

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

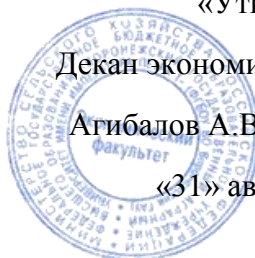
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I»**

«Утверждаю»

Декан экономического факультета

Агибалов А.В. _____

«31» августа 2017 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине **Б1.В.03 Практический маркетинг в агропромышленном комплексе** -
по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент прикладной магистратуры
профилю «Аграрный менеджмент»

Квалификация выпускника - магистр

Факультет экономический

Кафедра управления и маркетинга в АПК

Рабочую программу подготовили:
зав. кафедрой, д. э. н., профессор

к. э. н., доцент

Е.В. Закшевская

Т.В. Закшевская

Рабочая программа учебной дисциплины составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры), утвержденным Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30 марта 2015 г. № 322.

Рабочая программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры управления и маркетинга в АПК (протокол № 1 от 30.08.2017 г.)

Заведующий кафедрой



Е.В. Закшевская

Рабочая программа учебной дисциплины рекомендована к использованию в учебном процессе на заседании методической комиссии экономического факультета (протокол № 1 от 30.08.2017 г.).

Председатель методической комиссии



Л.А. Запорожцева

1. Предмет. Цели и задачи дисциплины, её место в структуре образовательной программы

Предметом изучения дисциплины является система отношений, связанных с реализацией маркетинговой деятельностью на предприятиях и организациях АПК, ориентированной на потребности и запросы потребителей аграрной продукции.

Цель изучения дисциплины – сформировать у обучающихся систему профессиональных знаний, умений и навыков по вопросам практической реализации маркетинговой деятельности, пониманию современных рыночных процессов в агропромышленном комплексе и применение его эффективных технологий маркетинга в АПК.

Задачи дисциплины:

- овладение знаниями методов, приемов и организации агромаркетинга на предприятиях;
- овладение навыками и умением, необходимыми для разработок и реализации маркетинговых программ, ориентированных на максимальный эффект в агробизнесе, а именно: формирование знаний о товарной и ценовой политике на предприятиях АПК России; освоение особенностей технологии организации маркетинга, управления им и принятия маркетинговых решений;
- изучение особенностей товародвижения, рекламной деятельности на предприятиях АПК;
- формирование представления о концепции маркетинга в агропромышленном комплексе путем рассмотрения различных элементов данной хозяйственной системы.

Объектом изучения дисциплины могут быть различные хозяйствующие субъекты АПК, работающие на отраслевых аграрных рынках, или рыночные процессы агробизнеса.

Необходимость введения и изучения дисциплины по данной магистерской программе связана с тем, что в условиях глобализации экономики и мирового продовольственного кризиса аграрному маркетингу в практике хозяйствования должна принадлежать ведущая роль. Знания и навыки, полученные при изучении курса, могут найти применение в диссертационной работе магистранта.

Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина относится к вариативной части Блока 1 (Б1.В.03). Она базируется на ранее изученных дисциплинах «Маркетинг», «Менеджмент», «Бизнес-менеджмент» и др.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ОК-1	Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знать: контролируемые и неконтролируемые факторы в системе маркетинга. Уметь: анализировать и прогнозировать экономическую конъюнктуру, в том числе на аграрном рынке. Иметь навыки: системного и комплексного подхода к оценке маркетинговой деятельности товаропроизводителя.
ПК-4	Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами,	Знать: количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований. Уметь: готовить аналитические материалы по результатам применения количественных и качественных методов в маркетинговых исследованиях. Иметь навыки: проведения маркетинговых исследований, используя количественные и качественные методы.

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
	готовить аналитические материалы по результатам их применения	
ПК-5	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов в глобальной среде	Знать: существующие и применяемые подходы, идеи, решения в практическом маркетинге на перспективу. Уметь: разрабатывать мероприятия в области маркетинга применительно к АПК с учетом поведения конкурентной среды. Иметь навыки: самостоятельного анализа и работы в области практического маркетинга в АПК и разработки комплекса маркетинга его продукции.

