Учреждение образования
«Гродненский государственный аграрный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор учреждения образования
«Гродненский государственный
аграрный университет»
_____В. К. Пестис
«___» _____ 2016 г.
Регистрационный № УД_____/уч.

ЭКОНОМИКА, МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ОТРАСЛИ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине для специальности:

1-49 01 02 - Технология хранения и переработки животного сырья

2016 г.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 1-49 01 01-2013, введенного постановлением министерства образования Республики Беларусь от 30.08.2013 г. №88.

СОСТАВИТЕЛИ:

И.Н.Дорошкевич, к.э.н., доцент кафедры кафедры менеджмента, маркетинга и права
А.С.Чернов, к.с.-х.н., старший преподаватель кафедры менеджмента, маркетинга и права
Т.М.Котяк, старший преподаватель кафедры экономики АПК
В.А.Поливко, старший преподаватель кафедры экономики АПК

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Н.Н.Батова, ведущий научный сотрудник сектора продовольственной безопасности Государственного предприятия “Иинститут системных исследований в АПК НАН Беларуси”, к.э.н.

В.Г.Тимощенко, к.с.-х.н., доцент кафедры организации в АПК УО «Гродненский государственный аграрный университет»

РЕКОМЕНДОВАНА И УТВЕРЖДЕНА:

Кафедрой менеджмента, маркетинга и права
(протокол №10 от 05.05.2016)

Кафедрой экономики АПК
(протокол №10 от 12.05.2016)

Учебно-методическим советом УО “ГГАУ”
(протокол №____ от _____.2016)

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Актуальность изучения дисциплины

Правильное осуществление управленческой деятельности требует от руководителей и специалистов не только высоких профессиональных знаний для выполнения производственной программы в своей области деятельности, в частности технологии хранения и переработки растительного сырья, но и глубокого понимания экономических процессов, умения правильно подбирать и расставлять кадры, организовывать и координировать 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 «Экономика, менеджмент и маркетинг в отрасли», приобрел знания о работе с кадрами управления, об организации и мотивации их труда, научился управлять конфликтами и формировать благоприятный социально-психологический климат в коллективе, освоил основные правила формирования товарной, сбытовой, ценовой политики в процессе производственной деятельности, а также грамотно ориентировался в вопросах маркетинговых исследований и системы маркетинговых коммуникаций.

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

Дисциплина относится к общепрофессиональным и специальным дисциплинам, осваиваемых студентами специальности 1-49 01 02 – «Технология хранения и переработки животного сырья».

Освоение дисциплины базируется на компетенциях, приобретенных ранее студентами при изучении достижений и закономерностей биологических, технических, технологических, социальных и других наук.

Цель и задачи учебной дисциплины

Цель дисциплины – развитие и закрепление академических и социально-личностных компетенций, формирование знаний, умений и профессиональных компетенций по менеджменту и маркетингу в отрасли, научить решать комплексные экономические задачи.

Задачами дисциплины являются:

- познать экономические законы, которые определяют национальное поведение человека в сфере производства транспортировки хранения, переработки, распределения и потребления продукции;
- усвоить основные экономические принципы, правила и инструменты, которые должны определять развитие экономики;
- рассмотреть и изучить все аспекты практического функционирования организаций отрасли

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

- формирование у студентов комплекса знаний о менеджменте и маркетинге в сельскохозяйственном производстве;

- изучение организации и структуры управления в сельскохозяйственных предприятиях;

- раскрытие содержания работы с кадрами управления, организации и мотивации их труда;

- приобретение навыков по управлению конфликтами и формированию социально-психологического климата в коллективе;

- приобретение знаний о планировании маркетинговой деятельности предприятия и сегментации рынка;

- знакомство с товарной, сбытовой и ценовой политикой предприятий;

- приобретение знаний по технологии формирования системы маркетинговых коммуникаций.

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.

СЛК-3. ясно формулировать собственную позицию, находить и четко излагать аргументы в ее защиту.

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

ПК-1. Грамотно применять основные законы, закономерности и принципы менеджмента на предприятиях АПК, с учетом современных научных достижений;

ПК-2. Сбалансировано сочетать различные методы управления персоналом;

ПК-3. Компетентно ориентироваться в особенностях управления предприятиями различных организационно-правовых форм хозяйствования;

ПК-4. На основе современных методик компетентно и оперативно принимать управленческие решения;

ПК-5. Сбалансировано сочетать различные подходы к формированию товарной и построения сбытовой политики предприятия;

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

ПК-6. Уметь анализировать ценовую политику, посредством изучения основных факторов ценообразования и корректировки цен;

ПК-7. Компетентно ориентироваться в особенностях системы маркетинговых коммуникаций;

ПК-8. На основе современных методик компетентно и оперативно проводить маркетинговые исследования рынка продукции АПК;

ПК-9. Работать с научной и специализированной литературой.

Для приобретения профессиональных компетенций ПК-1 - ПК-9 в результате изучения дисциплины студент

Должен **знать:**

– основные направления повышения эффективности производства на предприятии;

– показатели интенсивности и эффективности использования основного и оборотного капитала и трудовых ресурсов;

– затраты, включаемые в себестоимость продукции;

– виды прибыли и рентабельность;

– методы организации производства;

– производственную инфраструктуру;

– виды организации труда и его нормирование;

– содержание маркетинговой деятельности предприятии;

– функции и методы управления предприятием;

– технику индивидуальной и групповой работы менеджера.

Должен **уметь**:

– анализировать показатели использования ресурсов предприятия;

– организовывать производство с учетом его типа;

– анализировать организационные структуры менеджмента;

– проводить маркетинговые исследования.

Должен **владеть**:

– методикой расчета показателей эффективности инвестиций в основной капитал;

– методикой расчета технико-экономических показателей;

– методикой расчета основных параметров поточных линий;

– методикой расчета непроизводительных потерь рабочего времени с помощью фотографии рабочего дня и хронометражного наблюдения.

