

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«МИЧУРИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра экономики и коммерции

УТВЕРЖДЕНА
решением учебно-методического
совета университета
(протокол от «23» мая 2024 г. №9)

УТВЕРЖДАЮ
Председатель учебно-методического
совета университета
С.В. Соловьёв
«23» мая 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«Маркетинг в агропромышленном комплексе»

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль) Экономика предприятий и организаций АПК

Квалификация - бакалавр

Мичуринск - 2024

1. Цели освоения дисциплины (модуля)

Целями дисциплины (модуля) «Маркетинг в агропромышленном комплексе» являются обучение обучающихся владению научными знаниями и практическими навыками по организации маркетинговой деятельности предприятий и организаций АПК в условиях экономической самостоятельности предприятий, банков, страховых компаний и субъектов рынка в целях эффективного использования рыночного механизма.

Задачи дисциплины (модуля):

- формирование устойчивых знаний по теоретическим вопросам формирования и функционирования аграрного рынка;
- обучение методам исследования состояния аграрного рынка;
- обучение современным методам работы на аграрном рынке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

ФТД.В.02 ФТД. Факультативы. Вариативная часть

Для успешного освоения дисциплины (модуля) «Маркетинг в агропромышленном комплексе» обучающийся должен овладеть основами следующих дисциплин: «Экономическая география и регионология», «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Государственное регулирование экономики»..

В дальнейшем знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплины (модуля) «Маркетинг в агропромышленном комплексе» используются при изучении дисциплин «Экономика предприятий АПК», «Управление в АПК», «Планирование на предприятии АПК», «Региональная экономика», «Управление маркетингом», выполнении выпускной квалификационной работы.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) Маркетинг в агропромышленном комплексе

Освоение дисциплины (модуля) направлено на формирование:

профессиональных компетенций

ПК-5-способностью анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений

ПК-11 - способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий

Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
	Низкий (допороговый) компетенция не сформирована	Пороговый	Базовый	Продвинутый
ПК-5				
Знать: методы анализа, приемы интерпретации финансовой,	Фрагментарные знания методов анализа, приемов интерпретации	Общие, но не структурированные знания методов анализа, при-	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы зна-	Полные, систематические знания методов анализа, при-

<p>бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д.; способы принятия и условия реализации управленческих решений</p>	<p>финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д.; способов принятия и условий реализации управленческих решений</p>	<p>мов интерпретации финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д.; способов принятия и условий реализации управленческих решений</p>	<p>ния методов анализа, приемов интерпретации финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д.; способов принятия и условий реализации управленческих решений</p>	<p>емов интерпретации финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д.; способов принятия и условий реализации управленческих решений</p>
<p>Уметь: анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств с целью использования полученных результатов для принятия и реализации управленческих решений</p>	<p>Частично освоенное умение анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств с целью использования полученных результатов для принятия и реализации управленческих</p>	<p>В целом успешно, но не систематически осуществляемое умение анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств с целью использования полученных результатов для принятия и реализации управленческих</p>	<p>В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств с целью использования полученных</p>	<p>Сформированное умение анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств с целью использования полученных результатов для принятия и реализации</p>

	решений		результатов для принятия и реализации управленческих решений	управленческих решений
Владеть: навыками анализа и интерпретации финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств; опытом использования полученных сведений для принятия управленческих решений	Поверхностное владение навыками анализа и интерпретации финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств; опытом использования полученных сведений для принятия управленческих решений	Удовлетворительное владение навыками анализа и интерпретации финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств; опытом использования полученных сведений для принятия управленческих решений	Хорошее владение навыками анализа и интерпретации финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств; опытом использования полученных сведений для принятия управленческих решений	Полноценное владение навыками анализа и интерпретации финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств; опытом использования полученных сведений для принятия управленческих решений
ПК-11				
<u>Знать:</u> научные подходы и методы оценки управленческих решений, социально-экономической эффективности, степени рисков.	Не знает научные подходы и методы оценки управленческих решений, социально-экономической эффективности, степени рисков.	Слабо знает научные подходы и методы оценки управленческих решений, социально-экономической эффективности, степени рисков.	Хорошо знает научные подходы и методы оценки управленческих решений, социально-экономической эффективности, степени рисков.	Отлично знает научные подходы и методы оценки управленческих решений, социально-экономической эффективности, степени рисков.
<u>Уметь:</u> критически	Не умеет кри-	Плохо умеет	Хорошо уме-	Свободно

