


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)
«Маркетинг в агропромышленном комплексе»

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль) Экономика предприятий и организаций АПК

Квалификация - бакалавр

1. Цели освоения дисциплины (модуля)

Целями дисциплины (модуля) «Маркетинг в агропромышленном комплексе» являются:

- формирование у обучающихся знаний и практических навыков по организации маркетинговой деятельности предприятий и организаций АПК в условиях экономической самостоятельности предприятий и субъектов рынка в целях эффективного использования рыночного механизма.
- формирование умений анализа информации о потенциальных партнерах на внешних рынках;
- формирование о навыков организации транспортно-логистического обеспечения внешнеторгового контракта
- обучение навыкам расчета и анализа экономических показателей результатов деятельности организации
- обучение методам исследования состояния аграрного рынка;
- обучение современным методам работы на аграрном рынке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина (модуль) «Маркетинг в агропромышленном комплексе» относится к ФТД. Факультативные дисциплины. ФТД.02

Для успешного освоения дисциплины (модуля) «Маркетинг в агропромышленном комплексе» обучающийся должен изучить дисциплины (модули) «Экономическая теория», «Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий АПК», «Экономика аграрного рынка», «Внешекономическая деятельность предприятий АПК», «Мировая аграрная экономика».

Знания, умения и навыки, формируемые в процессе освоения дисциплины (модуля) «Маркетинг в агропромышленном комплексе», взаимодействуют со знаниями, умениями и навыками, полученными в процессе изучения дисциплин (модулей): «Коммерческая деятельность предприятий АПК», «Управление закупками на предприятиях АПК».

В дальнейшем знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплины (модуля) «Маркетинг в агропромышленном комплексе», используются при прохождении производственной преддипломной практики, а также при подготовке к процедуре защиты и защите выпускной квалификационной работы.

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

В результате изучения дисциплины (модуля) обучающийся должен освоить трудовые функции:

Подготовка к заключению внешнеторгового контракта

08.039 Специалист по внешнеэкономической деятельности (ТФ.–В / 01.6)
трудоустройство:

08.039 Специалист по внешнеэкономической деятельности (ТФ.–В / 01.6)

- Поиск и анализ информации о потенциальных партнерах на внешних рынках
- Формирование проекта внешнеторгового контракта

Организация транспортно-логистического обеспечения внешнеторгового контракта (ТФ. - В / 02.6)

08.039 Специалист по внешнеэкономической деятельности (ТФ.–В / 02.6)

трудовые действия:

-Привлечение специализированных организаций для выполнения отдельных функций транспортно-логистического обеспечения внешнеторгового контракта

- Подготовка документов, необходимых для транспортно-логистического обеспечения внешнеторгового контракта

Расчет и анализ экономических показателей результатов деятельности организации

08.043 Экономист предприятия (ТФ.–А/ 02.6)

трудовые действия:

08.043 Экономист предприятия (ТФ.–А/ 02.6)

- Определение экономической эффективности организации труда и производства, внедрение инновационных технологий

- Проведение экономического анализа хозяйственной деятельности организации

- Определение резервов повышения эффективности деятельности организации

- Совершенствование форм организации труда и управления, а также плановой и учетной документации организации

Освоение дисциплины (модуля) направлено на формирование:

Профессиональных компетенций:

ПК – 6. Способен подготовить и заключить внешнеторговый контракт и организовать его транспортно-логистическое обеспечение

ПК – 8. Способен критически оценить предполагаемые 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 (индикаторы достижения компетенции)	Критерии оценивания результатов обучения			
	Низкий (допороговый) компетенция не сформирована	Пороговый	Базовый	Продвинутый
ПК-6 ИД-1ПК-6- Анализирует информацию о потенциальных партнерах на внешних рынках для заключения внешнеторгового контракта.	Не умеет анализировать информацию о потенциальных партнерах на внешних рынках для заключения внешнеторгового контракта.	Удовлетворительно анализирует информацию о потенциальных партнерах на внешних рынках для заключения внешнеторгового контракта.	Хорошо анализирует информацию о потенциальных партнерах на внешних рынках для заключения внешнеторгового контракта.	Отлично анализирует информацию о потенциальных партнерах на внешних рынках для заключения внешнеторгового контракта.
ИД-4ПК-6 Осуществляет контроль исполнения обяза-	Не умеет осуществлять контроль испол-	Удовлетворительно осуществляет	Хорошо осуществляет контроль ис-	Отлично осуществляет контроль ис-