Структура содержания учебной дисциплины

Содержание дисциплины представлено в виде тем, которые характеризуются относительно самостоятельными укрупненными дидактическим единицами содержания обучения. Содержание тем опирается на приобретенные ранее студентами компетенции при изучении биологических, технических, технологических, социальных и других дисциплин.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№	Название раздела и темы	Всего часов	В том числе		
			лекций	семинарских (практических)	самостоятельная работа
Модуль 1. Методологические основы экономики межотраслевого характера					
1.	Классификация отраслей	6	4	2	
2.	Понятие организации, ее основные признаки	10	8	2	
Модуль 2. Ресурсный потенциал организаций отрасли и эффективность его использования					
3.	Основной и оборотный капитал, трудовые ресурсы организации	12	6	2	4
4.	Производительность и оплата труда	6	2	2	2
5.	Материально-техническое обеспечение предприятий отрасли	6	4	2	
Модуль 3. Функционирование и развитие организаций отрасли					
6.	Налогообложение и ценообразование на предприятии	6	4	2	
7.	Формы общественной организации производства	8	4	4	
8.	Затраты на производство и себестоимость продукции	8	4	4	
Модуль 4. Результативность деятельности организаций отрасли					
9.	Производственная мощность организаций отрасли	6	4	2	
10.	Доход, производственная программа организации отрасли, прибыль, рентабельность	6	4	2	
11.	Оценка эффективности производственной деятельности организации отрасли и технико-экономический выбор	6	2	2	2

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

	технических решений				
Модуль 5. Менеджмент					
12.	Менеджмент, его основные функции и принципы	8	4	2	2
13.	Организационные структуры управления	6	4	2	
14.	Организация деятельности предприятия	6	4	2	
15.	Научная организация и техническое нормирование труда	8	6	2	
16.	Организация технического контроля качества продукции	8	4	2	2
17	Технология и техника управления	8	6	2	
18	Управление персоналом, малыми коллективами исполнителей	10	6	4	
Модуль 6. Маркетинг					
19.	Сущность и содержание маркетинга	8	4	2	2
20.	Маркетинговые исследования рынка	8	4	4	
21.	Ценовая политика и система товародвижения в маркетинге	10	6	4	
22	Организация службы маркетинга на предприятии отрасли	8	6	2	
23	Система маркетинговых коммуникаций	8	6	2	
ИТОГО		**176**	***106***	***56***	***14***

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

МОДУЛЬ I. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ ОТРАСЛИ МЕЖОТРАСЛЕВОГО ХАРАКТЕРА

Тема 1. Классификация отраслей

Лекция

Задачи и связь экономики отрасли с другими науками. Значение ее в понимании экономических процессов, происходящих в отрасли и системе АПК в целом. Терминология, обобщения, факты, убеждения, экономические цели. Уровни экономической деятельности, методы исследования в экономике.

Отраслевая структура экономики Республики Беларусь. Производственная и непроизводственная сферы народнохозяйственного комплекса РБ. Три вида разделения труда на уровне народного хозяйства в целом. Основные понятия экономики: экономические категории, законы и показатели (относительные показатели и показатели прироста). Основные показатели экономической эффективности работы организаций отрасли.

Сущность отрасли и общая характеристика пищевой промышленности Беларуси. Понятие и значение пищевой промышленности. Особенности производства пищевой промышленности. Классификация отраслей по различным признакам. Понятие отраслевой структуры. Управление отраслевой структурой.

Производственные и экономические связи между отраслями. Экономическая и социальная эффективность отраслей. Понятие и определение конечного продукта и его стоимости. Факторы экономической эффективности отраслей. Социальная эффективность в отраслях.

Сущность и значение инфраструктуры. Роль аграрной инфраструктуры в углублении труда и повышении эффективности предприятий отрасли . Производственная, социальная, аграрная инфраструктура и их экономическое значение.

Практические занятия

Ознакомление с предметом, методами, целями и задачами экономики отрасли, выявление межотраслевых связей между отраслями экономики. Анализ предпосылок создания промышленного производства, его задач и особенностей. Изучение состава промышленности и классификации отраслей. Определение места и роли пищевой промышленности в системе народного хозяйства, выявление актуальных проблем их функционирования.

Тема 2. Понятие организации, ее основные признаки

Лекция

Организация – главный хозяйствующий субъект рыночной экономики. Другие субъекты рыночной экономики. Виды хозяйствующих субъектов рыночной экономики. Понятие, основные черты организации отрасли. Задачи организации, как средство достижения цели производства.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

Классификация предприятий по следующим признакам: по отраслевой принадлежности, общности производственного профиля, размерам (выпускаемой продукции, перерабатываемого сырья, мощности, численности работников), по степени специализации, условиям работы, форме собственности, уровню оснащенности.

Производственная структура предприятия. Факторы, влияющие на производственную структуру организации. Составляющие производственной структуры. Понятие рынка. Предпосылки успешного функционирования рынка. Основные функции и свойства рынка. Товар, товарно-денежные отношения и товарность производства. Основные свойства товара, основные составляющие стоимости товара. Основные законы функционирования рыночных отношений в организациях отрасли. Факторы, способствующие росту товарности производства. Качество товарной продукции: факторы и элементы формирующие качество продукции. Конкурентоспособность продукции.

Понятие и развитие государственного регулирования экономики отрасли. Основные задачи и инструменты государственного регулирования экономики.

Научно-технический прогресс: сущность и формы. Основные направления научно-технического прогресса. Направления повышения эффективности НТП в отрасли. Инновации: понятие, виды. Инновационная деятельность. Экономическая эффективность инноваций.

Инвестиции: сущность, состав, структура. Объекты и субъекты инвестиций. Классификация инвестиций. Цель и источники инвестирования в условиях рынка. Показатели повышения эффективности использования капитальных вложений. Срок окупаемости как показатель оценки эффективности инвестиционного проекта.

Экономическая сущность и значение расширенного воспроизводства Понятие, сущность простого и расширенного воспроизводства. Показатели расширенного воспроизводства. Условия и источники расширенного воспроизводства в организациях отрасли. Источники накопления: доходы предприятий и порядок их распределения. Воспроизводство и распределение валового продукта.

Практическое занятие.

Определение целей, задач, функций и изучение процесса создания организации (предприятия), выявление характерных признаков предприятия. Изучение теоретических основ товарно-денежных и основных законов функционирования рыночных отношений в организациях отрасли. Изучение системы показателей развития и эффективности внедрения достижений научно-технического прогресса и освоение методики их расчета. Общая и сравнительная экономическая эффективность капитальных вложений (инвестиций), система показателей и методика их расчета. Показатели расширенного воспроизводства и методика их определения.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

МОДУЛЬ II. РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОРГАНИЗАЦИЙ ОТРАСЛИ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Тема 3. Основной и оборотный капитал, трудовые ресурсы организации

Лекция

Основные производственные фонды: сущность, состав, структура и классификация. Оценка основных производственных фондов: натуральная, стоимостная. Виды стоимостной оценки основных фондов. Факторы, определяющие структуру основных производственных фондов. Показатели эффективности использования основных фондов. Проблемы повышения эффективности использования основных фондов в организации. Износ: сущность, виды. Методы оценки физического и морального износа основных фондов. Проблемы замедления износа. Амортизация основных фондов: сущность и назначение. Нормы амортизации и методика их расчета. Способы начисления амортизации: линейный, нелинейный и производительный. Необходимость и проблемы обновления основных производственных фондов.