оценивать предлагаемые варианты управленческих решений, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию, с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий.	критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию, с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий.	критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию, с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий.	критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию, с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий.	умеет критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию, с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий.
<i>Владеть:</i> навыками критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и обосновывать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности.	Не владеет навыками критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и обосновывать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности.	Частично владеет навыками критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и обосновывать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности.	Владеет на базовом уровне навыками критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и обосновывать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности.	Свободно владеет навыками критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и обосновывать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

- правила формирования организационно-управленческих решений в маркетинговой деятельности, меры ответственности за принятые решения, механизмы ее контроля

- методы анализа, приемы интерпретации маркетинговой информации; способы принятия и условия реализации маркетинговых решений

- сущность и основные принципы маркетинга в агропромышленном комплексе;
- его роль в экономике АПК;
- теоретические основы и методологические приемы изучения конъюнктуры аграрного рынка;
- формы и методы организации продажи товаров и формирования спроса.

Уметь:

- находить организационно-управленческие решения в маркетинговой деятельности, нести за них ответственность с учетом последующих возможностей и рисков
- анализировать и интерпретировать маркетинговую информацию с целью использования полученных результатов для принятия и реализации маркетинговых решений

- работать с информационно-справочным материалом;
- проводить комплексный маркетинговый анализ;
- разрабатывать программы маркетинговой деятельности для предприятий. АПК.

Владеть:

- навыками поиска организационно-управленческих решений в маркетинговой деятельности, оценки их эффективности и ответственного поведения за принятые решения
- навыками анализа и интерпретации маркетинговой информации; опытом использования полученных сведений для принятия маркетинговых решений
- современными методами изучения аграрного рынка;
- критериями принятия экономических решений, учитывающих состояние аграрного рынка.

3.1. Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины (модуля) и формируемых в них профессиональных компетенций

Разделы, темы дисциплины(модуля)	Компетенции		Общее количество компетенций
	ПК-5	ПК-11	
1. Особенности маркетинга в АПК и его становления в аграрном секторе экономики России	+		1
2. Функции маркетинга в АПК	+		1
3. Организация маркетинговой деятельности в АПК	+	+	2
4. Маркетинговые исследования и рыночные стратегии в области разработки товарного ассортимента агропромышленной продукции	+	+	2
5. Организация процесса товародвижения продукции АПК		+	1
6. Установление цены на сельскохозяйственную продукцию	+	+	2
7. Маркетинговые коммуникации в АПК	+	+	2

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единиц, 72 академических часа.

4.1. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Таблица 1 - Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды занятий	Всего академических часов	
	Очная форма обучения 2 семестр	Заочная форма обучения 3 курс
Общая трудоемкость дисциплины (модуля)	72	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем	16	10
Аудиторные занятия, в т.ч.	16	10
лекции	8	4
практические занятия	8	6
Самостоятельная работа, в т.ч.	56	58
проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	20	30
подготовка к практическим занятиям, защите реферата	20	18
подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	16	10
Контроль		4
Вид итогового контроля	зачет	зачет

4.2. Лекционные занятия

Раздел дисциплины (модуля), темы лекций и их содержание	Объем в академических часах		Формируемые компетенции
	очная	заочная	
1. Особенности маркетинга в АПК и его становления в аграрном секторе экономики России	1	0,8	ПК-5
2. Функции маркетинга в АПК	1	0,4	ПК-5
3. Организация маркетинговой деятельности в АПК	1	0,8	ПК-5, ПК-11
4. Маркетинговые исследования и рыночные стратегии в области разработки товарного ассортимента агропромышленной продукции	1	0,6	ПК-5, ПК-11
5. Организация процесса товародвижения продукции АПК	1	0,4	ПК-11
6. Установление цены на сельскохозяйственную продукцию	1	0,2	ПК-5, ПК-11
7. Маркетинговые коммуникации в АПК	2	0,8	ПК-5, ПК-11
Итого	8	4	