3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды работ	Форма обучения		
	всего зач.ед./ часов	Очная	Заочная
		объем часов 2 семестр	всего часов 2 курс
Общая трудоёмкость дисциплины	4/144	4/144	4/144
Общая контактная работа	63,25	63,25	25,25
Общая самостоятельная работа (по учебному плану)	80,75	80,75	118,75
Контактная работа при проведении учебных занятий, в т.ч.	63,0	63,0	22,5
лекции	18	18	4
практические занятия	42	42	18
лабораторные работы	-	-	-
групповые консультации	0,5	0,5	0,5
Самостоятельная работа при проведении учебных занятий	60,25	60,25	98,25
Контактная работа промежуточной аттестации обучающихся, в т.ч.	2,75	2,75	2,75
курсовая работа	-	-	-
курсовой проект	2,5	2,5	2,5
зачет	-	-	-
экзамен	0,25	0,25	0,25
Самостоятельная работа при промежуточной аттестации, в т.ч.	20,5	20,5	20,5
выполнение курсового проекта	2,75	2,75	2,75
выполнение курсовой работы	-	-	-
подготовка к зачету	-	-	-
подготовка к экзамену	17,75	17,75	17,75
Вид промежуточной аттестации	Экзамен, КП	Экзамен, КП	Экзамен, КП

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

№	Раздел дисциплины	Л	СЗ	ПЗ	ЛР	СР
Очная форма обучения						
1	Введение в дисциплину «Практический маркетинг в АПК»	2		4		2,75
2	Особенности и возможности применения маркетинга в АПК	2		4		8
3	Особенности маркетинговых исследований отраслевых аграрных рынков	2		6		10
4	Разработка товарной политики на предприятии АПК	2		4		10
5	Разработка ценовой политики на предприятии АПК	2		4		10
6	Разработка сбытовой политики на предприятии АПК	2		4		10
7	Разработка политики по формированию спроса и стимулированию сбыта продукции на предприятии АПК	2		4		10
8	Планирование и организация маркетинговой деятельности на предприятии АПК	2		6		10
9	Факторы повышения эффективности маркетинговой деятельности на предприятии АПК и методы ее оценки	2		6		10
	Всего	18		42		80,75
Заочная форма обучения						
1	Введение в дисциплину «Практический маркетинг в АПК»	0,25		2		2,75
2	Особенности и возможности применения маркетинга в АПК	0,25		2		12
3	Особенности маркетинговых исследований отраслевых аграрных рынков	0,5		2		14
4	Разработка товарной политики на предприятии АПК	0,5		2		14
5	Разработка ценовой политики на предприятии АПК	0,5		2		14
6	Разработка сбытовой политики на предприятии АПК	0,5		2		14
7	Разработка политики по формированию спроса и стимулированию сбыта продукции на предприятии АПК	0,5		2		16
8	Планирование и организация маркетинговой деятельности на предприятии АПК	0,5		2		16
9	Факторы повышения эффективности маркетинговой деятельности на предприятии АПК и методы ее оценки	0,5		2		16
	Всего	4		18		118,75

4.2. Содержание разделов учебной дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину «Практический маркетинг в АПК»

Понятие и предмет изучения дисциплины «Практический маркетинг в АПК». Соотношение понятий «маркетинг», «аграрный маркетинг» и «практический маркетинг в АПК». Основные проблемы маркетинга на предприятиях АПК в России. Рекомендуемая литература.

Тема 2. Особенности и возможности применения маркетинга в АПК

Сущность и особенности аграрного маркетинга. Стратегические мотивы развития маркетинговой деятельности в АПК. Основные цели, задачи, принципы и функции аграрного маркетинга. Характеристика практической маркетинговой деятельности на предприятии АПК.

Тема 3. Особенности маркетинговых исследований отраслевых аграрных рынков

Основные объекты рыночных исследований. Методика проведения маркетингового исследования. Методы исследования и документирование результатов исследования. Особенности изучения конъюнктуры внутренних и мировых аграрных рынков. Практические рекомендации как результат конъюнктурного исследования. Количественная и качественная оценка ресурсного потенциала предприятия и его сбытовых возможностей.

Тема 4. Разработка товарной политики на предприятии АПК

Особенности разработки товарной политики в аграрном маркетинге. Планирование ассортиментной политики. Брендинг и его роль в реализации маркетинговых стратегий. Товарная марка продукции. Корпоративные символы и разработка стратегии марки. Маркировка продукции.

Тема 5. Разработка ценовой политики на предприятии АПК

Факторы, влияющие на формирование цены на отечественном и зарубежных рынках. Виды цен, используемых на внутренне рынке и во внешнеторговых операциях. Методика расчета цены. Ценовые стратегии на аграрных рынках.

Тема 6. Разработка сбытовой политики на предприятии АПК

Особенности процесса товародвижения в аграрном маркетинге. Факторы, влияющие на выбор посредников. Особенности выбора посредников в аграрном маркетинге. Способы проникновения на зарубежные рынки. Формы и методы выхода компании на зарубежные рынки, оценка надежности партнеров.