Сущность, состав и структура оборотных средств. Классификация оборотных средств. Оборотные производственные фонды: состав, структура и назначение. Методы оценки эффективности их использования.

Фонды обращения: сущность, состав и структура. Кругооборот оборотных средств. Влияние отраслевых особенностей на структуру оборотных средств. Источники формирования оборотных средств и их экономическая оценка. Факторы, влияющие на эффективность использования оборотных средств. Показатели эффективности использования оборотных средств. Пути повышения эффективности использования оборотных средств. Влияние ускорения оборачиваемости оборотных средств на экономику организации.

Понятие труда и трудовых ресурсов. Аспекты труда. Классификация по статусу занятости. Персонал организации (предприятия): сущность, состав, структура, классификация и влияние на экономику. Промышленно-производственный персонал. Формы подготовки и повышения квалификации персонала в условиях рыночной среды.

Планирование численности работающих в организации. Баланс рабочего времени: сущность и назначение. Показатели обеспеченности и эффективности использования трудовых ресурсов

Практическое занятие.

Изучение и анализ структуры основных средств, системы показателей экономической эффективности использования основных средств и освоение методики их определения. Изучение системы показателей эффективности использования оборотных средств и освоение методики их расчета. Изучение показателей наличия и движения трудовых ресурсов, освоение методики их расчета.

Тема 4. Производительность и оплате труда

Лекция

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

Производительность труда: понятие, показатели, измерители. Натуральный, стоимостной и трудовой методы измерения производительности труда: область применения, достоинства и недостатки. Трудоемкость как показатель производительности труда. Виды трудоемкости и области их эффективного применения.

Планирование трудоемкости и производительности труда: методы и порядок расчета. Резервы роста производительности труда. Стимулирование роста производительности труда. Проблемы повышения производительности труда в организации.

Сущность и виды оплаты труда. Функции оплаты труда. Воспроизводственная, стимулирующая и компенсационная функции заработной платы. Принципы организации оплаты труда. Оценка стоимости рабочей силы. Номинальная и реальная заработная плата. Государственное регулирование оплаты труда.

Практическое занятие.

Изучение системы показателей производительности труда и освоение методики их расчета.

Тема 5. Материально-технической обеспечение предприятий отрасли

Лекция

Материально-технические ресурсы организации: понятие, состав, структура. Методы оценки и проблемы обеспечения эффективности использования материально-сырьевых и топливно-энергетических ресурсов.

Отходы производства: пути их рационального использования и минимизации. Планирование потребности организации в материально-технических ресурсах. Показатели уровня использования материально-сырьевых и топливно-энергетических ресурсов. Нормирование расхода материалов: сущность, виды. Классификация норм расхода материальных ресурсов.

Направления повышения эффективности использования материально-технических ресурсов в организации. Ресурсо- и энергосберегающая деятельность организации: оценка, направления совершенствования.

Практическое занятие.

Оценить величину сырьевых ресурсов пищевой промышленности. Определить экономический эффект от совершенствования сырьевой зоны перерабатывающего предприятия.

МОДУЛЬ III. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ОРГАНИЗАЦИЙ ОТРАСЛИ

Тема 6. Налогообложение и ценообразование на предприятии

Лекция

Понятие налогов и сборов. Экономическое содержание и сущность налогов. Основные функции и классификация налогов по различным

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

признакам. Понятие налоговой системы. Единые принципы налоговой системы. Система налогообложения предприятий РБ. Обязательные платежи. Упрощенная система уплаты налогов. Налогоплательщики, их права и обязанности.

Цена, понятие и функции цен. Сущность цен и их значение в отрасли. Функции цен. Основные проблемы формирования цен в отрасли. Система цен. Понятие системы цен. Виды цен. Факторы, влияющие на цены. Принципы ценообразования. Основы свободного рыночного ценообразования. Задачи целевой и финансово – кредитной политики РБ. Этапы формирования цен.

Механизм ценообразования. Понятие механизма, подходы к формированию цен. Ценообразующие составляющие. Сущность затратного и рыночного метода формирования цены на сельскохозяйственную продукцию.

Практическое занятие.

Изучение основных принципов и освоение методов ценообразования, выявление основных направлений совершенствования ценообразования на предприятиях отрасли. Определение экономического содержания, сущности и функций налогов, изучение их классификации.

Тема 7. Формы общественной организации производства в отрасли

Лекция

Рациональное размещение промышленности наряду с научно-техническим прогрессом и масштабом производства как важнейшее условие успешного функционирования отрасли. Закономерности и принципы рационального размещения. Особенности размещения пищевой промышленности.

Концентрация производства: сущность, формы, показатели концентрации производства. Экономическое значение концентрации производства. Оценка последствий концентрации производства. Оптимальные размеры производства. Экономическая эффективность концентрации: факторы, методика ее определения.

Специализация производства: сущность, формы. Экономическое значение специализации производства. Стандартизация и унификация как предпосылки специализации производства, их экономическая эффективность. Минимально допустимые размеры специализированных производств. Система показателей уровня специализации производства. Оценка последствий специализации производства.

Кооперирование производства: сущность, формы. Показатели уровня кооперирования промпроизводства. Экономическое значение кооперирования производства. Методика оценки эффективности кооперирования.

Сущность комбинирования производства, его формы, предпосылки развития, показатели оценки уровня. Экономическая эффективность комбинирования и методика ее определения.

Практическое занятие.

Определить целесообразность углубления специализации и кооперирования.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

Тема 8. Затраты на производство и себестоимость продукции.

Лекция

Экономические содержание издержек производства и реализации продукции. Издержки предприятия: сущность и источники покрытия. Виды и классификация издержек. Особенности постоянных и переменных издержек.

Структура издержек и факторы, ее определяющие. Влияние отраслевых особенностей на структуру издержек производства и реализации продукции. Затраты производственных ресурсов при производстве и реализации продукции. Элементы затрат: характеристика и экономическая оценка.