4.3. Практические занятия

Раздел дисциплины(модуля), темы лекций и их содержание	Объем в акад. часах		Формируемые компетенции
	Очная форма обучения	Заочная форма обучения	
1. Особенности маркетинга в АПК и его становления в аграрном секторе экономики России	1	0,8	ПК-5
2 Функции маркетинга в АПК	1	0,4	ПК-5
3 Организация маркетинговой деятельности в АПК	1	0,8	ПК-5,ПК-11
4. Маркетинговые исследования и рыночные стратегии в области разработки товарного ассортимента агропромышленной продукции	1	0,6	ПК-5,ПК-11
5. Организация процесса товародвижения продукции АПК	1	0,4	ПК-11
6. Установление цены на сельскохозяйственную продукцию	1	0,2	ПК-5,ПК-11
7. Маркетинговые коммуникации в АПК	2	0,8	ПК-5,ПК-11
Итого	8	4	

4.4 Самостоятельная работа обучающегося

Раздел дисциплины(модуля)	Вид самостоятельной работы	Объем акад. часов	
		очная	заочная
1 Особенности маркетинга в АПК и его становления в аграрном секторе экономики России	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	2
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	2
2 Функции маркетинга в АПК	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	2
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	2
3 Организация маркетинговой деятельности в АПК	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	2
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	2
4. Маркетинговые исследования и рыночные стратегии в области разработки товар-	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4
	Подготовка к практическим занятиям, защите	2	2

ного ассортимента агропромышленной продукции	реферата		
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	2
5. Организация процесса товародвижения продукции АПК	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	2
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	4	4
6. Установление цены на сельскохозяйственную продукцию	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	2	2
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	2
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	4	4
7. Маркетинговые коммуникации в АПК	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	2	2
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	4
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	2
Итого		56	58

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине:

1. Соколов О.В. Фонд тестовых заданий по маркетингу в агропромышленном комплексе для обучающихся направления подготовки 38.03.01 Экономика направленность (профиль) Экономика предприятий и организаций АПК. Мичуринск, 2020

2. Соколов О.В. Методические рекомендации по написанию рефератов по дисциплине «Маркетинг в агропромышленном комплексе» для обучающихся направления подготовки 38.03.01 Экономика направленность (профиль) Экономика предприятий и организаций АПК. Мичуринск, 2018

4.6. Выполнение контрольной работы обучающимися заочной формы

Контрольное задание для каждого обучающегося является индивидуальным и включает теоретическую часть, состоящую из четырех вопросов, на которые следует дать письменные ответы. Ответы должны быть краткими, но исчерпывающими и содержать информацию о маркетинговой деятельности.

4.7 Содержание разделов дисциплины (модуля)

Раздел 1. Особенности маркетинга в АПК и его становления в аграрном секторе экономики России

Предмет дисциплины (модуля) «Маркетинг в агропромышленном комплексе». Сущность Маркетинг в агропромышленном комплексе. Цели и задачи Маркетинг в агропромышленном комплексе. Принципы и стратегия Маркетинг в агропромышленном комплексе. Особенности Маркетинг в агропромышленном комплексе.

Раздел 2. Функции маркетинга в АПК

Предпосылки маркетинга в агропромышленном комплексе. Система маркетинга в агропромышленном комплексе. Функции маркетинга в агропромышленном комплексе.

Раздел 3. Организация маркетинговой деятельности в АПК

Процесс перехода к предприятию маркетинговой ориентации. Организация службы маркетинга на предприятии. Основные задачи маркетинговой службы. Функциональная структура управления маркетингом. Товарно-функциональная структура управления маркетингом. Оценка предлагаемых вариантов управленческих решений и разработка и обоснование предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.

Раздел 4. Маркетинговые исследования и рыночные стратегии в области разработки товарного ассортимента агропромышленной продукции

Маркетинговые исследования. Рынок сельскохозяйственной продукции. Рынки, функционирующие в сфере ресурсов АПК. Внутренняя среда маркетинга в агропромышленном комплексе. Внешняя среда маркетинга в агропромышленном комплексе. Анализ и интерпретация финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., и использование полученных сведений для принятия управленческих решений.

Раздел 5. Организация процесса товародвижения продукции АПК

Понятие товародвижения продукции АПК. Классификация потребителей. Особенности сельского потребителя. Отличие аграрного сектора от других секторов экономики. Товарная политика, товарная стратегия, товарная линия. Дифференциация и диверсификация товара. Каналы товародвижения.