Тема 7. Разработка политики по формированию спроса и стимулированию сбыта продукции на предприятии АПК

Особенности и основные стратегии рекламирования аграрной продукции. Рекомендации для обеспечения эффективной рекламы. Ограничения в рекламной деятельности: законодательные и налоговые, языковые и культурные, ограничения средств массовой информации и ограничения на производство рекламной продукции. Основные средства стимулирования сбыта продукции на аграрных рынках. Основные цели и направления стимулирования сбыта. Оценка эффективности системы стимулирования сбыта предприятий и организаций АПК.

Тема 8. Планирование и организация маркетинговой деятельности на предприятии АПК

Основы управления агромаркетингом. Процесс планирования агромаркетинга и его этапы: анализ внешней среды, определение целей, разработка стратегии, разработка плана маркетинговых мероприятий, исполнение и контроль. Стратегии корпоративного роста. SWOT-анализ как один из инструментов маркетингового стратегического анализа. Формы организации управления маркетинговой деятельностью на предприятии АПК.

Тема 9. Факторы повышения эффективности маркетинговой деятельности на предприятии АПК и методы ее оценки

Контроль в системе маркетинга и его основные направления. Мониторинг эффективности проведения маркетинговых мероприятий. Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности. Подготовка практических рекомендаций по улучшению маркетинговой деятельности на предприятии АПК.

4.3. Перечень тем лекций

№ п/п	Темы лекции	Объём, ч	
		форма обучения	
		очная	заочная
1	Введение в дисциплину «Практический маркетинг в АПК»	2	0,25
2	Особенности и возможности применения маркетинга в АПК	2	0,25
3	Особенности маркетинговых исследований отраслевых аграрных рынков	2	0,5
4	Разработка товарной политики на предприятии АПК	2	0,5
5	Разработка ценовой политики на предприятии АПК	2	0,5
6	Разработка сбытовой политики на предприятии АПК	2	0,5
7	Разработка политики по формированию спроса и стимулированию сбыта продукции на предприятии АПК	2	0,5
8	Планирование и организация маркетинговой деятельности на предприятии АПК	2	0,5
9	Факторы повышения эффективности маркетинговой деятельности на предприятии АПК и методы ее оценки	2	0,5
Всего		18	4

4.4. Перечень тем практических занятий (семинаров)

№ п/п	Темы практических занятий	Объём, ч	
		форма обучения	
		очная	заочная
1	Актуальность и значимость практического маркетинга в АПК»	4	2
2	Особенности и возможности применения маркетинга в АПК	4	2
3	Особенности маркетинговых исследований отраслевых аграрных рынков	6	2
4	Разработка товарной политики на предприятии АПК	4	2
5	Разработка ценовой политики на предприятии АПК	4	2
6	Разработка сбытовой политики на предприятии АПК	4	2
7	Разработка политики по формированию спроса и стимулированию сбыта продукции на предприятии АПК	4	2
8	Планирование и организация маркетинговой деятельности на предприятии АПК	6	2
9	Факторы повышения эффективности маркетинговой деятельности на предприятии АПК и методы ее оценки	6	2
Всего		42	18

4.5. Перечень тем лабораторных работ

«Не предусмотрены».

4.6. Виды самостоятельной работы студентов и перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся.

4.6.1. Подготовка к аудиторным занятиям

Перечень методических рекомендаций магистрантам по закреплению и углублению полученных на аудиторных занятиях знаний и навыков, подготовке к предстоящим занятиям:

- сравнительный анализ сведений по изучаемой теме, полученных из различных источников (лекций, учебников, практикума и т.д.)
 - устный пересказ изученного материала;
 - взаимоконтроль и взаимопроверка знаний студентов;
 - применение полученных знаний при анализе практических ситуаций;
 - подбор материалов периодической печати по изучаемой теме;
- Для подготовки к конкретным темам занятий могут быть даны иные рекомендации.

4.6.2. Перечень тем курсовых работ (проектов)

