


федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«МИЧУРИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра экономики и коммерции

УТВЕРЖДЕНА  
решением учебно-методического совета  
университета  
(протокол от 22 июня 2023 г. № 10)

УТВЕРЖДАЮ  
Председатель учебно-методического  
совета университета  
 С.В. Соловьёв  
«22» июня 2023 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **АГРОМАРКЕТИНГ**

Направление подготовки 38.04.06 Торговое дело  
Направленность (профиль) - Коммерческая деятельность на агропродоволь-  
ственном рынке  
Квалификация - магистр

Мичуринск, 2023

## 1. Цели освоения дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины «Агромаркетинг» является:

- обучение обучающихся владению научными знаниями и практическими навыками по организации маркетинговой деятельности предприятий и организаций АПК в рыночных условиях;
- формирование у обучающихся методологических основ управления агромаркетингом;
- освоение обучающимися методов разработки стратегии предприятия для повышения его эффективности и использования их результатов в профессиональной деятельности.

При освоении данной дисциплины (модуля) учитываются трудовые функции следующих профессиональных стандартов:

08.035 Маркетолог (утв. приказом Минтруда России от 04.06. 2018 №366н)

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Агромаркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Б1.В.04

Для успешного освоения дисциплины обучающийся должен овладеть основами дисциплины «Конкурентоспособность продовольственных товаров».

В дальнейшем знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения агромаркетинга, используются при выполнении выпускной квалификационной работы.

## 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации (08.035 Маркетолог. ТФ. - В/02.7)

трудоые действия:

08.035 Маркетолог. ТФ. - В/02.7

Разработка ценовой политики в организации

Внедрение системы стимулирования продаж товаров (услуг) организации

Освоение дисциплины направлено на формирование профессиональных компетенций:

ПК-2. Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации

Планируемые результаты обучения (индикаторы достижения компетенции)	Критерии оценивания результатов обучения			
	Низкий (допороговый) компетенция не сформирована	Пороговый	Базовый	Продвинутый
ПК-2 ИД-1 <sub>ПК-2</sub> . Разрабатывает маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и осуществляет их реализацию	Не способен разрабатывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и осуществлять их реализацию	Удовлетворительно разрабатывает маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и осуществляет их реализацию	Хорошо разрабатывает маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и осуществляет их реализацию	Отлично разрабатывает маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и осуществляет их реализацию
ИД-2 <sub>ПК-2</sub> Разрабатывает политику ценообразования в организации	Не способен разрабатывать политику ценообразования в организации	Удовлетворительно разрабатывает политику ценообразования в орга-	Хорошо разрабатывает политику ценообразования в организации	Отлично разрабатывает политику ценообразования в

		низации		организации
ИД-3 <sub>ПК-2</sub> . Разрабатывает системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	Не способен разрабатывать системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	Удовлетворительно разрабатывает системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	разрабатывает системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	Отлично разрабатывает системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации
ИД-4 <sub>ПК-2</sub> . Осуществляет управление маркетинговой деятельностью организации	Не способен осуществлять управление маркетинговой деятельностью организации	Удовлетворительно осуществляет управление маркетинговой деятельностью организации	Хорошо осуществляет управление маркетинговой деятельностью организации	Отлично осуществляет управление маркетинговой деятельностью организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

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

Уметь:

- разрабатывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и осуществляет их реализацию;
- разрабатывать политику ценообразования в организации;
- разрабатывать системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации;
- осуществлять управление маркетинговой деятельностью организации;
- проводить комплексный маркетинговый анализ;
- разрабатывать программы маркетинговой деятельности для предприятий АПК.

Владеть:

- современными методами изучения аграрного рынка;
- критериями принятия экономических решений, учитывающих состояние аграрного рынка.
- навыками изучения прогрессивных направлений развития профессиональной маркетинговой деятельности.