Раздел 6. Установление цены на сельскохозяйственную продукцию

Понятие цены. Процесс ценообразования. Типы рынков. Факторы, определяющие спрос на сельскохозяйственную продукцию. Проблемы ценообразования в сельском хозяйстве. Ценовая политика государства на продовольственном рынке.

Раздел 7. Маркетинговые коммуникации в АПК

Система маркетинговых коммуникаций. Стратегия маркетинговых коммуникаций. Методы маркетинговых коммуникаций. Коммуникационная политика маркетинговых служб. Реклама. Стимулирование сбыта. Семь видов коммуникационных потоков.

5. Образовательные технологии

При изучении дисциплины (модуля) используется инновационная образовательная технология на основе интеграции компетентностного и личностно-ориентированного подходов с элементами традиционного лекционно-практического и квазипрофессионального обучения с использованием интерактивных форм проведения занятий и мультимедийных учебных материалов.

Вид учебных занятий	Форма проведения
Лекции	интерактивная форма - презентации с использованием мультимедийных средств, с последующим обсуждением материалов (лекция – визуализация)
Практические занятия	традиционная форма – расчёт маркетинговых показателей, показателей развития предприятия анализ результатов рас-

	четов и обоснование полученных выводов
Самостоятельная работа обучающихся	сочетание традиционной формы (работа с учебной и справочной литературой, изучение материалов интернет-ресурсов, подготовка к практическим занятиям и тестированию) и интерактивной формы (выполнение индивидуальных и групповых исследовательских проектов)

6. Оценочные средства дисциплины (модуля)

Основными видами дисциплинарных оценочных средств при функционировании модульно-рейтинговой системы обучения являются: на стадии рубежного рейтинга, формируемого по результатам модульного компьютерного тестирования – тестовые задания; на стадии поощрительного рейтинга, формируемого по результатам написания и защиты рефератов по актуальной проблематике; на стадии промежуточного рейтинга, определяемого по результатам сдачи зачета – теоретические вопросы, контролирующие теоретическое содержание учебного материала обучающегося по ОПОП данного направления, формируемые при изучении дисциплины (модуля) «Маркетинг в агропромышленном комплексе».

6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Маркетинг в агропромышленном комплексе»

№ п/п	Контролируемые темы дисциплины(модуля)	Код контролируемой компетенции	Оценочное средство	
			наименование	кол-во
1	Особенности маркетинга в АПК и его становления в аграрном секторе экономики России	ПК-5	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	8 11 5
2	Функции маркетинга в АПК	ПК-5	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	7 10 2
3	Организация маркетинговой деятельности в АПК	ПК-5, ПК-11	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	8 17 3
4	Маркетинговые исследования и рыночные стратегии в области разработки товарного ассортимента агропромышленной продукции	ПК-5, ПК-11	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	7 10 7
5	Организация процесса товародвижения продукции АПК	ПК-11	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	8 10 4
6	Установление цены на сельскохозяйственную продукцию	ПК-5, ПК-11	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	8 10 6
7	Маркетинговые коммуникации в АПК	ПК-5, ПК-11	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	9 14 7

