общепрофессиональным дисциплинам, осваиваемых студентами специальности 1-74 02 01 – «Агрономия».

Освоение дисциплины базируется на компетенциях, приобретенных ранее студентами при изучении дисциплин «Философия», «Психология», «Социология», «Организация производства в АПК».

1.2 Цель и задачи учебной дисциплины

Цель дисциплины – формирование знаний, умений и профессиональных компетенций по управлению сельскохозяйственным производством, развитие и закрепление академических и социально-личностных компетенций.

Задачами дисциплины являются:

- формирование у студентов комплекса знаний об управлении производством в сельскохозяйственном производстве;
- изучение законов основных методических аспектов управления, закономерностей, принципов, целей и функций управления;
- знакомство с методами управления и особенностями маркетинга в АПК;
- приобретение знаний по технологии принятия управленческих решений, контролю их выполнения; умение правильно оформлять документацию;

- формирования представления об организации управленческого труда;
- изучение работы с кадрами управления, методы их подбора и оценки;
- формирования представления о товарной, сбытовой и ценовой политике предприятий; о маркетинговых исследованиях рынка продукции АПК.

1.3 Требования к уровню освоения содержания учебной дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен закрепить и развить следующие академические (АК) и социально-личностные (СЛК) компетенции, предусмотренные в образовательных стандартах РБ.

АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических профессиональных задач;

АК-2. Владеть сравнительным анализом;

АК-3. Уметь работать самостоятельно;

АК-4. Владеть междисциплинарным подходам для решения задач;

АК-5. Иметь навыки, связанные с работой специализированных программ на ПК;

СЛК-1. Обладать способностью к межличностным коммуникациям;

СЛК-2. Уметь работать в коллективе.

В результате изучения дисциплины студент должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК), предусмотренными образовательными стандартами РБ.

ПК-1. Применять основные законы, закономерности и принципы управления предприятиями АПК, с учётом современных научных достижений;

ПК-2. Сбалансировано сочетать различные методы менеджмента и маркетинга;

ПК-3. Выбирать эффективные критерии оценки работы хозяйств и трудовых коллективов;

ПК-4. Компетентно ориентироваться в особенностях управления предприятиями различных организационно-правовых форм хозяйствования;

ПК-5. Рассчитывать и анализировать оптимальный состав управленческого персонала организации;

ПК-6. На основе современных методик компетентно и оперативно принимать управленческие решения; проводить маркетинговые исследования;

ПК-7. Применять на практике инновационные подходы к оценке и управлению качеством труда и продукции;

ПК-8. Ориентироваться в требованиях к ведению номенклатуры дел осваиваемой специальности;

ПК-9. Работать с научной и специализированной литературой.

Для приобретения профессиональных компетенций ПК-1 – ПК-9 в результате изучения дисциплины студент должен знать: основные законы управления, существующие методы воздействия на подчиненных и уметь на практике находить лучшие варианты совершенствования управления производством в различного вида сельскохозяйственных предприятиях, правильно сочетать изменяющиеся стили управления, уметь принимать и обоснованные управленческие решения; предвидеть развитие ситуации на рынке и формировать конкурентное положение предприятия; правильно составлять организационно-распорядительную документацию; сущность, основные понятия и категории маркетинга; методы маркетингового анализа продукции; методы обоснования и выбора каналов распределения продукции растениеводства; методику проведения рекламных кампаний; основные методы формирования цен на продукцию АПК.

1.4 Структура содержания учебной дисциплины

Содержание дисциплины представлено в виде тем, которые характеризуются относительно самостоятельными укрупненными дидактическими единицами содержания обучения. Содержание тем опирается на приобретенные ранее студентами компетенции при изучении дисциплин «Философия», «Психология», «Социология», «Организация производства в АПК».

1.5 Методы (технологии) обучения

Основными методами (технологиями) обучения, отвечающими целям обучения дисциплины, являются:

- элементы проблемного обучения (проблемное изложение, вариативное изложение, частично-поисковый метод), реализуемые на лекционных занятиях;
- элементы учебно-исследовательской деятельности, реализация творческого подхода, реализуемые во время выполнения практических заданий;
- проектные технологии, используемые при анализе конкретного объекта или ситуации, реализуемые при выполнении расчетных работ.