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

Разделы, темы дисциплины (модуля)	Компетенции	Общее количество компетенций
	ПК-2	
1. Особенности агромаркетинга и его становления в аграрном секторе экономики России	+	
2. Функции агромаркетинга	+	1
3. Организация маркетинговой деятельности	+	1
4. Маркетинговые исследования и рыночные стратегии в области разработки товарного ассортимента агропромышленной продукции	+	1
5. Организация процесса товародвижения продукции	+	

АПК		
6. Установление цены на сельскохозяйственную продукцию	+	1
7. Маркетинговые коммуникации в АПК	+	1

#### 4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

##### 4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды занятий	Количество академических часов	
	по очной форме обучения (2 семестр)	по очно-заочной форме обучения (2 семестр)
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем в том числе:	34	32
Аудиторные занятия, в т.ч.	34	32
- лекции	6	6
- практические занятия	28	26
в том числе в форме практической подготовки	4	4
Самостоятельная работа	74	76
проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	28	28
подготовка к практическим занятиям, защите реферата	21	21
выполнение индивидуальных заданий	14	14
подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	11	13
Вид итогового контроля	зачет	зачет

##### 4.2. Лекции

Раздел дисциплины, темы лекций и их содержание	Объем в ак. часах		Формируемые компетенции
	По очной форме обучения	По очно-заочной форме обучения	
1 Особенности агромаркетинга и его становления в аграрном секторе экономики России	0,5	0,5	ПК-2
2 Функции агромаркетинга	0,5	0,5	ПК-2
3 Организация маркетинговой деятельности	1	1	ПК-2
4 Маркетинговые исследования и рыночные стратегии в области разработки товарного ассортимента агропромышленной продукции	1	1	ПК-2

5	Организация процесса товародвижения продукции АПК	1	1	ПК-2
6	Установление цены на сельскохозяйственную продукцию	1	1	ПК-2
7	Маркетинговые коммуникации в АПК	1	1	ПК-2
ИТОГО		6	6	

### 4.3. Практические занятия

Раздел дисциплины, темы лекций и их содержание		Объем в ак. часах		Формируемые компетенции
		По очной форме обучения	По очно-заочной форме обучения	
1	Особенности агромаркетинга и его становления в аграрном секторе экономики России	4	2	ПК-2
2	Функции агромаркетинга	4	4	ПК-2
3	Организация маркетинговой деятельности	4	4	ПК-2
4	Маркетинговые исследования и рыночные стратегии в области разработки товарного ассортимента агропромышленной продукции	4	4	ПК-2
5	Организация процесса товародвижения продукции АПК	4	4	ПК-2
6	Установление цены на сельскохозяйственную продукцию	4	4	ПК-2
7	Маркетинговые коммуникации в АПК	4	4	ПК-2
ИТОГО		28	26	

### 4.4 Лабораторные работы не предусмотрены

### 4.5. Самостоятельная работа обучающихся

Раздел дисциплины	Вид СР	Объем ак. часов	
		По очной форме обучения	По очно-заочной форме обучения
1. Особенности агромаркетинга 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	3	3
	Выполнение индивидуальных заданий	2	2
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	1
2. Функции агромаркетинга	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций,	4	4

	учебников, материалов сетевых ресурсов)		
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	3	3
	Выполнение индивидуальных заданий	2	2
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	2
3. Организация маркетинговой деятельности	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	3	3
	Выполнение индивидуальных заданий	2	2
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	2
4. Маркетинговые исследования и рыночные стратегии в области разработки товарного ассортимента агропромышленной продукции	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	3	3
	Выполнение индивидуальных заданий	2	2
	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	3	3
	Выполнение индивидуальных заданий	2	2
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	2
6. Установление цены на сельскохозяйственную продукцию	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	3	3
	Выполнение индивидуальных заданий	2	2
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	2
7. Маркетинговые коммуникации в АПК	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ре-	4	4

	сурсов)		
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	3	3
	Выполнение индивидуальных заданий	2	2
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	2
Итого		74	68

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине:

1. Бекетов А.В. Фонд тестовых заданий по агромаркетингу для студентов направления 38.04.06 «Торговое дело»/ Электронный учебно-методический комплекс дисциплины «Агромаркетинг» по направлению 38.04.06 «Торговое дело», Мичуринск, 2021

2. Бекетов А.В. Методические рекомендации по написанию рефератов по дисциплине «Агромаркетинг» для студентов направления 38.04.06 «Торговое дело»/ / Электронный учебно-методический комплекс дисциплины «Агромаркетинг» по направлению 38.04.06 «Торговое дело» Мичуринск, 2021

#### **4.6. Курсовое проектирование не предусмотрено**

#### **4.7. Содержание разделов дисциплины (модуля)**

##### **Раздел 1. Особенности агромаркетинга и его становления в аграрном секторе экономики России**

Предмет дисциплины «Агромаркетинг». Сущность агромаркетинга. Цели и задачи агромаркетинга. Принципы и стратегия агромаркетинга. Особенности агромаркетинга.