тельств по внешне-торговому контракту.	нения обяза-тельств по внешнеторгово-му контракту.	контроль ис-полнения обя-зательств по внешнеторго-вому контрак-ту.	полнения обя-зательств по внешнеторго-вому контрак-ту.	полнения обя-зательств по внешнеторго-вому контрак-ту.
ПК-8 ИД-3ПК-8 – Разрабатывает и обосновывает предложения по совершенствованию управленческих решений с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.	Не умеет разрабаты-вать и обосновывать предложения по совершенствованию управ-ленческих ре-шений с учетом критериев соци-ально-экономической эффективности, рисков и воз-можных соци-ально-экономических последствий.	Удовлетвори-тельно разра-батывает и обосновывает предложения по совершен-ствованию управленче-ских решений с учетом кри-териев соци-ально-экономической эффективно-сти, рисков и возможных социально-экономических последствий.	Хорошо раз-рабатывает и обосновывает предложения по совершен-ствованию управленче-ских решений с учетом кри-териев соци-ально-экономиче-ской эффек-тивности, рисков и воз-можных соци-ально-экономиче-ских послед-ствий.	Отлично раз-рабатывает и обосновывает предложения по совершен-ствованию управленче-ских решений с учетом крите-риев социаль-но-экономической эффективно-сти, рисков и возможных соци-ально-экономических последствий.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

- источники информации о потенциальных партнерах на внешних рынках для заключения внешнеторгового контракта
- сущность и основные принципы маркетинга в агропромышленном комплексе;
- теоретические основы и методологические приемы изучения конъюнктуры аграрного рынка;
- формы и методы организации продажи товаров и формирования спроса.

Уметь:

- анализировать информацию о потенциальных партнерах на внешних рынках для заключения внешнеторгового контракта
- осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту
- работать с информационно-справочным материалом;
- проводить комплексный маркетинговый анализ;
- разрабатывать программы маркетинговой деятельности для предприятий. АПК.

Владеть:

- навыками разработки и обоснования предложений по совершенствованию управленческих решений с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.
- 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-6	ПК-8	
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	+	+	2
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 акад. часа.

4.1. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Таблица 1 - Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды занятий	Всего акад. часов		
	Очная форма обучения 2 семестр	Очно-заочная форма обучения 10 семестр	Заочная форма обучения 3 курс
Общая трудоемкость дисциплины (модуля)	72	72	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем	16	20	12
Аудиторные занятия, в т.ч.	16	20	12
лекции	8	10	6
практические занятия	8	10	6
Самостоятельная работа, в т.ч.	56	52	56
проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	18	18	18
подготовка к практическим занятиям, защите реферата	18	18	18
выполнение индивидуальных заданий	10	9	10

подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	10	7	10
Контроль			4
Вид итогового контроля	зачет	зачет	зачет

4.2. Лекции

Раздел дисциплины (модуля), темы лекций и их содержание	Объем в акад. часах			Формируемые компетенции
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения	
1. Особенности маркетинга в АПК и его становления в аграрном секторе экономики России	1	1	1	ПК-6
2 Функции маркетинга в АПК	1	1		ПК-6
3 Организация маркетинговой деятельности в АПК	1	2	1	ПК-6,ПК-8
4. Маркетинговые исследования и рыночные стратегии в области разработки товарного ассортимента агропромышленной продукции	1	3	1	ПК-6,ПК-8
5. Организация процесса товародвижения продукции АПК	1	1	1	ПК-6,ПК-8
6. Установление цены на сельскохозяйственную продукцию	1	1	1	ПК-6,ПК-8
7. Маркетинговые коммуникации в АПК	2	1	1	ПК-6,ПК-8
Итого	8	10	6	

