АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ЕН.02 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности (специальностям) СПО 35.02.05 «Агрономия».

1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина относится к общепрофессиональным дисциплинам общепрофессионального цикла программы подготовки специалистов среднего звена**.**

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:
А) обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации (ОК 1, ОК 2, ОК 4);
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения (ОК 1, ОК 2, ОК 4);
- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг (ОК 1, ОК 2, ОК 4).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- основные положения экономической теории (ОК 1, ОК 2, ОК 4);
- принципы рыночной экономики (ОК 1, ОК 2, ОК 4);
- современное состояние и перспективы развития отрасли (ОК 1, ОК 2, ОК 4);
- роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике (ОК 1, ОК 2, ОК 4);
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги) (ОК 1, ОК 2, ОК 4);
- формы оплаты труда (ОК 1, ОК 2, ОК 4);
- стили управления, виды коммуникации (ОК 1, ОК 2, ОК 4);
- принципы делового общения в коллективе (ОК 1, ОК 2, ОК 4);
- управленческий цикл (ОК 1, ОК 2, ОК 4);
- особенности менеджмента в области агрономии (ОК 1, ОК 2, ОК 4);
- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом (ОК 1, ОК 2, ОК 4);
- формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации (ОК 1, ОК 2, ОК 4).