Себестоимость продукции: сущность, классификация, показатели. Методы калькуляции себестоимости. Особенности определения себестоимости продукции в комплексных отраслях. Смета затрат на производство и реализацию продукции: назначение, формирование. Разработка плановой калькуляции себестоимости. Планирование себестоимости: методы, порядок расчета. Государственное регулирование себестоимости продукции. Зарубежный опыт управления себестоимостью продукции. Взаимосвязь себестоимости и стоимости продукции. Проблемы снижения издержек организации (предприятия) и себестоимости продукции.

Практическое занятие.

Изучение структуры себестоимости пищевой продукции, составление калькуляции затрат на производство и реализацию продукции.

МОДУЛЬ IV. РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ОТРАСЛИ

Тема 9. Производственная мощность организаций отрасли

Лекция

Понятие производственной мощности организации. Главная цель показателя мощности. Факторы определяющие величину производственно мощности.

Методика расчета производственной мощности. Определение основных показателей, определяющих производственную мощность предприятий.

Пути повышения использования производственной мощности организации отрасли. Понятие вспомогательных производств.

Практическое занятие.

Определение основных показателей, характеризующих производственную мощность предприятий, и освоение методики расчета производственной мощности предприятия.

Тема 10. Доход, производственная программа организации отрасли, прибыль, рентабельность

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

Лекция Доход: сущность и виды. Методы определения дохода организации (предприятия). Факторы, влияющие на величину дохода организации (предприятия).

Производственная программа: содержание, измерители и показатели

Прибыль организации: сущность, виды, функции, механизм формирования и использования. Оценка резервов повышения прибыли. Пути увеличения прибыли организации за счет различных источников.

Рентабельность: сущность, виды, показатели и методика их расчета. Взаимосвязь показателей рентабельности с другими показателями хозяйственной деятельности организации. Финансовые результаты деятельности организации. Обоснование направлений повышения прибыльности деятельности организации.

Практическое занятие.

Изучение методов определения дохода предприятия. Финансовые результаты деятельности организации и методика их определения.

Тема 11. Оценка эффективности производственной деятельности организации отрасли и технико-экономический выбор технических решений

Лекция

Сущность и критерии эффективной деятельности предприятий отрасли. Экономическая эффективность деятельности предприятий: понятие, сущность, особенности, проблемы и практика их разрешения.

Методология оценки основных технико-экономических показателей деятельности предприятий. Методические подходы к оценке эффективности деятельности предприятий отрасли и их сравнительная характеристика.

Анализ и пути повышения эффективности производственной деятельности организации отрасли.

Практическое занятие.

Изучение методологии оценки основных технико-экономических показателей деятельности предприятий.

МОДУЛЬ V. МЕНЕДЖМЕНТ

Тема 12. Менеджмент, его основные функции и принципы

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

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

закономерностями управления. Классификация принципов управления, их содержание.

Функции управления как определённый вид деятельности работника управления. Классификация функций управления по общему и частному (специфическому) принципам.Современные 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, наука управления, математическая (количественный подход). Подходы: процессный, системный, ситуационный и другие.

Японский менеджмент, его специфика. Развитие управления в странах СНГ и Республике Беларусь.

Тема 13. Организационные структуры управления

Структуры в организации. Их определение, элементы звенья, ступени, уровни иерархии. Виды структур организации, их отличия. Механическая и органическая управленческие структуры в организации, их отличительные признаки. Системы связей в организации (линейные, функциональные, комбинированные), их достоинства и недостатки. Классификация механических структур как отделенческие, комбинированные, отраслевые (цеховые); их характеристика.

Симптомы структурного несоответствия. Факторы нежелания смены структуры управления. Принципы построения структур управления.

Понятие и виды сельскохозяйственных предприятий и объединений. Основные принципы организации сельскохозяйственных предприятий и объединений, их производственная и организационная структура. Управление в различных организационно-правовых формах. Организация управления в унитарных предприятиях (УП). Организация управления в сельскохозяйственных производственных кооперативах (СПК). Организация управления в хозяйственных обществах (ООО, АО).

Тема 14. Организация деятельности предприятия

Алгоритм регистрации коммерческого юридического лица производственной направленности. Производственный процесс и его образующие. Принципы организации производственного процесса. Производственная структура организации. Производственный цикл, его особенности. Методы организации производства: поточное и непоточное производство, их специфические отличия. Производственная инфраструктура.

Тема 15. Научная организация и техническое нормирование труда

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

Понятие управленческого труда, его особенности. Личность как объект управления. Понятие самоуправления и саморазвития личности и его алгоритм. Графики формирования жизненного цикла самореализации. Специфика деятельности менеджера. Роли и функции менеджера. Параметры эффективного менеджера. Личностные качества руководителя. Факторы успешной деятельности менеджера. Требования к менеджеру. Основные ограничения. Типы управляющих. Социальные основы поведения личности. Модели поведения руководителей.

Требования к рабочему месту, освещению, температурному режиму руководителя и менеджера. Размещение оборудования в рабочем кабинете. Основы нормирования рабочего времени. Методики оценки затрат рабочего времени

Понятие и представление карьеры. Составляющие карьерного роста: качества, навыки, знания, культура, искусство, статус. Траектории карьерного продвижения менеджера. Жизненный цикл менеджера как объект управления. Управление карьерой менеджера.

Тема 16. Организация технического контроля качества продукции

Понятие качества, его показатели. Организация контроля качества на промышленном предприятии. Методы оценки качества. Петля качества. Концепция всеобщего управления качеством. Постулаты Э. Деминга. Качество и конкурентоспособность. Реакция потребителя на качество продукта. Стандартизация и сертификация продукции и производства. Международная система качества: стандарты ИСО. Инструменты повышения качества продукции. Партисипативная система управления качеством. Кружки качества.

Тема 17. Технология и техника управления

Понятие и содержание власти. Источники власти на личностной основе: экспертная власть, власть примера, право на власть, власть информации, потребность во власти. Источники власти, имеющие организационную основу: принятие решений, вознаграждение и принуждение, власть над ресурсами, власть связей. Формы авторитета. Понятие доверия. Отношения управления менеджера и лидера. Содержание и цикличность типов отношений управления. Стили руководства: авторитарный, демократический, нейтральный, непоследовательный, алогичный.

Основные теории мотивации. Сущность и содержание мотивации менеджера. Позиционирование интересов менеджера организации. Комплекс мотивов деятельности менеджера: безопасность, жизнедеятельность, комфорт, стабильность, развитие, наблюдение, исследование, переживание, ориентация, знание. Комплекс задач мотивации менеджера. Сравнительный анализ мотивов и стимулов менеджера. Механизм активизации менеджера в организации.