6.2. Перечень вопросов для зачета

1. Сущность маркетинга в агропромышленном комплексе. (ПК-5)
2. Цели и задачи маркетинга в агропромышленном комплексе. (ПК-5)
3. Принципы и стратегия маркетинга в агропромышленном комплексе. (ПК-5)
4. Особенности маркетинга в агропромышленном комплексе. (ПК-5)
5. Предпосылки маркетинга в агропромышленном комплексе. (ПК-5)
6. Анализ и интерпретация финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., и использование полученных сведений для принятия управленческих решений. (ПК-5)
7. Функции маркетинга в агропромышленном комплексе. (ПК-5)
8. Организация службы маркетинга на предприятии. (ПК-5, ПК-11)
9. Оценка предлагаемых вариантов управленческих решений и разработка и обоснование предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий. (ПК-11)
10. Функциональная структура управления маркетингом. (ПК-5, ПК-11)
11. Товарно-функциональная структура управления маркетингом. (ПК-5, ПК-11)
12. Маркетинговые исследования. (ПК-5, ПК-11)
13. Рынок сельскохозяйственной продукции. (ПК-5, ПК-11)
14. Рынки, функционирующие в сфере ресурсов АПК. (ПК-5, ПК-11)
15. Внутренняя среда маркетинга в агропромышленном комплексе. (ПК-5, ПК-11)
16. Внешняя среда маркетинга в агропромышленном комплексе. (ПК-5, ПК-11)
17. Понятие товародвижения продукции АПК. (ПК-11)
18. Классификация потребителей. (ПК-11)
19. Отличие аграрного сектора от других секторов экономики. (ПК-11)
20. Товарная политика, товарная стратегия, товарная линия. (ПК-11)
21. Каналы товародвижения. (ПК-11)
23. Понятие цены. (ПК-5, ПК-11)
24. Типы рынков. (ПК-5, ПК-11)
25. Факторы, определяющие спрос на сельскохозяйственную продукцию. (ПК-5, ПК-11)
26. Проблемы ценообразования в сельском хозяйстве. (ПК-5, ПК-11)
27. Ценовая политика государства на продовольственном рынке. (ПК-5, ПК-11)
28. Система маркетинговых коммуникаций. (ПК-5, ПК-11)
29. Стратегия маркетинговых коммуникаций. (ПК-5, ПК-11)
30. Методы маркетинговых коммуникаций. (ПК-5, ПК-11)
31. Коммуникационная политика маркетинговых служб. (ПК-5, ПК-11)
32. Реклама. (ПК-5, ПК-11)
33. Стимулирование сбыта. (ПК-5, ПК-11)
34. Семь видов коммуникационных потоков. (ПК-5, ПК-11)

6.3. Шкала оценочных средств

При функционировании модульно-рейтинговой системы обучения знания, умения и навыки, приобретаемые обучающимися в процессе изучения дисциплины (модуля), оцениваются в рейтинговых баллах. Учебная дисциплина (модуль) имеет итоговый рейтинг - 100 баллов, который складывается из рубежного (40 баллов), промежуточного - (50 баллов) и поощрительного рейтинга (10 баллов). Итоговая оценка знаний обучающегося по дисциплине определяется на основании перевода итогового рейтинга в 5-ти балльную шкалу с учетом соответствующих критериев оценивания.

Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания	Оценочные средства (кол-во баллов)
<p>Продвинутый (75 -100 баллов) «зачтено»</p>	<p>– полное знание учебного материала из разных разделов дисциплины(модуля); –умение анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений</p> <p>–грамотное владение основными понятиями дисциплины(модуля) т.п.</p>	<p>тестовые задания (30-40 баллов); реферат (7-10 баллов); вопросы к зачету (28-50 баллов)</p>
<p>Базовый (50 -74 балла) – «зачтено»</p>	<p>–знание основных теоретических и методических положений по изученному материалу; –умение критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p>	<p>тестовые задания (20-29 баллов); реферат(5-6 баллов); вопросы к зачету (25-39 балл)</p>
<p>Пороговый (35 - 49 баллов) – «зачтено»</p>	<p>–поверхностное знание сущности основных понятий; –умение осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор и частичный анализ данных при проведении конкретных расчетов; –выполнение расчетов с погрешностями методологического плана, ошибками в интерпретации, но позволяющих сделать заключение о верном ходе решения поставленной задачи.</p>	<p>тестовые задания (14-19 баллов); реферат (3-4 балла); вопросы к зачету (18-26 баллов)</p>
<p>Низкий (допороговый) (компетенция не сформирована) (менее 35 баллов) – «не зачтено»</p>	<p>–незнание терминологии дисциплины(модуля); приблизительное представление о предмете и методах дисциплины(модуля); отрывочное, без логической последовательности изложение информации, косвенным образом затрагивающей некоторые аспекты программного материала; – неумение выполнить собственные расчеты аналогичного характера по образцу, незнание показателей в предложенном примере; –не владение вычислительными процедурами по применению методов.</p>	<p>тестовые задания (0-13 баллов); реферат (0-2 балла); вопросы к зачету (0-19 баллов)</p>

Все комплекты оценочных средств (контрольно-измерительных материалов), необходимых для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризую-

ющие этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины (модуля) подробно представлены в документе «Фонд оценочных средств дисциплины (модуля)».