4.3. Практические занятия

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

6. Установление цены на сельскохозяйственную продукцию	1	1	1	ПК-6,ПК-8
7. Маркетинговые коммуникации в АПК	2	1	1	ПК-6,ПК-8
Итого	8	10	6	

4.4 Самостоятельная работа обучающегося

Раздел дисциплины(модуля)	Вид самостоятельной работы	Объем акад. часов		
		Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1 Особенности маркетинга в АПК и его становления в аграрном секторе экономики России	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	2	2	2
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	2	2
	выполнение индивидуальных заданий	2	1	2
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	1	2
2 Функции маркетинга в АПК	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	2	2	2
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	2	2
	выполнение индивидуальных заданий	2	2	2
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	1	2
3 Организация маркетинговой деятельности в АПК	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	2	2	2
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	2	2
	выполнение индивидуальных заданий	2	2	2
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	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	4
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	4	4	4
	выполнение индивидуальных заданий	1	1	1
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	1	1
5. Организация процесса товародвижения продукции АПК	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	1	4
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	4	4	4
	выполнение индивидуальных заданий	1	1	1
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	1	1
6. Установление цены на сельскохозяйственную продукцию	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	2	2	2
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	2	2
	выполнение индивидуальных заданий	1	1	1
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	1	1
7. Маркетинговые коммуникации в АПК	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	2	2	2
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	2	2
	выполнение индивидуальных заданий	1	1	1
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	1	1
Итого		56	52	56

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, 2022

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, 2022

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 в агропромышленном комплексе.

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 расчетов 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 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-6	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	8 11 5
2	Функции маркетинга в АПК	ПК-6	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	7 10 2
3	Организация маркетинговой деятельности в АПК	ПК-6,ПК-8	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	8 17 3
4	Маркетинговые исследования и рыночные стратегии в области разработки товарного ассортимента агропромышленной продукции	ПК-6,ПК-8	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	7 10 7
5	Организация процесса товародвижения продукции АПК	ПК-6,ПК-8	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	8 10 4
6	Установление цены на сельскохозяйственную продукцию	ПК-6,ПК-8	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	8 10 6
7	Маркетинговые коммуникации в АПК	ПК-6,ПК-8	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	9 14 7

6.2. Перечень вопросов для зачета

1. Сущность маркетинга в агропромышленном комплексе. (ПК-6)
2. Цели и задачи маркетинга в агропромышленном комплексе. (ПК-6)
3. Принципы и стратегия маркетинга в агропромышленном комплексе. (ПК-6)
4. Особенности маркетинга в агропромышленном комплексе. (ПК-6)
5. Предпосылки маркетинга в агропромышленном комплексе. (ПК-6)
6. источники информации о потенциальных партнерах на внешних рынках для заключения внешнеторгового контракт? (ПК-6)
7. Функции маркетинга в агропромышленном комплексе.(ПК-6)
8. Организация службы маркетинга на предприятии. (ПК-6, ПК-8)
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-8)
10. Функциональная структура управления маркетингом. (ПК-6, ПК-8)
11. осуществление контроля исполнения обязательств по внешнеторговому контракту. (ПК-6, ПК-8)
12. Маркетинговые исследования. (ПК-6, ПК-8)