1.6 Организация самостоятельной работы студентов

При изучении дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- самостоятельная работа по изучению теоретических основ менеджмента, эволюции управления, построения организационно-

управленческих структур, управлению отдельными сферами деятельности, теоретические основы маркетинга во время проведения практических занятий под контролем преподавателя в соответствии с расписанием;

- управляемая самостоятельная работа, в том числе в виде выполнения индивидуальных заданий с консультациями преподавателя;
- подготовка рефератов по индивидуальным темам.

1.7 Диагностика компетенции студента

Оценка учебных достижений студента проводится на зачёте. Для оценки учебных достижений студентов используются критерии, утвержденные Министерством образования Республики Беларусь.

Оценка промежуточных учебных достижений студентов осуществляется в соответствии с избранной кафедрой шкалой оценок.

Для оценки достижений студентов используется следующий диагностический инструментарий (проверяются компетенции):

- выступление студента на конференции по подготовленному реферату (АК-1, АК-3, АК-4, СЛК-1, СЛК-2, ПК-1);
- проведение текущих контрольных опросов по отдельным темам (ПК-3 – ПК-5);
- защита выполненных на практических занятиях индивидуальных заданий (АК-3, СЛК-1, ПК-5 – ПК-8);
- защита выполненных в рамках управляемой самостоятельной работы индивидуальных заданий (АК-1, АК-3, АК-5, СЛК-1, ПК-1, ПК-4, ПК-6,7);
- сдача зачета по дисциплине (АК-1 – АК-4, ПК-1 – ПК-9).

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Теоретические основы управления производством. Эволюция науки «Менеджмент»

Понятие «Менеджмент», структура дисциплины, методы, задачи. Организация: понятие, определение, сущность. Причины возникновения организации. Отличительные особенности современных организаций. Внутренние и внешние переменные организации.

Понятие, определение закона как объективной категории. Роль закона в управлении производством. Порядок формирования законов. Классификация законов управления, их содержание.

Принципы управления как объективная категория. Определение, сущность принципов управления. Связь принципов управления с законами и закономерностями управления. Классификация принципов управления, их содержание. Функции управления как определённый вид деятельности работника управления. Классификация функций управления по общему и частному (специфическому) принципам. Методы управления: административно-командные, экономические, социально-психологические.

Подходы к периодизации истории менеджмента. Предпосылки возникновения управления как науки. Подходы к управлению на основе выделения школ. Школы: научное управление, классическая, человеческие отношения, поведенческие науки, математическая (количественный подход). Подходы: процессный, системный, ситуационный.

Японский менеджмент, его специфика. Развитие управления в странах СНГ.

Тема 2. Организационно-правовые формы сельскохозяйственных предприятий

Понятие и виды сельскохозяйственных предприятий и объединений. Основные принципы организации сельскохозяйственных предприятий и объединений, их производственная и организационная структура. Органы управления, их функционирование. Унитарные предприятия. Сельскохозяйственные кооперативы. Крестьянские (фермерские) хозяйства.

Структура управления предприятием: звенья, ступени, уровни управления. Вертикальные и горизонтальные, линейные и функциональные связи. Анализ и совершенствование структуры управления.

Тема 3. Разработка и принятие управленческих решений

Информация в процессе управления. Сущность информации, ее роль в управлении производством. Виды информации; требования, предъявляемые к информации. Коммуникация: этапы, элементы, преграды на пути коммуникаций.

Управленческое решение: понятие, сущность, классификация. Подходы к принятию управленческих решений. Сущность креативного и творческого мышления. Развитие критического мышления. Метод «мозгового штурма», сущность, методика проведения. Этапы принятия управленческого решения. Реализация решений. Методы принятия управленческих решений.

Тема 4. Делопроизводство в системе менеджмента

Документ – определение, его роль в управлении. Классификация документов, реквизиты документа. Государственная система документационного обеспечения управления (ГСДОУ). Функции и задачи службы документационного обеспечения управления. Организационно-распорядительная документация (ОРД), её классификация. Требования к составлению ОРД. Номенклатура дел. Основные направления совершенствования делопроизводства в Республике Беларусь.

Тема 5. Система управления персоналом

Кадры управления и их роль в процессе управления предприятием. Понятие и классификация кадров управления, требования к ним. Характер и сущность управленческого труда. Разработка личных творческих планов. Сущность и принципы НОУТ. Планирование труда работников аппарата управления. Организация рабочего места руководителя и специалиста.

Методы подбора и оценки кадров управления. Система деловых и личных качеств руководителя. Аттестация персонала.