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная учебная литература

1. Маркетинг в агропромышленном комплексе: учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. В. Акканина [и др.] ; под редакцией Н. В. Акканиной. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 314 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03123-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433025> . Загл. с экрана
2. Синяева, И. М. Маркетинг: учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 495 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02621-4. . Электронный ресурс <https://www.biblio-online.ru/book/43F94F6D-751E-4C5A-83FB-2DC15CD1AAFE> Загл. с экрана

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3301-7. Электронный ресурс <https://www.biblio-online.ru/book/EEAFDA8F-8DEE-4A8B-9034-9112900EC1B4> Загл. с экрана
2. Маркетинг. Практикум : учебное пособие для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 325 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8852-9. Электронный ресурс <https://www.biblio-online.ru/book/DB809F47-43AC-46F7-B2A3-322BDEBD95CB> Загл. с экрана
3. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Е. Кузьмина. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 385 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9118-5. Электронный ресурс <https://www.biblio-online.ru/book/9824C2E2-E22F-437F-AAC6-2E4B13D68609>
4. Маркетинг : учебник и практикум для академического бакалавриата / Л. А. Данченко [и др.] ; под ред. Л. А. Данченко. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01560-7. Электронный ресурс <https://www.biblio-online.ru/book/68D05243-E9BB-454B-91C6-7F6532F365FC> Загл. с экрана

7.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <http://www.rucont.ru>
2. <http://www.edu.ru>
3. Сайт статистики - <http://www.gks.ru>
4. Министерство сельского хозяйства России – www.mcx.ru
Комплект регулярно обновляемых кафедральных электронных учебников.
Электронные издание учебников и учебных пособий, а также учебно-методических указаний в библиотеке университета и сети интернет.

7.4.Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

1. Соколов О.В. Методические указания для практических занятий по дисциплине «Маркетинг в агропромышленном комплексе» для обучающихся направления подготовки 38.03.01 Экономика. Мичуринск, 2020.

2. Соколов О.В. Фонд тестовых заданий по маркетингу в агропромышленном комплексе для обучающихся направления подготовки 38.03.01 Экономика. Мичуринск, 2020

3. Соколов О.В. Методические рекомендации по написанию рефератов по дисциплине «Маркетинг в агропромышленном комплексе» для обучающихся направления подготовки 38.03.01 Экономика. Мичуринск, 2018

7.5 Информационные и цифровые технологии (программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы)

Учебная дисциплина (модуль) предусматривает освоение информационных и цифровых технологий. Реализация цифровых технологий в образовательном пространстве является одной из важнейших целей образования, дающей возможность развивать конкурентоспособные качества обучающихся как будущих высококвалифицированных специалистов.

Цифровые технологии предусматривают развитие навыков эффективного решения задач профессионального, социального, личностного характера с использованием различных видов коммуникационных технологий. Освоение цифровых технологий в рамках данной дисциплины (модуля) ориентировано на способность безопасно и надлежащим образом получать доступ, управлять, интегрировать, обмениваться, оценивать и создавать информацию с помощью цифровых устройств и сетевых технологий. Формирование цифровой компетентности предполагает работу с данными, владение инструментами для коммуникации.

7.5.1 Электронно-библиотечные системы и базы данных

1. ООО «ЭБС ЛАНЬ» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг от 03.04.2024 № б/н (Сетевая электронная библиотека)

2. База данных электронных информационных ресурсов ФГБНУ ЦНСХБ (договор по обеспечению доступа к электронным информационным ресурсам ФГБНУ ЦНСХБ через терминал удаленного доступа (ТУД ФГБНУ ЦНСХБ) от 09.04.2024 № 05-УТ/2024)

3.Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт»: Коллекции «Базовый массив» и «Колос-с. Сельское хозяйство» (<https://rucont.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа от 26.04.2024 № 1901/БП22)

4. ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» (<https://urait.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» от 07.05.2024 № 6555)

5. Электронно-библиотечная система «Вернадский» (<https://vernadsky-lib.ru>) (договор на безвозмездное использование произведений от 26.03.2020 № 14/20/25)

6. База данных НЭБ «Национальная электронная библиотека» (<https://rusneb.ru/>) (договор о подключении к НЭБ и предоставлении доступа к объектам НЭБ от 01.08.2018 № 101/НЭБ/4712)

7. Соглашение о сотрудничестве по оказанию библиотечно-информационных и социокультурных услуг пользователям университета из числа инвалидов по зрению, слабовидящих, инвалидов других категорий с ограниченным доступом к информации, лиц, имеющих трудности с чтением плоскочечатного текста ТОГБУК «Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина» (<https://www.tambovlib.ru>) (соглашение о сотрудничестве от 16.09.2021 № б/н)