Понятие конфликта, его значение и функции. Классификация конфликтов. Причины конфликта и конфликтных ситуаций. Характеристика

конфликтной ситуации, динамика ее развития. Методы преодоления (решения) конфликтов. Методики управления конфликтом. Формы и пути разрешения конфликтов. Причины конфликтов: четыре группы (ценностные, поведенческие, информационные, структурные). Модель конфликта. Типология конфликтов. Поведение в конфликте. Конфликт - менеджмент: алгоритм переговоров по разрешению конфликтов, психологические правила разрешения конфликтов.

Тема 18. Управление персоналом, малыми коллективами исполнителей

Основы управления персоналом. Понятие и классификация персонала. Методы найма персонала. Управление процессом вхождения человека в организацию: обучение - влияние на процесс адаптации работника - усвоение норм и ценностей - развитие чувства ответственности - завершение процесса включения работника в организацию. Формирование расположения сотрудника к организации.

Задачи и функции кадровых служб. Кадровый потенциал. Кадровый цикл. Мониторинг персонала. Современные методы оценки персонала. Аттестация персонала. Подбор, приобретение и развитие (индивидуальное, групповое и организационное) персонала. Понятие карьеры, ее этапы, составляющие карьерного роста.

МОДУЛЬ VI. МАРКЕТИНГ

Тема 19. Сущность и содержание маркетинга

Маркетинг, как философия бизнеса. Сущность маркетинга. Основные понятия маркетинга: нужда, потребность, запрос, товар, рынок, обмен. Эволюционное развитие маркетинга.

Концепция маркетинга. Концепции предпринимательской деятельности. Концепция совершенствования производства. Концепция совершенствования товара. Концепция интенсификации коммерческих усилий. Концепция социально-этичного маркетинга.

Сущность маркетинговой среды предприятия. Факторы внешней среды организации прямого и косвенного воздействия, их характеристика и особенности воздействия. Методики оценки факторов внешней среды: PEST и SWOT-анализ. Внутренние переменные организации, их характеристика.

Понятие товарной политики (стратегии) предприятия. Задачи разработки товарной политики. Основные подходы, используемые при разработке товарной политики. Задачи товарной политики.

Факторы маркетинга, учитываемые на различных стадиях кривой ЖЦТ. Способы продления ЖЦТ: модификация рынка; модификация средств маркетинга; модификация товара. Внедрение на рынок товаров в зависимости от стадии ЖЦТ. Оптимальный ассортимент товаров.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

Классификация товаров относительной рыночной новизны. Товары с коренными усовершенствованиями. Этапы создания нового товара. Поиск идей о товарах. Отбор идей. Разработка концепции нового товара. Оценка перспектив производства и сбыта. Разработка товара. Испытания в рыночных условиях. Производственное и коммерческое освоение.

Фирменное имя. Фирменный знак. Товарная марка. История возникновения товарного знака. Перечень причин, не допускающих регистрацию товарного знака. Функции товарного знака. Санкции, применяемые в случае незаконного использования товарного знака. Упаковка как рыночный атрибут. Требования к упаковке. Факторы, влияющие на вид упаковки. Руководство по эксплуатации. Паспорт. Этикетка. Памятки по уходу. Штриховое кодирование.

Тема 20. Маркетинговые исследования рынка

Понятие маркетинговых исследований (МИ), их классификация. Понимание потребителя. Теоретические аспекты спроса на продукты питания. Потребительское поведение, его анализ и разность подходов. Виды покупательского поведения. Эластичность спроса на продукты и ее взаимосвязь с уровнем дохода и ценой. Особенности изменения спроса на различные продукты питания. Модели прогнозирования покупательского поведения. Процесс принятия решения о покупке.

Классификация рынков, их характеристика. Определение емкости и доли рынка.

Цель и задачи сегментации рынка. Географические признаки сегментации и их классификация. Демографические признаки сегментации. Сегментация потребителей по этапам жизненного цикла. Социально-экономические признаки сегментации. Субъективные специфические признаки: психографические и поведенческие.

Признаки сегментации, по которым делится рынок товаров производственного назначения, и их характеристика. Определение потенциала сегмента рынка. Оценка доступности и существенности сегмента. Анализ возможностей освоения сегмента.

Тема 21. Ценовая политика и система товародвижения в маркетинге

Маркетинговое понимание цены. Рыночная среда и ее виды в зависимости от того, кто контролирует цены. Потребители и их влияние на цену товара. Участники каналов товародвижения. Роль государства в процессе ценообразования: фиксированные цены; регулируемые государством цены; свободные договорные цены.

Максимизация текущей прибыли. Выживание на рынке. Лидерство на рынке. Лидерство в качестве товаров. Основные методы маркетингового ценообразования и их характеристика. Методы на основе издержек и сфера их применения. Методы ценообразования с ориентацией на уровень конкуренции.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

Стратегия снятия сливок и ее характеристика. Стратегия проникновения на рынок: ее преимущества и недостатки.

Регулирование цен с ориентацией на спрос. Психологическое ценообразование. Выстраивание цен. Поощрительное ценообразование. Скидки с цены: их виды и характеристика. Количественные скидки. Кассовые скидки. Торговые скидки. Стимулирующие и сезонные скидки.

Сущность сбытовой политики. Задачи сбытовой политики. Основные факторы, учитываемые при разработке политики.

Понятие канала сбыта. Функции каналов сбыта. Уровень канала сбыта. Канал нулевого уровня. Двух- , трех- и четырехуровневый канал сбыта. Ширина канала сбыта. Характеристика основных методов сбыта товара. Прямой сбыт. Косвенный сбыт. Комбинированный сбыт. Причины использования того или иного метода сбыта.

Составляющие работы с посредниками. Руководство для выбора посредников. Принципы работы с посредниками и их характеристика. Экстенсивный сбыт. Исключительный сбыт. Селективный сбыт. Понятие технического обслуживания. Предпродажный сервис. Послепродажный сервис. Гарантийное обслуживание. Послегарантийное обслуживание. Варианты организации сервиса.

Тема 22. Организация службы маркетинга на предприятии

Планирование программы маркетинга. Понятие планирования и стратегического планирования. Основные задачи процесса планирования. Этапы планирования и их суть. Классификация целей предприятия. Требования к целям.

Глобальные базовые направления маркетинговых стратегий. Стратегия сегментации. Стратегия диверсификации. Стратегия интернационализации. Причины изменения используемой на предприятии стратегии.