Понятие стиля руководств. Типы стилей работы руководителя. Факторы, влияющие на формирование стиля руководителя.

Тема 6. Теоретические основы маркетинга

Социально-экономическая сущность маркетинга и его роль в экономике. Маркетинг - рыночная категория. Рынок. Виды рынков. Функции, принципы и виды маркетинга. Концепции управления маркетингом.

Маркетинговая среда. Основные факторы внешней и внутренней среды функционирования организации. Субъекты маркетинга.

Комплекс маркетинга и его составляющие. Издержки маркетинга. Подходы к оценке эффективности маркетинга.

Модель покупательского поведения. Характеристики покупателя. Поведение покупателей от имени предприятия.

Тема 7. Товарная политика предприятия

Формирование товарной политики предприятия. Понятие товара, классификация и характеристики. Товарная номенклатура и ассортимент товаров.

Жизненный цикл товара, характеристика основных этапов. Матрица «Бостон консалдинг групп».

Стратегия разработки нового товара.

Рыночная атрибутика товара. Товарный знак. Виды товарных знаков, требования к ним. Правовая охрана товарного знака. Упаковка и маркировка товара. Функции упаковки. Этикетка и штриховое кодирование.

Тема 8. Сбытовая политика предприятия и система маркетинговых коммуникаций

Дистрибутивная политика предприятия. Структура системы распределения и методы распространения товаров.

Понятие канала распределения товара. Прямые и косвенные каналы распределения, их преимущества и недостатки. Уровни каналов распределения товара. Управление каналами распределения.

Оптовая и розничная торговля, их характеристика. Виды и функции посредников. Логистика.

Организация сервисной политики предприятия.

Сущность и содержание коммуникативной политики. Этапы разработки эффективной коммуникации. Комплекс маркетинговых коммуникаций.

Разработка коммуникационной стратегии предприятия. Цели, задачи и функции рекламы. Стимулирование сбыта, пропаганда, личная продажа, PR.

Тема 9. Ценовая политика предприятия

Цена в комплексе маркетинга. Понятие цены, подсчёт исходной цены. Цели ценообразования. Функции цены.

Факторы, определяющие уровень и динамику цен, их характеристика. Определение исходной цены.

Виды ценовых стратегий и их реализация. Принципы формирования ценовой политики.

Баланс спроса и предложения. Цикличность рыночных цен. Принципы эластичности.

Рыночная корректировка цен. Формы государственного ценового регулирования. Косвенное регулирование цен. Основные меры макроэкономической сбалансированности. Способы прямого регулирования цен.

Формирование закупочных и розничных цен на сельскохозяйственную продукцию.

Тема 10. Маркетинговые исследования рынка продукции АПК

Исследования конъюнктуры товарных рынков. Задачи и методы маркетингового исследования. Концепция системы маркетинговой информации. Планирование стратегии исследования рынка. Первичные и вторичные исследования. Формы и методы получения информации.

Сегментирование рынка. Оценка конкуренции. Виды и уровни конкуренции. Причины низкой конкурентоспособности продукции АПК и методы её повышения. Механизм регулирования производства конкурентоспособной продукции.

Особенности жизненного цикла товара в АПК.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА для студентов 1 курса ССО агрономического факультета

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Всего часов	Количество аудиторных часов			Количество часов, выделяемых на самостоятельную работу студентов	Материальное обеспечение занятия (наглядные, метод. пособия и др.)	Литература	Формы контроля знаний
			Лекции	Практические (семинарские) занятия	Контролируемая самостоятельная работа студента				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Теоретические основы управления производством. Эволюция науки «Менеджмент»		2	2		8	Мультимедийная презентация, УМК	[5-8, 13-19]	Опрос, написание реферата
1.1	Понятие «управление», его предмет и содержание								
1.2	Внутренние и внешние переменные организации								
1.3	Законы, принципы, функции, методы управления								
1.4	Периодизация истории менеджмента								
1.5	Подход к управлению на основе выделения школ								
1.6	Процессный, системный и ситуационный подходы к менеджменту								
1.7	Эволюция управления в СНГ								