7.5.2. Информационные справочные системы

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс (договор поставки, адаптации и сопровождения экземпляров систем КонсультантПлюс от 11.03.2024 № 11921 /13900/ЭС)
2. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор на услуги по сопровождению от 15.01.2024 № 194-01/2024)

7.5.3. Современные профессиональные базы данных

1. База данных нормативно-правовых актов информационно-образовательной программы «Росметод» (договор от 15.08.2023 № 542/2023)
2. База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU – российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования - <https://elibrary.ru/>
3. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru/>
4. Открытые данные Федеральной службы государственной статистики - <https://rosstat.gov.ru/opendata>

7.5.4. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

№	Наименование	Разработчик ПО (правообладатель)	Доступность (лицензионное, свободно распространяемое)	Ссылка на Единый реестр российских программ для ЭВМ и БД (при наличии)	Реквизиты подтверждающего документа (при наличии)
1	Microsoft Windows, Office Professional	Microsoft Corporation	Лицензионное	-	Лицензия от 04.06.2015 № 65291651 срок действия: бессрочно
2	Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	АО «Лаборатория Касперского» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/366574/?sphrase_id=415165	Сублицензионный договор с ООО «Софттекс» от 24.10.2023 № б/н, срок действия: с 22.11.2023 по 22.11.2024
3	МойОфис Стандартный - Офисный пакет для работы с документами и почтой (myoffice.ru)	ООО «Новые облачные технологии» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/301631/?sphrase_id=2698444	Контракт с ООО «Рубикон» от 24.04.2019 № 0364100000819000012 срок действия: бессрочно
4	Офисный пакет «Р7-Офис» (десктопная версия)	АО «Р7»	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/306668/?sphrase_id=4435041	Контракт с ООО «Софттекс» от 24.10.2023 № 0364100000823000007 срок действия: бессрочно

5	Операционная система «Альт Образование»	ООО "Базальт свободное программное обеспечение"	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303262/?sphrase_id=4435015	Контракт с ООО «Софттекс» от 24.10.2023 № 0364100000823000007 срок действия: бессрочно
6	Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат ВУЗ» (https://docs.antiplagiat.ru)	АО «Антиплагиат» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303350/?sphrase_id=2698186	Лицензионный договор с АО «Антиплагиат» от 23.05.2024 № 8151, срок действия: с 23.05.2024 по 22.05.2025
7	Acrobat Reader - просмотр документов PDF, DjVU	Adobe Systems	Свободно распространяемое	-	-
8	Foxit Reader - просмотр документов PDF, DjVU	Foxit Corporation	Свободно распространяемое	-	-

7.5.5. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. CDTOwiki: база знаний по цифровой трансформации <https://cdto.wiki/>

7.5.6. Цифровые инструменты, применяемые в образовательном процессе

1. LMS-платформа Moodle
2. Виртуальная доска Миро: miro.com
3. Виртуальная доска SBoard <https://sboard.online>
4. Облачные сервисы: Яндекс.Диск, Облако Mail.ru
5. Сервисы опросов: Яндекс Формы, MyQuiz
6. Сервисы видеосвязи: Яндекс телемост, Webinar.ru
7. Сервис совместной работы над проектами для небольших групп Trello <http://www.trello.com>

7.5.7. Цифровые технологии, применяемые при изучении дисциплины

№	Цифровые технологии	Виды учебной работы, выполняемые с применением цифровой технологии	Формируемые компетенции
1.	Облачные технологии	Лекции, Практические занятия	ПК-5 - способностью анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и

			т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений
2.	Облачные технологии	Лекции, Практические занятия	ПК-11 - способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Учебные занятия с обучающимися проводятся в закрепленных за кафедрой экономики и коммерции аудиториях 1/403, 1/405, а также в других аудиториях университета согласно расписанию. Перечень материально-технического обеспечения дисциплины включает: компьютерный класс, мультимедийную аппаратуру; доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки), наглядные пособия в виде плакатов и стендов в специализированных аудиториях.