13. Рынок сельскохозяйственной продукции. (ПК-6, ПК-8)
14. Рынки, функционирующие в сфере ресурсов АПК. (ПК-6, ПК-8)
15. Внутренняя среда маркетинга в агропромышленном комплексе. (ПК-6, ПК-8)
16. Внешняя среда маркетинга в агропромышленном комплексе. (ПК-6, ПК-8)
17. Понятие товародвижения продукции АПК. (ПК-8)
18. Классификация потребителей. (ПК-8)
19. Отличие аграрного сектора от других секторов экономики. (ПК-8)
20. Товарная политика, товарная стратегия, товарная линия. (ПК-8)
21. Каналы товародвижения. (ПК-8)
23. Понятие цены. (ПК-6, ПК-8)
24. Типы рынков. (ПК-6, ПК-8)
25. Факторы, определяющие спрос на сельскохозяйственную продукцию. (ПК-6, ПК-8)
26. Проблемы ценообразования в сельском хозяйстве. (ПК-6, ПК-8)
27. Ценовая политика государства на продовольственном рынке. (ПК-6, ПК-8)
28. Система маркетинговых коммуникаций. (ПК-6, ПК-8)
29. Стратегия маркетинговых коммуникаций. (ПК-6, ПК-8)
30. Методы маркетинговых коммуникаций. (ПК-6, ПК-8)
31. Коммуникационная политика маркетинговых служб. (ПК-6, ПК-8)
32. Реклама. (ПК-6, ПК-8)
33. Стимулирование сбыта. (ПК-6, ПК-8)
34. Семь видов коммуникационных потоков. (ПК-6, ПК-8)

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)
Продвинутый (75 -100 баллов) «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – полное знание учебного материала из разных разделов дисциплины (модуля); – полное умение анализировать информацию о потенциальных партнерах на внешних рынках для заключения внешнеторгового контракт, осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту –полное владение вопросами разработки и обоснования предложений по совершенствованию управленческих решений с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий. 	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;	тестовые задания (20-29 баллов); реферат(5-6 баллов);

	<p>–умение анализировать информацию о потенциальных партнерах на внешних рынках для заключения внешнеторгового контракт, осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту</p> <p>- владение вопросами разработки и обоснования предложений по совершенствованию управленческих решений с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.</p>	вопросы к зачету (25-39 балл)
<p>Пороговый (35 - 49 баллов) – «зачтено»</p>	<p>–поверхностное знание сущности основных понятий;</p> <p>–поверхностное умение анализировать информацию о потенциальных партнерах на внешних рынках для заключения внешнеторгового контракт, осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту</p> <p>–поверхностное владение вопросами разработки и обоснования предложений по совершенствованию управленческих решений с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.</p>	<p>тестовые задания (14-19 баллов);</p> <p>реферат (3-4 балла);</p> <p>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;</p> <p>– неумение анализировать информацию о потенциальных партнерах на внешних рынках для заключения внешнеторгового контракт, осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту</p> <p>–не владение вопросами разработки и обоснования предложений по совершенствованию управленческих решений с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.</p>	<p>тестовые задания (0-13 баллов);</p> <p>реферат (0-2 балла);</p> <p>вопросы к зачету (0-19 баллов)</p>

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. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 570 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3225-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425174>
2. 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>
3. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Е. Кузьмина. — М. : Издательство Юрайт, 2020. — 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 в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484237>
5. 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>
6. 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>
7. 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>
8. 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>

7.2. 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.mcsx.ru

Комплект регулярно обновляемых кафедральных электронных учебников.
Электронные издание учебников и учебных пособий, а также учебно-методических указаний в библиотеке университета и сети интернет.

7.3.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, 2022.
2. Соколов О.В. Фонд тестовых заданий по маркетингу в агропромышленном комплексе для обучающихся направления подготовки 38.03.01 Экономика . Мичуринск, 2022
3. Соколов О.В. Методические рекомендации по написанию рефератов по дисциплине «Маркетинг в агропромышленном комплексе» для обучающихся направления подготовки 38.03.01 Экономика. Мичуринск, 2022

7.4 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.