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Всего часов	Количество аудиторных часов			Количество часов, выделяемых на самостоятельную работу студентов	Материальное обеспечение занятия (наглядные, метод. пособия и др.)	Литература	Формы контроля знаний
			Лекции	Практические (семинарские) занятия	Контролируемая самостоятельная работа студента				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.	Организационно-правовые формы сельскохозяйственных предприятий		2	2		8	Мультимедийная презентация, УМК	[1,2,5-8, 13-18]	Опрос, написание реферата
2.1	Понятие и классификация сельскохозяйственных предприятий. Классификация структур управления.								
2.2	Унитарные предприятия								
2.3	Сельскохозяйственные кооперативы								
2.4	Крестьянские (фермерские) хозяйства								
3.	Разработка и принятие управленческих решений		2	2		8	Мультимедийная презентация, УМК	[1,2,5-8, 13-19]	Опрос, написание реферата
3.1	Сущность и роль информации в управлении производством								
3.2	Коммуникация: этапы, элементы, преграды на пути коммуникаций.								
3.3	Понятие, классификация и этапы управленческого решения; методы принятия управленческих решений								

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Всего часов	Количество аудиторных часов			Количество часов, выделяемых на самостоятельную работу студентов	Материальное обеспечение занятия (наглядные, метод. пособия и др.)	Литература	Формы контроля знаний
			Лекции	Практические (семинарские) занятия	Контролируемая самостоятельная работа студента				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6.	Теоретические основы маркетинга.		2	2		8	Мультимедийная презентация	[1-3,5,8,9,11,12]	Опрос, написание реферата
6.1	Социальные основы маркетинга.								
6.2	Маркетинг - рыночная категория.								
6.3	Законы, принципы, функции маркетинга.								
6.4	Маркетинговая среда.								
6.5	Комплекс маркетинга.								
6.6	Поведение покупателя (потребителя).								
7.	Товарная политика предприятия.		2	2		8	Мультимедийная презентация, раздаточный материал	[1-3,5,8,9,11,12]	Опрос, написание реферата
7.1	Формирование товарной политики предприятия. Понятие товара.								
7.2	Маркетинговая деятельность и жизненный цикл товара.								
7.3	Разработка и внедрение на рынок новых товаров.								
7.4	Рыночная атрибутика товара, товарный знак.								

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Всего часов	Количество аудиторных часов			Количество часов, выделяемых на самостоятельную работу студентов	Материальное обеспечение занятия (наглядные, метод. пособия и др.)	Литература	Формы контроля знаний
			Лекции	Практические (семинарские) занятия	Контролируемая самостоятельная работа студента				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8.	Сбытовая политика предприятия и система маркетинговых коммуникаций.		2	2		8	Мультимедийная презентация, раздаточный материал	[1-6, 8-14]	Опрос, написание реферата
8.1	Формирование сбытовой политики. Каналы и методы сбыта товаров. Выбор посредников и формы работы с ними. Сервис в товарной и сбытовой политике предприятия.								
8.2	Комплекс маркетинговых коммуникаций. Коммуникационная стратегия.								
8.3	Реклама, её виды и средства распространения. Этапы осуществления рекламной деятельности.								
8.4	Личная продажа, пропаганда и стимулирование сбыта.								

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Всего часов	Количество аудиторных часов				Материальное обеспечение занятия (наглядные, метод. пособия и др.)	Литература	Формы контроля знаний
			Лекции	Практические (семинарские) занятия	Контролируемая самостоятельная работа студента	Количество часов, выделяемых на самостоятельную работу студентов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9.	Ценовая политика предприятия.		2	2		8	Мультимедийная презентация, раздаточный материал	[1-3, 5, 7-9, 11, 12]	Опрос, написание реферата
9.1	Цена в комплексе маркетинга. Внешние факторы процесса ценообразования. Выбор метода ценообразования.								
9.2	Разработка ценовой стратегии и стратегии ценообразования. Баланс спроса и предложения								
9.3	Рыночная корректировка цен. Ценовая политика государства.								
10.	Маркетинговые исследования рынка продукции АПК.		2	4		10	Мультимедийная презентация, раздаточный материал	[1-3,5,8, 9,11,12]	Опрос, написание реферата
10.1	Маркетинговые исследования и факторы, влияющие на них.								
10.2	Анализ спроса и конкурентоспособности.								
10.3	Механизм регулирования производства конкурентоспособной продукции. Особенности ЖЦТ в АПК								
	Итого	128	20	24	—	8			

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА для студентов 1, 2 курсов агрономического факультета