##### **Раздел 2. Функции агромаркетинга**

Предпосылки агромаркетинга. Система агромаркетинга. Функции агромаркетинга.

##### **Раздел 3. Организация маркетинговой деятельности**

Процесс перехода к предприятию маркетинговой ориентации. Организация службы маркетинга на предприятии. Основные задачи маркетинговой службы. Функциональная структура управления маркетингом. Товарно-функциональная структура управления маркетингом.

Разработка маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга и осуществление их реализации.

Осуществление управлением маркетинговой деятельностью организации.

##### **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 агромаркетинга. Внешняя среда агромаркетинга.

##### **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.

Разработка системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации.

### **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.

Разработка политики ценообразования в организации

*В форме практической подготовки:* Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации:

Внедрение системы стимулирования продаж товаров (услуг) организации.

### **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.

*В форме практической подготовки:* Внедрение системы стимулирования продаж товаров (услуг) организации.

## **5. Образовательные технологии**

Реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

При изучении дисциплины (модуля) используется инновационная образовательная технология на основе интеграции компетентностного и личностно-ориентированного подходов с элементами традиционного лекционно-семинарского и квазипрофессионального обучения с использованием интерактивных форм проведения занятий, исследовательской проектной деятельности 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	Практические занятия - традиционная форма проведения практических занятий: выступления и обсуждение выступлений по рассматриваем темам, круглый стол, дискуссии, работа в малых группах
Самостоятельная работа обучающихся	Сочетание традиционной формы (работа с учебной и справочной литературой, изучение материалов интернет-ресурсов, подготовка к практическим занятиям, тестированию и интерактивной формы (выполнение индивидуальных и групповых работ)

## **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 практические навыки из различных видов профессиональной деятельности обучающегося по ООП данного направления, формируемые при изучении дисциплины «Агрорынок».

### 6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Агрорынок»

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

### 6.2. Перечень вопросов для зачета

1. Сущность агорынка. (ПК-2)
2. Цели и задачи агорынка. (ПК-2)
3. Принципы и стратегия агорынка. (ПК-2)
4. Особенности агорынка. (ПК-2)
5. Предпосылки агорынка. (ПК-2)
6. Система агорынка. (ПК-2)
7. Функции агорынка. (ПК-2)
8. Организация службы маркетинга на предприятии. (ПК-2)
9. Основные задачи маркетинговой службы. (ПК-2)
10. Функциональная структура управления маркетингом. (ПК-2)
11. Товарно-функциональная структура управления маркетингом. (ПК-2)
12. Маркетинговые исследования. (ПК-2)
13. Рынок сельскохозяйственной продукции. (ПК-2)
14. Рынки, функционирующие в сфере ресурсов АПК. (ПК-2)
15. Внутренняя среда агорынка. (ПК-2)
16. Внешняя среда агорынка. (ПК-2)

17. Понятие товародвижения продукции АПК. (ПК-2)
18. Классификация потребителей. (ПК-2)
19. Отличие аграрного сектора от других секторов экономики. (ПК-2)
20. Товарная политика, товарная стратегия, товарная линия. (ПК-2)
21. Каналы товародвижения. (ПК-2)
23. Понятие цены. (ПК-2)
24. Типы рынков. (ПК-2)
25. Факторы, определяющие спрос на сельскохозяйственную продукцию. (ПК-2)
26. Проблемы ценообразования в сельском хозяйстве. (ПК-2)
27. Ценовая политика государства на продовольственном рынке. (ПК-2)
28. Система маркетинговых коммуникаций. (ПК-2)
29. Стратегия маркетинговых коммуникаций. (ПК-2)
30. Методы маркетинговых коммуникаций. (ПК-2)
31. Коммуникационная политика маркетинговых служб. (ПК-2)
32. Реклама. (ПК-2)
33. Стимулирование сбыта. (ПК-2)
34. Семь видов коммуникационных потоков. (ПК-2)