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа (ул. Интернациональная д.101 - 1/403)	1. Проектор Acer (инв. № 1101047180) Экран рулонный 2. Компьютер Celeron D 430 (инв. № 2101045094) 3. Стенд (инв. №1101043023) 4. Стенд (инв. №1101043022) Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.	1. Microsoft Windows XP (лицензия № 49413124). 2. Microsoft Office 2003 (лицензия № 65291658).
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (лаборато-	1. Компьютер DualCore, мат плата AsusP5G41C-MLX, опер.память 2048 Mb, монитор 19" (инв. № 2101045266, 2101045265, 2101045264, 2101045263, 2101045262, 2101045261, 2101045260, 2101045259, 2101045258, 2101045257, 2101045256, 2101045255, 2101045254, 2101045253, 2101045252)	1. Microsoft Windows XP (лицензия № 49413124). 2. Microsoft Office 2003 (лицензия № 65291658). 3. Project Expert 7 (договор от 18.12.2012 № 0354/1П-06). 4. Audit Expert 4 Professional (договор от 18.12.2012 № 0354/1П-06). 5. Statistica Base 6 (договор от 12.01.2012 № 6/12/A) Профессиональные базы данных: 1. Обзор ситуации на агропродо-

<p>рия экономики) (ул. Интернациональная д.101 -1/405)</p>	<p>2. Коммутатор DES ((инв. №1101043026) 3. Концентратор (инв. №2101061683) Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.</p>	<p>вольственном рынке. – Режим доступа: http://mcx.ru/analytics/agro-food-market/. 2. Обзор конъюнктуры аграрного рынка. - Режим доступа: http://www.specagro.ru/#/analytics/287. 3. Центральная база статистических данных. - Режим доступа: http://cbsd.gks.ru/. 4. Показатели, характеризующие импортозамещение в России. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/importexchange/. 5. Центр корпоративной информации. – Режим доступа: http://www.edisclosure.ru/.</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы (компьютерный класс) (ул. Интернациональная д. 101 - 1/115)</p>	<p>1. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045275) 2. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045276) 3. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045277) 4. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045278) 5. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045279) 6. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045280) 7. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045281) 8. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045274) Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.</p>	<p>1. Microsoft Windows XP Professional Russian от 31.12.2006 № 18495261 2. Windows Office Professional 2003 Win 32 Russian 3. Windows для учебных заведений (№ лицензии 18495261: Microsoft Windows XP Professional Russian) Профессиональные базы данных: 1. Обзор ситуации на агропродовольственном рынке. – Режим доступа: http://mcx.ru/analytics/agro-food-market/. 2. Обзор конъюнктуры аграрного рынка. - Режим доступа: http://www.specagro.ru/#/analytics/287. 3. Центральная база статистических данных. - Режим доступа: http://cbsd.gks.ru/. 4. Показатели, характеризующие импортозамещение в России. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/importexchange/. 5. Центр корпоративной информации. – Режим доступа: http://www.edisclosure.ru/.</p>

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1327 от 12 ноября 2015 г.

Автор:

доцент кафедры
экономики и коммерции, к.э.н. Соколов О.В.

Рецензент: доцент кафедры управления
и делового администрирования, к.э.н. Ананских А.А.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики протокол №4 от «14» января 2016 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления протокол №6 от «19» января 2016 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета протокол №5 от «21» января 2016 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики протокол №9 от «3» июня 2016 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления протокол №11 от «14» июня 2016 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета протокол №10 от «20» июня 2016 г.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики протокол №8 от «11» апреля 2017 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления протокол №9 от «18» апреля 2017 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета протокол №8 от «20» апреля 2017 г.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции, протокол № 11 от «16» апреля 2018 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 9 от «17» апреля 2018 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 10 от «26» апреля 2018 г.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции, протокол № 9 от «19» апреля 2019 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 8 от «23» апреля 2019 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от «25» апреля 2019 г.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции, протокол № 8 от «17» апреля 2020 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 8 от «21» апреля 2020 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от «23» апреля 2020 г.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции, протокол № 8 от «20» апреля 2021 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 8 от «20» апреля 2021 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от «22» апреля 2021 г.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции, протокол № 8 от «12» апреля 2022 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 8 от «19» апреля 2022 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от «21» апреля 2022 г.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции, протокол № 10 от «1» июня 2023 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 10 от «20» июня 2023 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 10 от «22» июня 2023 г.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции, протокол № 11 от «14» мая 2024 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ, протокол № 9 от «21» мая 2024 г.

Рабочая программа утверждена решением Учебно-методического совета университета протокол № 9 от «23» мая 2024 г.

Оригинал документа хранится на кафедре экономики и коммерции.