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Всего часов	Количество аудиторных часов			Количество часов, выделяемых на самостоятельную работу студентов	Материальное обеспечение занятия (наглядные, метод. пособия и др.)	Литература	Формы контроля знаний
			Лекции	Практические (семинарские) занятия	Контролируемая самостоятельная работа студента				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Теоретические основы управления производством. Эволюция науки «Менеджмент»		4	4		8	Мультимедийная презентация, УМК	[5-8, 13-19]	Опрос, написание реферата
1.1	Понятие «управление», его предмет и содержание								
1.2	Внутренние и внешние переменные организации								
1.3	Законы, принципы, функции, методы управления								
1.4	Периодизация истории менеджмента								
1.5	Подход к управлению на основе выделения школ								
1.6	Процессный, системный и ситуационный подходы к менеджменту								
1.7	Эволюция управления в СНГ								

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Всего часов	Количество аудиторных часов			Количество часов, выделяемых на самостоятельную работу студентов	Материальное обеспечение занятия (наглядные, метод. пособия и др.)	Литература	Формы контроля знаний
			Лекции	Практические (семинарские) занятия	Контролируемая самостоятельная работа студента				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.	Организационно-правовые формы сельскохозяйственных предприятий		4	4		8	Мультимедийная презентация, УМК	[1,2,5-8, 13-18]	Опрос, написание реферата
2.1	Понятие и классификация сельскохозяйственных предприятий. Классификация структур управления.								
2.2	Унитарные предприятия								
2.3	Сельскохозяйственные кооперативы								
2.4	Крестьянские (фермерские) хозяйства								
3.	Разработка и принятие управленческих решений		2	4		8	Мультимедийная презентация, УМК	[1,2,5-8, 13-19]	Опрос, написание реферата
3.1	Сущность и роль информации в управлении производством								
3.2	Коммуникация: этапы, элементы, преграды на пути коммуникаций.								
3.3	Понятие, классификация и этапы управленческого решения; методы принятия управленческих решений								

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Всего часов	Количество аудиторных часов				Материальное обеспечение занятия (наглядные, метод. пособия и др.)	Литература	Формы контроля знаний
			Лекции	Практические (семинарские) занятия	Контролируемая самостоятельная работа студента	Количество часов, выделяемых на самостоятельную работу студентов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4.	Делопроизводство в системе менеджмента		2	2		8	Мультимедийная презентация, УМК	[5-8, 13-19]	Опрос, написание реферата
4.1	Государственная система документационного обеспечения управления (ГСДОУ)								
4.2	Классификация документов, реквизиты документа								
4.3	Требования к составлению ОРД								
5.	Система управления персоналом		4	4		10	Мультимедийная презентация, УМК	[5-8, 13-19]	Опрос, написание реферата
5.1	Сущность и особенности управленческого труда								
5.2	Планирование рабочего времени руководителей и специалистов								
5.3	Подбор и оценка кадров.								
5.4	Стили руководства								

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Всего часов	Количество аудиторных часов			Количество часов, выделяемых на самостоятельную работу студентов	Материальное обеспечение занятия (наглядные, метод. пособия и др.)	Литература	Формы контроля знаний
			Лекции	Практические (семинарские) занятия	Контролируемая самостоятельная работа студента				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6.	Теоретические основы маркетинга.		4	4		8	Мультимедийная презентация	[1-3,5,8,9,11,12]	Опрос, написание реферата
6.1	Социальные основы маркетинга.								
6.2	Маркетинг - рыночная категория.								
6.3	Законы, принципы, функции маркетинга.								
6.4	Маркетинговая среда.								
6.5	Комплекс маркетинга.								
6.6	Поведение покупателя (потребителя).								
7.	Товарная политика предприятия.		4	4		8	Мультимедийная презентация, раздаточный материал	[1-3,5,8,9,11,12]	Опрос, написание реферата
7.1	Формирование товарной политики предприятия. Понятие товара.								
7.2	Маркетинговая деятельность и жизненный цикл товара.								
7.3	Разработка и внедрение на рынок новых товаров.								
7.4	Рыночная атрибутика товара, товарный знак.								

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Всего часов	Количество аудиторных часов			Количество часов, выделяемых на самостоятельную работу студентов	Материальное обеспечение занятия (наглядные, метод. пособия и др.)	Литература	Формы контроля знаний
			Лекции	Практические (семинарские) занятия	Контролируемая самостоятельная работа студента				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8.	Сбытовая политика предприятия и система маркетинговых коммуникаций.		2	4		8	Мультимедийная презентация, раздаточный материал	[1-6, 8-14]	Опрос, написание реферата
8.1	Формирование сбытовой политики. Каналы и методы сбыта товаров. Выбор посредников и формы работы с ними. Сервис в товарной и сбытовой политике предприятия.								
8.2	Комплекс маркетинговых коммуникаций. Коммуникационная стратегия.								
8.3	Реклама, её виды и средства распространения. Этапы осуществления рекламной деятельности.								
8.4	Личная продажа, пропаганда и стимулирование сбыта.								

