

«ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 60 часов.

2. Цели и задачи дисциплины:

цель: изучение основных понятий экономики, менеджмента и маркетинга; закономерностей развития экономических систем, механизма функционирования рыночной экономики, анализ актуальных социально-экономических проблем России;

задача: выработка у студентов экономического мышления, помощь в изучении и осмыслении теоретических аспектов экономической жизни современного общества, обучение приемам и методам самостоятельной предпринимательской деятельности.

3. Место дисциплины в структуре ООП: ОП.08.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения данной дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК 1.1. Выполнять монтаж электрооборудования и автоматических систем управления.

ПК 1.2. Выполнять монтаж и эксплуатацию осветительных и электронагревательных установок.

ПК 1.3. Поддерживать режимы работы и заданные параметры электрифицированных и автоматических систем управления технологическими процессами.

ПК 2.1. Выполнять мероприятия по бесперебойному электроснабжению сельскохозяйственных предприятий.

ПК 2.2. Выполнять монтаж воздушных линий электропередач и трансформаторных подстанций.

ПК 2.3. Обеспечивать электробезопасность.

ПК 3.1. Осуществлять техническое обслуживание электрооборудования и автоматизированных систем сельскохозяйственной техники.

ПК 3.2. Диагностировать неисправности и осуществлять текущий и капитальный ремонт электрооборудования и автоматизированных систем сельскохозяйственной техники.

ПК 3.3. Осуществлять надзор и контроль за состоянием и эксплуатацией электрооборудования и автоматизированных систем сельскохозяйственной техники.

ПК 3.4. Участвовать в проведении испытаний электрооборудования сельхозпроизводства.

ПК 4.1. Участвовать в планировании основных показателей в области обеспечения работоспособности электрического хозяйства сельскохозяйственных потребителей и автоматизированных систем сельскохозяйственной техники.

ПК 4.2. Планировать выполнение работ исполнителями.

ПК 4.3. Организовывать работу трудового коллектива.

ПК 4.4. Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать основные положения экономической теории; принципы рыночной экономики; современное состояние и перспективы развития отрасли;

роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; механизмы ценообразования на продукцию (услуги);

формы оплаты труда; стили управления, виды коммуникации; принципы делового общения в коллективе; управленческий цикл;

особенности менеджмента в области электрификации и автоматизации сельского хозяйства;

сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;

формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации;

уметь : рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;

применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;

анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.

5. Содержание дисциплины. Основные разделы.

Тема 1. Введение в экономику.

Этапы развития экономической теории. Блага экономические и неэкономические. Полезность блага. Характеристика и виды потребностей. Товары, предметы потребления, услуги. Экономические ресурсы – факторы производства. Ограниченность ресурсов. Экономический выбор. Вмененные затраты. Кривая производственных возможностей. Экономические отношения в обществе.

Характеристика основных экономических систем. Формы собственности, их роль и значение в экономической жизни общества.

Тема 2. Микроэкономика.

Фирма, как субъект микроэкономики. Издержки производства. Закон спроса и предложения. Эластичность спроса и предложения. Конкуренция. Фирма в условиях конкуренции. Рынок труда. Заработная плата. Реальный капитал. Денежный капитал. Процентная ставка. Прибыль. Рынок земли. Земельная рента. Оптовая и розничная торговля.

Тема 3. Макроэкономика.

Национальная экономика. Валовой национальный продукт. Денежная система. Кредит. Банки. Рынок ценных бумаг. Государственные финансы. Цикличность в развитии экономики. Безработица. Инфляция. Государственный бюджет. Государственный внешний долг. Фискальная политика. Экономический рост.

Тема 4. Мировая экономика.

Международная (внешняя) торговля. Виды международных экономических отношений. Причины возникновения. Международные кредитные отношения. Принципы и условия кредитования. Виды международных кредитов. Валюта. Платежный баланс. Международное перемещение инвестиций. Порядок их привлечения и предоставления, установленный в РФ и других странах. Международная миграция рабочей силы. Виды и порядок предоставления технической и гуманитарной помощи другим странам. Макроэкономические показатели в системе МЭО.

Тема 5. Менеджмент фирмы.

Основные принципы менеджмента. Организационные структуры менеджмента фирмы. Эффективность менеджмента. Современная российская школа менеджмента.

Тема 6. Маркетинг.

Виды маркетинга. Принципы маркетинга. Стратегия маркетинга. Ценовая политика и её роль в маркетинге. Влияние внешней среды на ценообразование. Особенности маркетинга в экономике России.

Тема 7. Проблемы современной экономики России.

Экономика России в начале XXI века. Социальная политика России в начале XXI века.

6. Виды учебной работы: Лекции, практические и семинарские занятия, самостоятельная работа, контрольная работа.

7. Изучение дисциплины заканчивается экзаменом