7.4.1 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 «Рукопт»: 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)

7.4.2. 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)

7.4.3. 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>

7.4.4. 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)
	Microsoft Windows, Office Professional	Microsoft Corporation	Лицензионное	-	Лицензия от 04.06.2015 № 65291651 срок действия: бессрочно
	Антивирусное про-	АО «Лаборатория	Лицензион-	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/366574/?sphrase_id=415165	Сублицензионный

	граммное обеспечение KasperskyEndpointSecurity для бизнеса	Касперского» (Россия)	ное		договор с ООО «Софттекс» от 06.07.2022 № б/н, срок действия: с 22.11.2022 по 22.11.2023
	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
	Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат ВУЗ» (https://docs.antiplagius.ru)	АО «Антиплагиат» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303350/?sphrase_id=2698186	Лицензионный договор с АО «Антиплагиат» от 17.04.2023 № 6627, срок действия: с 17.04.2023 по 16.04.2024
	AcrobatReader - просмотр документов PDF, DjVU	Adobe Systems	Свободно распространяемое	-	-
	FoxitReader - просмотр документов PDF, DjVU	Foxit Corporation	Свободно распространяемое	-	-

7.4.5. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

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

7.4.6. Цифровые инструменты, применяемые в образовательном процессе

1. LMS-платформа Moodle
2. Виртуальная доска Миро: miro.com
3. Виртуальная доска SBoard <https://sboard.online>
4. 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>

7.4.7. 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 – 6. Способен подготовить и заключить внешнеторговый контракт и организовать его транспортно-логистическое обеспечение
2.	Облачные технологии	Лекции, Практические занятия	ПК – 8. Способен критически оценить предполагаемые 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	1. Проектор Acer (инв. № 1101047180) Экран рулонный	1. Microsoft Windows XP (лицензия № 49413124). 2. Microsoft Office 2003 (лицен-

(ул. Интернациональная д.101 - 1/403)	<p>2. Компьютер Celeron D 430 (инв. № 2101045094)</p> <p>3. Стенд (инв. №1101043023)</p> <p>4. Стенд (инв. №1101043022)</p> <p>Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.</p> <p>Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.</p>	зия № 65291658).
<p>Учебная аудитория 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)</p>	<p>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)</p> <p>2. Коммутатор DES ((инв. №1101043026)</p> <p>3. Концентратор (инв. №2101061683)</p> <p>Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.</p>	<p>1. Microsoft Windows XP (лицензия № 49413124).</p> <p>2. Microsoft Office 2003 (лицензия № 65291658).</p> <p>3. Project Expert 7 (договор от 18.12.2012 № 0354/1П-06).</p> <p>4. Audit Expert 4 Professional (договор от 18.12.2012 № 0354/1П-06).</p> <p>5. Statistica Base 6 (договор от 12.01.2012 № 6/12/A)</p> <p>Профессиональные базы данных:</p> <p>1. Обзор ситуации на агропродовольственном рынке. – Режим доступа: http://mcx.ru/analytics/agro-food-market/.</p> <p>2. Обзор конъюнктуры аграрного рынка. - Режим доступа: http://www.specagro.ru/#/analytics/287.</p> <p>3. Центральная база статистических данных. - Режим доступа: http://cbsd.gks.ru/.</p> <p>4. Показатели, характеризующие импортозамещение в России. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/importexchange/.</p> <p>5. Центр корпоративной информации. – Режим доступа: http://www.e-disclosure.ru/.</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы (компьютерный класс) (ул. Интернациональная д. 101 - 1/115)</p>	<p>1. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045275)</p> <p>2. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045276)</p> <p>3. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045277)</p> <p>4. Компьютер Celeron E3500</p>	<p>1. Microsoft Windows XP Professional Russian от 31.12.2006 № 18495261</p> <p>2. Windows Office Professional 2003 Win 32 Russian</p> <p>3. Windows для учебных заведений (№ лицензии 18495261: Mi-</p>

	<p>(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>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.e-disclosure.ru/.</p>
--	---	--

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. № 954

Авторы:

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 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 № 10 от «15» июня 2021 г.
Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ протокол №10 от «22» июня 2021 г.
Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета протокол №10 от «24» июня 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 институт 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 ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ. Протокол № 10 от «20» июня 2023 г.
Рабочая программа утверждена решением Учебно-методического совета университета протокол № 10 от 22 июня 2023 г.