Матрица И. Ансоффа и ее характеристика. Стратегия глубокого проникновения на рынок. Стратегия разработки товара. Стратегия развития рынка. Стратегия диверсификации. Матрица БКГ и анализ товарных групп в рамках данной матрицы. Атакующая стратегия. Оборонительная стратегия. Стратегия отступления. Модель конкуренции Портера. Достижение конкурентных преимуществ по издержкам и специализации. Стратегия массового маркетинга.

Причины разработки маркетинговых программ и их характеристика. Классификация программ. Структура маркетинговых программ.

Обоснование формирования бюджета маркетинга. Финансирование «от возможностей». Метод «фиксированного процента». Метод «соответствия конкуренту». Метод максимальных расходов. Метод на основе целей и задач. Метод учета программы маркетинга.

Организационные структуры управления маркетингом на предприятии.

Тема 23. Система маркетинговых коммуникаций

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

Основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций и их характеристика. Применение элементов в зависимости от группы товаров.

Определение целей и задач коммуникационной стратегии. Выбор стратегии. Определение структуры комплекса маркетинговых коммуникаций. Разработка коммуникационного бюджета. Анализ результатов. Целевая аудитория. Стратегия проталкивания. Стратегия вынуждения.

Определение рекламной деятельности. Товарная реклама. Реклама в целях создания престижа предприятия. Непосредственная и косвенная реклама. Условия эффективности рекламной компании.

Определение целей рекламы. Принятие решения о рекламном обращении. Выбор средств распространения рекламы. Разработка рекламного бюджета. Оценка эффективности рекламной деятельности.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА

для специальности 1-49 01 02 - Технология хранения и переработки животного сырья

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, методические пособия и др.)	Литература	Формы контроля знаний
			Лекции	Практические (семинарские) занятия	Контролируемая самостоятельная				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	МОДУЛЬ I. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ ОТРАСЛИ МЕЖОТРАСЛЕВОГО ХАРАКТЕРА	16	12	4					
	Классификация отраслей 1.1. Задачи, объект изучения и методологические основы дисциплины. 1.2. Отраслевая структура экономики Беларуси. 1.3.Основные понятия экономики: категории, законы и показатели 1.4. Понятие и классификация отраслей. Место пищевой промышленности в системе национальной экономики и АПК. 1.5.Управление отраслевой структурой 1.6. Понятие и сущность инфраструктуры в	6	4	2				[2,3, 4,9,11, 15]	Устный опрос по теме

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

	отраслях								
	Понятие организации, ее основные признаки 2.1.Основные черты и задачи организации 2.2. Классификация предприятий 2.3. Производственная структура организации 2.4.Рыночная среда функционирования организации. 2.5.Государственное регулирование в условиях рынка 2.6.Основные направления развития организаций отрасли *Итоговое занятие по модулю 1*	10	8	2				[1, 6,8,10, 11, 12]	Коллоквиум
	МОДУЛЬ II. РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОРГАНИЗАЦИЙ ОТРАСЛИ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ	24	12	6	6				
	Основной и оборотный капитал, трудовые ресурсы организации 3.1. Основной капитал организаций отрасли 3.2.Оборотный капитал организации отрасли и его использование 3.3.Трудовые ресурсы организаций отрасли	12	6	2	4			[1,2, 4,9, 11,12]	Устный опрос по теме. Практическое задание
	Производительность и оплата труда 4.1.Баланс рабочего времени одного работающего 4.2.Понятие и показатели	6	2	2	2			[1,2, 4,9, 11,12]	Устный опрос по теме. Практическое задание

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

	производительности труда 4.3.Планирование роста производительности труда 4.4. Оплата труда в организациях отрасли								
	Материально-техническое обеспечение предприятий отрасли 5.1. Материально-технические ресурсы: понятие, состав, структура. 5.2. Показатели уровня использования материально-технических ресурсов. 5.3. Направления повышения эффективности использования и экономии материально-технических ресурсов *Итоговое занятие по модулю 2*	6	4	2				[1,2, 4,9, 11,12]	Защита практических работ Коллоквиум
	МОДУЛЬ III. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ОРГАНИЗАЦИЙ ОТРАСЛИ	22	16	10					
	Налогообложение и ценообразование на предприятии 6.1. Понятие, функции и классификация налогов 6.2. Понятие и принципы налоговой системы. Система налогообложения предприятий 6.3. Налогоплательщики, их права и обязанности 6.4. Понятие и функции цены. 6.5. Системе цен на продукцию организаций	6	4	2				[1,3,5,6 ,10,13]	Тестирование

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

	отрасли 6.6. Принципы и механизм ценообразования								
	Формы общественной организации производства 7.1. Размещение, как условие успешного функционирования отрасли 7.2. Концентрация производства 7.3. Специализация производства 7.4. Производственное кооперирование 7.5. Агропромышленная интеграция 7.6. Комбинирование производства	8	4	4				[1,2,4,8,11,12]	Устный опрос по теме Практическое задание
	Затраты на производство и себестоимость продукции. 8.1. Понятие себестоимости продукции 8.2. Состав затрат, включаемых в себестоимость продукции 8.3. Классификация затрат на производство 8.4. Экономические элементы затрат 8.5. Классификация затрат по статьям калькуляции 8.6. Пути снижения затрат на производство продукции *Итоговое занятие по модулю 3*	8	4	4				[2,4,9,11,12,14]	Коллоквиум Защита практических работ
	МОДУЛЬ IV. РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ОТРАСЛИ	24	10	6	2				
	Производственная мощность организаций отрасли	6	4	2				[2,3,9]	Устный опрос по

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

	9.1. Понятие производственной мощности организации и факторы ее определяющие 9.2. Методика расчета производственной мощности 9.3. Пути повышения использования производственной мощности организации отрасли								теме
	Доход, производственная программа организации отрасли, прибыль, рентабельность 10.1. Доход: сущность и виды. 10.2. Производственная программа: содержание, измерители и показатели 10.3. Прибыль организации: сущность, виды, функции, механизм формирования и распределения. 10.4. Рентабельность: сущность, виды, показатели и методика их расчета	6	4	2				[4, 6,11,15]	Устный опрос по теме
	Оценка эффективности производственной деятельности организации отрасли и технико-экономический выбор технических решений 11.1. Сущность и критерии эффективной деятельности предприятий отрасли 11.2. Основные технико-экономические показатели деятельности организаций отрасли и методология их расчета. 11.3. Анализ и пути повышения	6	2	2	2			[2,4,6,1 3]	Устный опрос по теме Защита практичес ких работ

