

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Агрорынок и маркетинг удобрений»**

### **1 Цель и задачи освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Агрорынок и маркетинг удобрений» является научить студентов ориентироваться в современном ассортименте удобрений с позиции отношения к факторам внешней среды, спектра действия, области применения; сформировать у будущих бакалавров, на основе теоретических знаний, практические навыки по агроэкологическим исследованиям и разработкам, направленным на рациональное использование и сохранение агроландшафтов при производстве сельскохозяйственной продукции.

### **Задачи дисциплины**

Обобщение и статистическая обработка результатов опытов, формулирование выводов; агроэкологическая оценка растений, почв, удобрений, средств защиты растений и мелиорантов; определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности; проведение маркетинговых исследований на рынке агрохимикатов и сельскохозяйственной продукции

### **2 Перечень планируемых результатов по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы**

#### **Общепрофессиональные (ОПК):**

**ОПК-6** - способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности.

#### **Профессиональные компетенции (ПКС):**

**ПКС-3** – способен анализировать материалы почвенного, агрохимического и экологического состояния агроландшафтов

**В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:**

В результате изучения дисциплины «Агрорынок и маркетинг удобрений» обучающийся должен получить знания и навыки для успешного освоения следующих трудовых функций и выполнения следующих трудовых действий:

**Профессиональный стандарт «Агроном»**, утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 09.07.2018 N 454н.

**Трудовая функция:** Разработка системы мероприятий по повышению эффективности производства продукции растениеводства.

**Трудовые действия:** Разработка экологически обоснованной системы применения удобрений с учетом свойств почвы и биологических особенностей растений для обеспечения сельскохозяйственных культур элементами питания, необходимыми для формирования запланированного урожая, сохранения повышения плодородия почвы.

**В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:**

#### **Общепрофессиональные (ОПК):**

**ОПК-6** - способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности.

### Профессиональные компетенции (ПКС):

ПКС-3 – способен анализировать материалы почвенного, агрохимического и экологического состояния агроландшафтов

### 3. Содержание и структура дисциплины по очной форме обучения

№ п/п	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа
1	Характеристика удобрений. 1. Азотные, фосфорные и калийные удобрения 2. Применение азотных, фосфорных, калийных, органических и микроудобрений и окружающая среда.	ПКС 3	7	4	-	2	6
2	Анализ почвенного, агрохимического и экологического состояния агроландшафтов: 1. Анализ данных почвенно-агрохимического состояния агроландшафтов 2. Анализ экологического состояния агроландшафтов 3. Определение экономической эффективности удобрений	ПКС-3	7	2	-	2	6
3	История развития рынка удобрений в России и Зарубежом. 1. Состояние и тенденции развития рынка удобрений. 2. Факторы роста потребления удобрений. 3. Основные факторы определяющие ситуацию на рынке.	ОПК-6	7	2	-	2	6
4	Обзор рынка удобрений 1. Экспорт удобрений 2. Внутренний рынок.	ОПК-6	7	2	-	2	8

№ п/ п	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа
	3. Производство 4. Прогноз						
5	Виды анализа рынка удобрений. 1. Сегментирование рынка. 2. Важность сегментирования 3. Примеры стратегий.	ОПК-6	7	2	-	2	8
6	Процесс разработки стратегии при продаже удобрений 1. Поведение потребителей 2. Осознание поведения потребителей. 3. Принятие решения о покупке потребителем.	ОПК-6	7	2	-	2	4
7	Основные фирмы реализующие и производящие удобрения в России и Зарубежом. 1. Фирмы реализующие удобрения 2. Компании производящие удобрения	ОПК-6	7	2	-	2	3
Итого				16	-	14	41

### Содержание дисциплины

#### 4. Трудоемкость дисциплины и форма промежуточной аттестации

Объем дисциплины 72 часа, 2 зачетных единицы. Дисциплина изучается в очной форме – на 4 курсе в 7 семестре. По итогам изучаемого курса студенты сдают зачёт.