

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«МИЧУРИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра экономики и коммерции

УТВЕРЖДЕНА
решением учебно-методического совета
университета
(протокол от 23 апреля 2025 г. № 8)

УТВЕРЖДАЮ
Председатель учебно-методического
совета университета

Р.А. Чмир
«23» апреля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

АГРОМАРКЕТИНГ

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

Мичуринск, 2025

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 схов управления агромаркетингом;
- освоение обучающимися методов разработки стратегии предприятия для повышения его эффективности и использования их результатов в профессиональной деятельности.

При освоении данной дисциплины (модуля) учитывается 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)

трудовые 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 _{ПК-2} . 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 _{ПК-2} Разрабатывает политику ценообразования в организации	Не способен разрабатывать политику ценообразования в организации	Удовлетворительно разрабатывает политику ценообразования в организа-	Хорошо разрабатывает политику ценообразования в организации	Отлично разрабатывает политику ценообразования в

		низации		организации
ИД-3 _{ПК-2} - 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 _{ПК-2} - Осуществляет управление маркетинговой деятельностью организаций	Не способен осуществлять управление маркетинговой деятельностью организаций	Удовлетворительно осуществляет управление маркетинговой деятельностью организаций	Хорошо осуществляет управление маркетинговой деятельностью организаций	Отлично осуществляет управление маркетинговой деятельностью организаций

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 организаций;
- 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	34	36
в том числе:		
Аудиторные занятия, в т.ч.	34	36
- лекции	6	8
- практические занятия	28	28
в том числе в форме практической подготовки	20	20
Самостоятельная работа	74	72
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	9
Вид итогового контроля	зачет	зачет

4.2. Лекции

Раздел дисциплины, темы лекций и их содержание	Объем в академических 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	1	ПК-2
2 Функции агромаркетинга	0,5	1	ПК-2
3 Организация маркетинговой деятельности	1	2	ПК-2
4 Маркетинговые исследования и рыночные стратегии в области разработки товарного ассортимента агропромышленной про-	1	1	ПК-2

	дукции			
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	8	

4.3. Практические занятия

Раздел дисциплины, темы лекций и их содержание	Объем в академических часах		Формируемые компетенции
	По очной форме обучения	По очно-заочной форме обучения	
1 Особенности агромаркетинга и его становления в аграрном секторе экономики России	4	4	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	28	

4.4 Лабораторные работы не предусмотрены

4.5. Самостоятельная работа обучающихся

Раздел дисциплины	Вид СР	Объем в академических часах	
		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 агро-	Проработка учебного материала по	4	4

маркетинга	дисциплине (конспектов лекций, 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	1
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	1
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 товаро-движения 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	1
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	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций,	4	4

АПК	учебников, материалов сетевых ресурсов)		
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	3	3
	Выполнение индивидуальных заданий	2	2
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	1
	Итого	74	72

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,2023.

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,2023.

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 организаций.

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, фор-

мируемого 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 «Агромаркетинг».

6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Агромаркетинг»

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

6.2. Перечень вопросов для зачета

1. Сущность агромаркетинга. (ПК-2)
2. Цели и задачи агромаркетинга. (ПК-2)
3. Принципы и стратегия агромаркетинга. (ПК-2)
4. Особенности агромаркетинга. (ПК-2)
5. Предпосылки агромаркетинга. (ПК-2)
6. Система агромаркетинга. (ПК-2)
7. Функции агромаркетинга. (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 агромаркетинга. (ПК-2)
16. Внешняя среда агромаркетинга. (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	тестовые задания (14-19 баллов); реферат (3-4 балла); вопросы к зачету

	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.	(18-26 баллов)
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) «Агромаркетинг» для обучающихся по направлению 38.04.06 Торговое дело направленность (профиль) «Коммерческая деятельность на агропродовольственном рынке», Мичуринск, 2023.). — 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. Корнеева, И. В. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 436 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03565-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/537709> – Загл. с экрана.

3. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16648-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/536414> – Загл. с экрана.

4. Маркетинг в агропромышленном комплексе : учебник и практикум для вузов / Н. В. Суркова [и др.] ; под редакцией Н. В. Сурковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03123-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/536283> – Загл. с экрана.

5. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. —

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-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 № 04-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 02.02.2024 № 101/НЭБ/4712-п)

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 плоскопечатного 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, адаптации и сопровождения экземпляров систем КонсультантПлюс от 28.02.2025 № 12413 /13900/ЭС).
2. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор на услуги по сопровождению от 28.02.2025 № 194-01/2025).

7.3.3. Современные профессиональные базы данных

1. База данных нормативно-правовых актов информационно-образовательной программы «Росметод» (договор от 05.09.2024 № 512/2024)
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	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/366574/?sphrase_id=415165	Сублицензионный договор с ООО «Софтекс» от 09.12.2024 № б/н, срок действия: с 09.12.2024 по 09.12.2025
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 № 03641000008190000 12 срок действия: бессрочно
4	Офисный пакет «P7-Офис» (десктопная версия)	АО «P7»	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/306668/?sphrase_id=4435041	Контракт с ООО «Софтекс» от 24.10.2023 № 03641000008230000 07 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 «Софтекс» от 24.10.2023 № 03641000008230000

					07 срок действия: бес- срочко
6	Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат ВУЗ» (https://docs.antiplagiat.us.ru)	АО «Антиплагиат» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303350/?phrase_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	-	-

7.3.5. 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://mch.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
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>

7.3.7. Цифровые технологии, применяемые при изучении дисциплины

№	Цифровые	Виды учебной работы, вы-	Формируемые
---	----------	--------------------------	-------------

	технологии	полняемые с применением цифровой технологии	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.

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 (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.	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 статисти-

		<p>ческих 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>
Помещение для самостоятельной работы (компьютерный класс) (ул. Интернациональная д. 101 - 1/115)	<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 (инв. №2101045278)</p> <p>5. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045279)</p> <p>6. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045280)</p> <p>7. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045281)</p> <p>8. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045274)</p> <p>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</p> <p>2. Windows Office Professional 2003 Win 32 Russian</p> <p>3. Windows для учебных заведений (№ лицензии 18495261: Microsoft Windows XP Professional Russian)</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>

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.

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 Мичуринского ГАУ, протокол № 9 от «21» мая 2024 г.

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

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

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции, протокол №11 от «08» апреля 2025 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 8 от «15» апреля 2025 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от «23» апреля 2025 г.

Оригинал документа хранится на кафедре экономики и коммерции