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

	эффективности производственной деятельности организации отрасли *Итоговое занятие по модулю 4*								
	Подготовка к экзамену	**36**					**36**		
	ИТОГО за 1 семестр	**140**	**30**	**30**	**4/4**		**36**		
	МОДУЛЬ 4. МЕНЕДЖМЕНТ	**32**	**20**	**12**					
1.	**Менеджмент, его основные функции и принципы** Понятие, сущность и содержание менеджмента. Закономерности и законы управления. Принципы управления. Функции управления Современные методы управления. Эволюция менеджмента.	3	2	1			Мультимедийная презентация, УМК	[8] [13] [14]	Устный опрос, написание реферата
1	2						8	9	10
2.	**Организационные структуры управления** Классификация структур управления Специфика функциональной структуры управления Специфика матричной структуры управления Организация управления в унитарных предприятиях (УП). Организация управления в хозяйственных обществах (ООО, АО).	3	2	1			Мультимедийная презентация, УМК	[7] [18]	
3.	**Организация деятельности предприятия**	6	4	2			Мультимед	[2]	Устный

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

	Производственный процесс и его образующие Производственная структура организации Методы организации производства Производственная инфраструктура предприятия						ийная презентация, УМК	[13]	опрос, написание реферата
4.	**Научная организация и техническое нормирование труда** Понятие управленческого труда и его особенности. Требования, предъявляемые к рабочему месту. Основы нормирования рабочего времени Методики оценки затрат рабочего времени	6	4	2			Мультимедийная презентация, УМК	[8] [13]	
1	2						8	9	10
5.	**Организация технического контроля качества продукции** Понятие качества, его показатели Организация контроля качества Методы оценки качества Методы обеспечения качества.	4	2	2			Мультимедийная презентация, УМК	[2] [15]	Устный опрос, написание реферата
6.	**Технология и техника управления** Основы власти и стиля руководства Понятие трудовой мотивации, ее структура Основные теории мотивации. Межличностные методы разрешения конфликтов	6	4	2			Мультимедийная презентация, УМК	[14] [17]	
7	**Управление персоналом, малыми коллективами исполнителей**	4	2	2			Мультимедийная		

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

	Процесс найма работников Методы оценки персонала Понятие карьеры, составляющие карьерного роста. *Итоговое занятие по модулю 1*						презентация, УМК	[14] [17]	
	Модуль 2	**16**	**10**	**6**					
8.	**Сущность и содержание маркетинга** Понятие и сущность маркетинга. Развитие концепции маркетинга. Функции маркетинга. Понятие комплекса маркетинга	3	2	1			Мультимедийная презентация, УМК	[2] [8]	Устный опрос, написание реферата
1	2						8	9	10
9.	**Маркетинговые исследования рынка** Методы маркетинговых исследований Типы покупательского поведения Факторы, влияющие на покупательское поведение Подходы к сегментации потребителей	4	2	2			Мультимедийная презентация, УМК	[1] [6] [11]	Устный опрос, написание реферата
10.	**Ценовая политика и система товародвижения в маркетинге** Понятие товара в системе маркетинга Этапы жизненного цикла товара Товарная марка и прочая атрибутика товара Каналы распределения товаров и услуг Виды сбытовых стратегий Виды и функции посредников Цена в комплексе маркетинга.	6	4	2			Мультимедийная презентация, УМК	[4] [5] [3]	Устный опрос, написание реферата

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

	Внешние факторы процесса ценообразования. Постановка целей ценообразования. Выбор метода ценообразования. Разработка ценовой стратегии предприятия.								
11.	**Организация службы маркетинга на предприятии отрасли** Планирование программы маркетинга. Методы формирования бюджета маркетинга. Организационные структуры маркетинга на предприятии	3	2	1			Мультимедийная презентация, УМК	[3] [8]	Устный опрос, написание реферата
12.	**Система маркетинговых коммуникаций** Комплекс маркетинговых коммуникаций. Реклама, ее классификация. Основные этапы осуществления рекламной деятельности. Методы стимулирования сбыта *Итоговое занятие по модулю 2*						Мультимедийная презентация, УМК	[1] [3] [6]	Устный опрос, написание реферата
	Курсовая работа по дисциплине	**40**				**40**			
	Подготовка к зачету	**36**				**36**			
	ИТОГО за 2 семестр	**124**	**30**	**18**	**-/-**	**36**			
	ВСЕГО	**264**	**60**	**48**	**4/4**	**148**			

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

4. ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Основные учебники и учебные пособия по дисциплине:

1. Абрамова Г.П., Жигалин М.М. и др. Маркетинг в АПК. - М: «Колос», 1997.
2. Абчук В.А. Менеджмент: Учебник. – СПб.: Издательство «Союз», 2002. - 178 с.
3. Акулич И.Л. Маркетинг: Учебник для вузов / И.Л. Акулич. - 5-е изд., испр. - Мн.: Выш. шк., 2007.
4. Акулич И.Л. Маркетинг. Практикум для студентов ВУЗов. Мн.: Выш. шк., 2003.
5. Басовский Л.Е. Маркетинг. Курс лекций. Москва ИНФРА-М, 2001.
6. Виноградова С.Н. Коммерческая деятельность: Учебное пособие / С.Н. Виноградова. - Минск: Высшая школа, 2003.
7. Гончаров В.И. Менеджмент: Уч. пособие. - Мн.: «Мисанта», 2003. - 624 с.
8. Данченок Л.А., Иванова А.Г. Маркетинговое ценообразование. Политика, методы, практика. - М.: «ЭКСМО», 2006.
9. Дегтяревич И.И. Методические указания для проведения практических занятий по курсу «Маркетинг в АПК» для студентов экономического факультета, ГГАУ, Гродно, 2002.
10. Дурович А.П. Практика маркетинговых исследований. Книга 2. Среда. Рынок. Товары. Конкуренты. Потребители. Коммуникации. - Минск: «Издательство Гревцова», 2008.
11. Емельянова Т.В. Ценообразование: Учебное пособие / Т.В. Емельянова. - 4-е изд., испр. - Мн.: Выш. шк., 2008.
12. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента: Уч. пособие. - Мн.: Новое знание, 2004.
13. Лоза Г.М., Будылкин Г.И., Попов Г.И. и др. Управление сельскохозяйственным производством. – М.: Колос, 2000.
14. Мексон М., Хедоури. Основы менеджмента, 1992.
15. Управление организацией / М.В. Петрович [и др.]; под ред. В.М. Петровича. - Мн.: Дикта, 2008. - 864 с.
16. Управление агропромышленным комплексом: Уч. пособие / Под ред. В.В. Кузнецова. - М.: ИКЦ «Март», 2003. - 416 с.
17. Управление организацией / В.М. Петрович [и др.]; под ред. В.М. Петровича. - Мн.: Дикта, 2008. - 864 с.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