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Всего часов	Количество аудиторных часов			Количество часов, выделяемых на самостоятельную работу студентов	Материальное обеспечение занятия (наглядные, метод. пособия и др.)	Литература	Формы контроля знаний
			Лекции	Практические (семинарские) занятия	Контролируемая самостоятельная работа студента				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9.	Ценовая политика предприятия.		2	2		8	Мультимедийная презентация, раздаточный материал	[1-3, 5, 7-9, 11, 12]	Опрос, написание реферата
9.1	Цена в комплексе маркетинга. Внешние факторы процесса ценообразования. Выбор метода ценообразования.								
9.2	Разработка ценовой стратегии и стратегии ценообразования. Баланс спроса и предложения								
9.3	Рыночная корректировка цен. Ценовая политика государства.								
10.	Маркетинговые исследования рынка продукции АПК.		4	4		10	Мультимедийная презентация, раздаточный материал	[1-3,5,8, 9,11,12]	Опрос, написание реферата
10.1	Маркетинговые исследования и факторы, влияющие на них.								
10.2	Анализ спроса и конкурентоспособности.								
10.3	Механизм регулирования производства конкурентоспособной продукции. Особенности ЖЦТ в АПК								
	Итого	144	32	36	—	8			

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА для студентов 3 курса з/о НИСПО агрономического факультета

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Всего часов	Количество аудиторных часов			Количество часов, выделяемых на самостоятельную работу студентов	Материальное обеспечение занятия (наглядные, метод. пособия и т.п.)	Литература	Формы контроля знаний
			Лекции	Практические (семинарские) занятия	Контролируемая самостоятельная работа студента				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Товарная политика предприятия.		2	2			Мультимедийная презентация, раздаточный материал	[1-3,5,8,9,11,12]	Опрос, написание реферата
1.1	Формирование товарной политики предприятия. Понятие товара.								
1.2	Маркетинговая деятельность и жизненный цикл товара.								
1.3	Разработка и внедрение на рынок новых товаров.								
1.4	Рыночная атрибутика товара, товарный знак.								
2.	Сбытовая политика предприятия и система маркетинговых коммуникаций.		2	2			Мультимедийная презентация, раздаточный материал	[1-6, 8-14]	Опрос, написание реферата
2.1	Формирование сбытовой политики. Каналы и методы сбыта товаров. Выбор посредников и формы работы с ними. Сервис в товарной и сбытовой политике предприятия.								
2.2	Комплекс маркетинговых коммуникаций. Коммуникационная стратегия.								
2.3	Реклама, её виды и средства распространения. Этапы осуществления рекламной деятельности.								
8.4	Личная продажа, пропаганда и стимулирование сбыта.								
	ИТОГО	128	4	4					

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА для студентов 4 курса з/о агрономического факультета

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Всего часов	Количество аудиторных часов			Количество часов, выделяемых на самостоятельную работу студентов	Материальное обеспечение занятия (наглядные, метод. пособия и др.)	Литература	Формы контроля знаний
			Лекции	Практические (семинарские) занятия	Контролируемая самостоятельная работа студента				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Товарная политика предприятия.		4	4			Мультимедийная презентация, раздаточный материал	[1-3,5,8,9,11,12]	Опрос, написание реферата
1.1	Формирование товарной политики предприятия. Понятие товара.								
1.2	Маркетинговая деятельность и жизненный цикл товара.								
1.3	Разработка и внедрение на рынок новых товаров.								
1.4	Рыночная атрибутика товара, товарный знак.								
2.	Сбытовая политика предприятия и система маркетинговых коммуникаций.		4	4			Мультимедийная презентация, раздаточный материал	[1-6,8-14]	Опрос, написание реферата
2.1	Формирование сбытовой политики. Каналы и методы сбыта товаров. Выбор посредников и формы работы с ними. Сервис в товарной и сбытовой политике предприятия.								
2.2	Комплекс маркетинговых коммуникаций. Коммуникационная стратегия.								
2.3	Реклама, её виды и средства распространения. Этапы осуществления рекламной деятельности.								
8.4	Личная продажа, пропаганда и стимулирование сбыта.								
	Итого	128	8	8					