### 6.3. Шкала оценочных средств

При функционировании модульно-рейтинговой системы обучения знания, умения и навыки, приобретаемые обучающимися в процессе изучения дисциплины, оцениваются в рейтинговых баллах. Учебная дисциплина 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)
Продвинутый (75 -100 баллов) «зачтено»	– полное знание учебного материала из разных разделов дисциплины; –умение ясно, логично и грамотно излагать изученный материал, производить собственные размышления, делать умозаключения и выводы с добавлением комментариев, пояснений, обоснований; –грамотное владение основными понятиями дисциплины т.п.	тестовые задания (30-40 баллов); реферат (7-10 баллов); вопросы к зачету (28-50 баллов)
Базовый (50 -74 балла) – «зачтено»	–знание основных теоретических и методических положений по изученному материалу; –умение собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать практический материал для иллюстрации теоретических положений; –владение методиками расчета и анализа показателей, характеризующих экономические явления и процессы на микро- и макроуровне, с оценкой их уровня.	тестовые задания (20-29 баллов); реферат (5-6 баллов); вопросы к зачету (25-39 балл)
Пороговый (35 - 49 баллов) – «зачтено»	–поверхностное знание сущности основных понятий; –умение осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор и частичный анализ данных при проведении конкретных расчетов;	тестовые задания (14-19 баллов); реферат (3-4 балла); вопросы к зачету (18-26 баллов)

	–выполнение расчетов с погрешностями методологического плана, ошибками в интерпретации, но позволяющих сделать заключение о верном ходе решения поставленной задачи.	
Низкий (допороговый) (компетенция не сформирована) (менее 35 баллов) – «не зачтено»	–незнание терминологии дисциплины; приблизительное представление о предмете и методах дисциплины; 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; –невладение вычислительными процедурами по применению методов.	тестовые задания (0-13 баллов); реферат (0-2 балла); вопросы к зачету (0-20 баллов)

Все комплекты оценочных средств (контрольно-измерительных материалов), необходимых для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие 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.Учебная литература**

1. Бекетов А.В. Учебно-методический комплекс по дисциплине (модулю) «Агро-маркетинг» для обучающихся по направлению 38.04.06 Торговое дело направленность (профиль) «Коммерческая деятельность на агропродовольственном рынке», Мичуринск, 2021. ). — Режим доступа <http://www.mgau.ru/sveden/education/files/umk/umk38.04.06/%D0%90%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3.pdf>

2. Маркетинг в агропромышленном комплексе : учебник и практикум для вузов / Н. В. Суркова [и др.] ; под редакцией Н. В. Сурковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03123-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469292> – Загл. с экрана.

3. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468736> – Загл. с экрана.

4. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01478-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469356> – Загл. с экрана.

### **7.2.Методические указания по освоению дисциплины**

1. Неуймин Д.С. Методические указания для практических занятий по дисциплине «Агромаркетинг». Мичуринск: Изд-во МичГАУ, 2023. – 32 с.

### **7.3 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.

#### **7.3.1 Электронно-библиотечная системы и базы данных**

1. ООО «ЭБС ЛАНЬ» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг от 10.03.2020 № ЭБ СУ 437/20/25 (Сетевая электронная библиотека)
2. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям ООО «Издательство Лань» от 03.04.2023 № 1)
3. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям ООО «Издательство Лань» от 06.04.2023 № 2)
4. 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 07.04.2023 № б/н)
5. Электронно-библиотечная система «AgriLib» ФГБОУ ВО РГАЗУ (<http://ebs.rgazu.ru/>) (дополнительное соглашение на предоставление доступа от 13.04.2023 № б/н к Лицензионному договору от 04.07.2013 № 27)
6. 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 04.04.2023 № 2702/бп22)
7. ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» (<https://urait.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» от 06.04.2023 № 6)
8. Электронно-библиотечная система «Вернадский» (<https://vernadsky-lib.ru>) (договор на безвозмездное использование произведений от 26.03.2020 № 14/20/25)
9. 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)
10. 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)

### 7.3.2. Информационные справочные системы

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс (договор поставки и сопровождения экземпляров систем КонсультантПлюс от 03.02.2023 № 11481 /13900/ЭС)
2. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор на услуги по сопровождению от 22.12.2022 № 194-01/2023)