Дополнительная литература:

1. Гражданский Кодекс Республики Беларусь. - Мн., 1998.
2. Голубков Е.П. Основы маркетинга. М.: Финпресс, 1999.
3. Каминский В.С., Тихоновский Н.С. Маркетинг на сельскохозяйственном предприятии: Учеб. пособие для ср. с/х учеб. заведений. - Мн.: УМЦ, 2000.
4. Князев С.Н. Управление: искусство, наука, практика. - Мн.: Армита - Маркетинг, Менеджмент, 2002. - 512 с.
5. Коллонтай М. Стратегия управления предприятием [Текст] / М. Колонтай // Директор. - 2002. - №5. - С. 27-30.
6. Крутик А.Б., Муравьев А.И. Антикризисный менеджмент. - СПб.: Питер, 2001. - 432 с.
7. Кузнецов Ю.В., Подлесных В.И., Абакумов В.В. [и др.] Менеджмент: Учебное пособие для ВУЗов.- СПб.: Бизнес-пресса, 2001.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга/ Ф. Котлер. - М.: Ростинтер, 2004.
9. Наумов В. Маркетинг сбыта. - М.: 2003.
10. Осипова Л.В. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов/ Л.В. Осипова, И.М. Синяева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.
11. 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.
12. Психология менеджмента: Учебник / Ред. проф. Никифоров Г.С. - СПб.: Издательство С.-Петербургского университета, 2000. - 572 с.
13. Штейнберг А.Г. Мужской характер женского менеджмента [Текст] / А.Г. Штейнберг // Социс. - 2002. - №11. - С. 77-82.
14. Любимова Н.Г. Менеджмент - путь к успеху. - М.: Агропромиздат, 1992.
15. Паркинсон С. Искусство управления / Паркинсон С., Рустомжи М.; Перевод с англ. Савельев К. - М.: Агенство «Фаир», 1997. - 272 с.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

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.

Организация самостоятельной работы студентов

При изучении дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

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

Диагностика компетенции студента

Оценка учебных достижений студента на экзамене проводится по десятибалльной шкале. 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 экзамена по дисциплине (АК-1 – АК-4, ПК-1 – ПК-9).

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)[1]

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на _____/_____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
(протокол № ____ от _____ 201_ г.)

Заведующий кафедрой
_____

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
_____

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

Рецензия

на учебную программу по дисциплине «Экономика, менеджмент и маркетинг в отрасли» для студентов инженерно-технологического факультета всех форм обучения по специальности 1-49 01 02 - Технология хранения и переработки животного сырья, подготовленную коллективом авторов экономического факультета (к.э.н. Дорошкевичем И.Н., к.с.-х.н. Черновым А.С., Поливко В.А., Котяк Т.М.).

Целью курса «Экономика, менеджмент и маркетинг в отрасли» является изучение теоретических аспектов экономики, менеджмента, навыков и инструментальных средств проведения маркетинговых исследований, разработки и практической реализации производственной стратегии развития предприятия в рыночных условиях. В результате ее прохождения студенты должны уметь анализировать показатели использования ресурсов предприятия, организовывать производство с учетом его типа, анализировать организационные структуры менеджмента, проводить маркетинговые исследования

Рецензируемая программа соответствует стандарту высшего образования ОСВО 1-49 01 01-2013 для подготовки инженеров-технологов пищевой промышленности. Структура курса включает: 23 темы, 6 модулей, 2 семестра изучения. Формы контроля: экзамен, зачет, курсовая работа.

Авторами представлена современная литература для самостоятельной подготовки, включающая как классические, так и современные научные издания по экономической и управленческой тематике.

Рецензируемая программа по дисциплине «Экономика, менеджмент и маркетинг в отрасли», в целом отвечает требованиям высшей школы и может быть рекомендовано к применению в УО «Гродненский государственный аграрный университет».

Рецензент:
к.с.-х.н., доцент кафедры
организации в АПК В.Г.Тимощенко

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

Рецензия

на учебную программу по дисциплине «Экономика, менеджмент и маркетинг в отрасли» для студентов инженерно-технологического факультета всех форм обучения по специальности 1-49 01 02 - Технология хранения и переработки животного сырья, подготовленную коллективом авторов экономического факультета

Рецензируемая учебная программа подготовлена сотрудниками экономического факультета УО «ГГАУ» (доцентами: Дорошкевичем И.Н. к.э.н., Черновым А.С. к.с.-х.н., старшими преподавателями: Поливко В.А., Котяк Т.М.) на основе стандарта высшего образования ОСВО 1-49 01 01-2013.

Указанная программа объединяет в себе материалы таких гуманитарных дисциплин, как экономика отрасли, менеджмент и маркетинг. Получаемые студентами знания в рамках данных дисциплин помогают будущим специалистам-технологам в более глубоком понимании производственно-экономических процессов на перерабатывающем предприятии. Комплексное прохождение управленческо-экономических дисциплин позволяет познать экономические законы, усвоить основные экономические принципы и изучить все аспекты практического функционирования организаций перерабатывающей отрасли в АПК.

Структура дисциплины состоит из 23 тем, которые сведены в шесть модулей, выполняемых в течение двух семестров. Учебным планом на изучение дисциплины отводится 264 часа (включая подготовку курсовой работы). Практические аспекты дисциплины «Экономика, менеджмент и маркетинг в отрасли» студенты усваивают на семинарских занятиях, а также при написании курсовой работы во втором семестре. Изучение экономических аспектов функционирования предприятия предшествует рассмотрению управленческих и маркетинговых категорий.

Формы контроля: экзамен – первый семестр изучения; зачет и курсовая работа – второй семестр.

Рекомендации:

Рецензируемая учебная программа по дисциплине «Экономика, менеджмент и маркетинг в отрасли» для студентов по специальности 1-49 01 02 - Технология хранения и переработки животного сырья может быть рекомендовано к применению в УО «ГГАУ».

Рецензент:
к.э.н., доцент

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

Н.Н.Батова

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