РЕПОЗИТОРІЙ ГГАУ

РЕПОЗИТОРІЙ ГГАУ

ИНФОРМАЦИОННАЯ ЧАСТЬ

Основные учебники и учебные пособия по дисциплине:

1. Абчук В.А. Менеджмент: Учебник. – СПб.: Издательство «Союз», 2002. – 178 с.
2. Артеменко А.М. Управление предприятиями АПК: лекция для студ., изучающих курс «Менеджмент» / А.М. Артеменко; БГСХА. – Горки, 2003. – 36 с.
3. Байгот С.А. Основы деятельности современного руководителя / С.А. Байгот, Е.Е. Ефимчик. – Мн.: Учебно-методический центр Минсельхозпрода, 1993.
4. Беляцкий Н.П., Велесько С.Е., Ройш П. Управление персоналом. Мн.: ИП «Экоперспектива» 2002.
Воробьев Л.А. Менеджмент предприятия. – Мн.: ЦАЭ НАН Беларуси, 2003. – 444 с.
5. Воробьев Л.А. Основы управления производством: Учеб. пособие. Мн.: Ураджай, 1997.
6. Гончаров В.И. Менеджмент: Уч. пособие. – Мн.: «Мисанта», 2003. – 624 с.
7. Менеджмент = Management / Ричард Л. Дафт; пер. с англ. С. Жильцов. – 6-е изд. – СПб.: Питер, 2006. – 864 с. – (Классика МВА)
8. Дашкевич Е.А. Менеджмент качества: тексты лекций для студентов спец. 1-26 02 02 «Менеджмент». – Мн.: БГТУ, 2006. – 116 с.
9. Ефимчик Е.Е. Основы менеджмента / Е.Е. Ефимчик, С.А. Байгот. – Мн.: Информпресс, 2002.
10. Иванцов П.И. Антикризисное управление АПК Беларуси: Уч. пособие. – Мн.: Академия управления при Президенте РБ, 2002. – 180 с.
11. Инновационный менеджмент в АПК / Миниханов Р.Н. [и др.] – М.: МСХА, 2003. – 432 с.
12. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента: Уч. пособие. – Мн.: Новое знание, 2004.
13. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М.: Ростинтер, 2004
14. Кравченко А.И. История менеджмента: Уч. пособие / А.И. Кравченко – М.: Академический проект, 2000. – 352 с. – (Gaudeamus).
15. Лоза Г.М., Будылкин Г.И., Попов Г.И. и др. Управление сельскохозяйственным производством. – М.: Колос, 2000.
16. Маркетинг в АПК Под ред. Абрамовой Г.Л. – М: Колос, 1997
17. Менеджмент в АПК: Уч. пособие для ВУЗов / Ю.Б. Королев, В.Д. Коротнев, Г.Н. Кочетова, Е.Н. Никифорова – М.: Колос, 2000. – 304 с.
18. Основы менеджмента: Перевод с англ. / М.И. Мескон [и др.]. – М.: Дело, 1992.
19. Переверзев М.П. и др. Менеджмент: Учебник. – М.: Инфра – М, 2002.
20. Самыгин С.И. и др. Основы управления персоналом. – Ростов-на-Дону, «Феникс», 2002.

21. Старовойтова Н.А. Новые формы мотивации труда сельскохозяйственных производителей в современных условиях / Под ред. В.Г. Гусакова. - Мн.: ЦАЭ НАН Беларуси, 2006. - 60 с.
22. Управление агропромышленным комплексом: Уч. пособие / Под ред. В.В. Кузнецова. - М.: ИКЦ «Март», 2003. - 416 с.
23. Ховард К. Принципы менеджмента: Управление в системе цивилизованного предпринимательства: Уч. пособие / К. Ховард, Э. Коротков. - М.: Инфра - М, 1996. - 223 с.
24. Яковлев А.Ю. Проблемы совершенствования ассортимента в розничном торговом предприятии / А. Ю. Яковлев // Маркетинг. - 2000. - №8.