### 7.3.3. Современные профессиональные базы данных

1. База данных нормативно-правовых актов информационно-образовательной программы «Росметод» (договор от 11.07.2022 № 530/2022)
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>

### 7.3.4. 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	<a href="https://reestr.digital.gov.ru/reestr/366574/?sphrase_id=415165">https://reestr.digital.gov.ru/reestr/366574/?sphrase_id=415165</a>	Сублицензионный договор с ООО «Софттекс» от 06.07.2022 № б/н, срок действия: с 22.11.2022 по 22.11.2023
3	МойОфисСтандартный - Офисный пакет для работы с документами и почтой (myoffice.ru)	ООО «Новые облачные технологии» (Россия)	Лицензионное	<a href="https://reestr.digital.gov.ru/reestr/301631/?sphrase_id=2698444">https://reestr.digital.gov.ru/reestr/301631/?sphrase_id=2698444</a>	Контракт с ООО «Рубикон» от 24.04.2019 № 0364100000819000012 срок действия: бессрочно
4	Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат ВУЗ» ( <a href="https://docs.antiplagiatus.ru">https://docs.antiplagiatus.ru</a> )	АО «Антиплагиат» (Россия)	Лицензионное	<a href="https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303350/?sphrase_id=2698186">https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303350/?sphrase_id=2698186</a>	Лицензионный договор с АО «Антиплагиат» от 17.04.2023 № 6627, срок действия: с 17.04.2023 по 16.04.2024
5	Acrobat Reader - просмотр документов PDF, DjVu	Adobe Systems	Свободно распространяемое	-	-

6	FoxitReader - просмотр документов PDF, DjVU	FoxitCorporation	Свободно распространяемое	-	-
---	--	------------------	---------------------------	---	---

### 7.3.5. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. CDTOwiki: база знаний по цифровой трансформации <https://cdto.wiki/>
2. Сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат). Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
3. Сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Тамбовской области (Тамбовстат). Электронный ресурс. Режим доступа: <http://tmb.gks.ru/>
4. Сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации Электронный ресурс. Режим доступа: <http://mcx.ru>
5. <http://www.rucont.ru>
6. <http://www.edu.ru>
7. Комплект регулярно обновляемых кафедральных электронных учебников.
8. Электронные издание учебников и учебных пособий, а также учебно-методических указаний в библиотеке университета и сети интернет.

### 7.3.6. Цифровые инструменты, применяемые в образовательном процессе

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

### 7.3.7. 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-2 Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации
2.	Большие данные	Лекции Практические занятия	ПК-2 Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

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.

Учебные занятия с обучающимися проводятся в закреплённых за кафедрой экономики и коммерции в аудиториях 1/103, 1/405, 1/115, а также в других аудиториях университета согласно расписанию.

Оснащённость учебной аудитории для проведения занятий лекционного типа (ул. Интернациональная д.101 - 1/103):

1. Проектор Acer X1261P (инв. №2101045353)
2. Экран Draper Luma NTSC (инв. 2101065491)
3. Ноутбук Lenovo IdeaPad V580c (инв.21013400405)

наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий

Перечень лицензионного программного обеспечения (реквизиты подтверждающего документа):

1. Windows Office Professional 2003 Win 32 Russian,
2. Windows для учебных заведений (№ лицензии 18495261, Microsoft Windows XP Professional Russian)

Оснащённость учебной аудитории для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (лаборатория экономики) (ул. Интернациональная д.101 –1/405):

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)
2. Коммутатор DES (инв. №1101043026)
3. Концентратор (инв. №2101061683)

Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.

Перечень лицензионного программного обеспечения (реквизиты подтверждающего документа):

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 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/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/importexchange/).

5. Центр корпоративной информации. – Режим

Оснащённость помещения для самостоятельной работы (ул. Интернациональная д. 101 - 1/115):

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.

Перечень лицензионного программного обеспечения (реквизиты подтверждающего документа):

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/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/importexchange/).
5. Центр корпоративной информации. – Режим доступа: <http://www.e-disclosure.ru/>.



Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. №982

Автор: доцент кафедры экономики и коммерции, к.э.н. Азжеурова М.В.



Рецензент:

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



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, 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 «01» 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.