Дополнительная литература:

1. Веснин В.Р. Менеджмент: Учебник. - М.: Проспект, 2004.
2. Гражданский Кодекс Республики Беларусь. - Мн., 1998.
3. Дафт Р. Организации. - СПб.: Прайм-еврознак, 2003. - 480 с.
4. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика [учебник] / П. Дойль; пер. с англ. Д. Вихрова [и др.]; Под ред. Ю.Н. Каптуревского. - СПб.: Питер, 1999. - 559 с.
5. Ефимчик Е.Е. Смооценка управленческого работника / Е.Е. Ефимчик, С.А. Байгот. - Мн.: Учебно-методический центр Минсельхозпрода, 1996.
6. Казанцев А.К. Практический менеджмент в деловых играх, хозяйственных ситуациях, задачах и тестах: Уч. пособие / А.К. Казанцев, В.И. Подлесных, Л.С. Серова. - М.: Инфра - М, 1998. - 367 с.
7. Князев С.Н. Управление: искусство, наука, практика. - Мн.: Армита - Маркетинг, Менеджмент, 2002. - 512 с.
8. Коллонтай М. Стратегия управления предприятием [Текст] / М. Коллонтай // Директор. - 2002. - №5. - С. 27-30.
9. Крутик А.Б., Муравьев А.И. Антикризисный менеджмент. - СПб.: Питер, 2001. - 432 с.
10. Кузнецов Ю.В., Подлесных В.И., Абакумов В.В. [и др.] Менеджмент: Учебное пособие для ВУЗов.- СПб.: Бизнес-пресса, 2001.
11. Любимова Н.Г. Менеджмент - путь к успеху. - М.: Агропромиздат, 1992.
12. Паркинсон С. Искусство управления / Паркинсон С., Рустомжи М.; Перевод с англ. Савельев К. - М.: Агенство «Фаир», 1997. - 272 с.
13. Пиличев Н.А. Управление агропромышленным производством.- М.: Колос, 2000. - 296 с.
14. Попов Н.А. Экономика сельского хозяйства с основами агроэкономики и сельского предпринимательства: Учебник / Н.А. Попов; Ассоциация авторов и издателей «Тандем». - М: ЭКМОС, 1999. - 352 с.
15. Практикум по управлению сельскохозяйственным производством / Г.И. Будылкин, Ю.В. Королев, В.В. Прошин [и др.]; Под ред. Г.И. Будылкина. - М.: Агропромиздат, 1986. - 192 с.

16. Психология менеджмента: Учебник / Ред. проф. Никифоров Г.С. - СПб.: Издательство С.-Петербургского университета, 2000. - 572 с.
17. Секреты умелого руководителя / Сост. И.В. Липсис. - М.: Экономика, 1991.
18. Сегедов П.С. Основы менеджмента и маркетинга: Уч. пособие. - Мн.: Высшая школа, 1999.
19. Сиваков И.Ф., Соколова Т.П., Чудилин Г.И. Экономический анализ и диагностика деятельности сельскохозяйственных предприятий: Уч. пособие. - М.: ИИЦ «Статистика России», 2005. - 271 с.
20. Тейлор Ф.У. Менеджмент / Ф.У. Тейлор; Пер. с англ. Зак А.И. - М.: Журнал «Контроллинг», 1992. - 137 с.
21. Тьетар Р.А. Менеджмент: научно- популярная литература / Р.А. Тьетар; Пер. с франц. Логаш О.А., Научн. конс. Ярмольская Д.О. - 10-е изд. - СПб.: Нева, 2003. - 93 с.
22. Управление - это наука и искусство / Ф. Тейлор [и др.]. - М.: Республика, 1992.
23. Шейнов В.П. Социально психологические основы менеджмента: Уч. пособие / Шейнов В.П. - Мн.: Ин-т упавления, 1997. - 132 с.
24. Штейнберг А.Г. Мужской характер женского менеджмента [Текст] / А.Г. Штейнберг // Социс. - 2002. - №11. - С. 77-82.

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ПО
ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ
СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине	Решения, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
1. Маркетинг	Менеджмента, маркетинга и права		
2. Основы менеджмента и делопроизводства	Менеджмента, маркетинга и права		

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ПО
ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ
СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине	Решения, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
1.Маркетинг с основами логистики	Менеджмента, маркетинга и права		

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ
ПО ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
на ____/____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
менеджмента, маркетинга и права
(протокол № ____ от « ____ » _____ 20 __ г.)

Заведующий кафедрой _____

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета _____

РЕПОЗИТОРІЙ ГТАУ

РЕПОЗИТОРІЙ ГТАУ