Темы курсового проектирования

1. Разработка стратегии выхода аграрного предприятия на аграрный рынок (на примере рынка определенной аграрной продукции).
2. Маркетинговые исследования (на примере рынка определенной аграрной продукции: зерна, молока, мяса и др.).
3. Разработка и обоснование товарной политики сельскохозяйственного предприятия.
4. Разработка и обоснование ценовой политики сельскохозяйственного предприятия.
5. Оценка рисков сельскохозяйственного предприятия на товарном рынке.
6. Повышение конкурентоспособности сельскохозяйственного предприятия на аграрном рынке (на примере рынка определенной аграрной продукции).
7. Формирование комплекса маркетинга аграрной продукции (на примере определенной аграрной продукции).
8. Управление инновационной деятельностью в агромаркетинге (на примере определенной аграрной продукции).
9. Разработка маркетинговой программы сельскохозяйственного предприятия.
10. Стратегический маркетинг в сельском хозяйстве (на примере предприятия, региона).
11. Повышение эффективности затрат на агромаркетинговую деятельность.
12. Стратегия экономического поведения компании на аграрном рынке.
13. Разработка стратегии позиционирования продукции на аграрном или агропродовольственном рынке.
14. Разработка и обоснование программы по стимулированию сбыта аграрной продукции (на примере предприятия, региона).
15. Разработка и обоснование рекламной кампании для стимулирования спроса на аграрное сырье и продукцию (на примере предприятия, региона).
16. Маркетинговые исследования международного аграрного рынка (на примере рынка определенной аграрной продукции: зерна, молока, мяса и др.).
17. Формы и способы выхода предприятия АПК на международный рынок (на примере конкретного рынка).
18. Разработка и обоснование сбытовой политики сельскохозяйственного или другого предприятия АПК.
19. Маркетинговые исследования продовольственного рынка (на примере рынка определенного вида продовольствия из аграрного сырья).
20. Управление рисками на аграрном рынке (на примере конкретного рынка аграрной продукции).

4.6.3. Перечень тем рефератов, расчетно-графических работ

В процессе подготовки к учебным занятиям предусмотрено выполнение рефератов. Перечень тем рефератов представлен в фонде оценочных средств по данной дисциплине.

4.6.4. Перечень тем и учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся.

№ п/п	Тема самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение	Объём, ч	
			форма обучения	
			очная	заочная
1	Введение в дисциплину «Практический маркетинг в АПК»	Маркетинг: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.]; под ред. Е. В. Закшевской. - Москва: КолосС, 2012. - 247 с. – С. 3-30.	2,75	2,75
2	Особенности и возможности применения маркетинга в АПК	Маркетинг: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.]; под ред. Е. В. Закшевской. - Москва: КолосС, 2012. - 247 с. – С. 205-215.	8	12
3	Особенности маркетинговых исследований отраслевых аграрных рынков	Маркетинг: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.]; под ред. Е. В. Закшевской. - Москва: КолосС, 2012. - 247 с. – С. 205-215. – С. 31-95. Анурин В. Ф. Маркетинговые исследования потребительского рынка: Уникальный отечественный опыт: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500-Маркетинг / В. Ф. Анурин, И. И. Муромкина, Е. В. Евтушенко. - М. [и др.]: Питер, 2006. - 270 с. - С.14-185.	10	14
4	Разработка товарной политики на предприятии АПК	Маркетинг: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.]; под ред. Е. В. Закшевской. - Москва: КолосС, 2012. - 247 с. – С. 205-215. – С. 31-95. – С. 96-107. Анурин В. Ф. Маркетинговые исследования потребительского рынка: Уникальный отечественный опыт: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500-Маркетинг / В. Ф. Анурин, И. И. Муромкина, Е. В. Евтушенко. - М. [и др.]: Питер, 2006. - 270 с. – С. 87-89.	10	14

5	Разработка ценовой политики на предприятии АПК	<p>Маркетинг: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.]; под ред. Е. В. Закшевской. - Москва: КолосС, 2012. - 247 с. – С. 205-215. – С. 31-95. – С. 108-123.</p> <p>Анурин В. Ф. Маркетинговые исследования потребительского рынка: Уникальный отечественный опыт: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500-Маркетинг / В. Ф. Анурин, И. И. Муромкина, Е. В. Евтушенко. - М. [и др.]: Питер, 2006. - 270 с. – С. 158-159.</p>	10	14
6	Разработка сбытовой политики на предприятии АПК	<p>Маркетинг: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.]; под ред. Е. В. Закшевской. - Москва: КолосС, 2012. - 247 с. – С. 205-215. – С. 31-95. – С. 124-142.</p> <p>Анурин В. Ф. Маркетинговые исследования потребительского рынка: Уникальный отечественный опыт: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500-Маркетинг / В. Ф. Анурин, И. И. Муромкина, Е. В. Евтушенко. - М. [и др.]: Питер, 2006. - 270 с. – С. 158-159.</p>	10	14
7	Разработка политики по формированию спроса и стимулированию сбыта продукции на предприятии АПК	<p>Маркетинг: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.]; под ред. Е. В. Закшевской. - Москва: КолосС, 2012. - 247 с. – С. 205-215. – С. 31-95. – С. 143-156.</p> <p>Анурин В. Ф. Маркетинговые исследования потребительского рынка: Уникальный отечественный опыт: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500-Маркетинг / В. Ф. Анурин, И. И. Муромкина, Е. В. Евтушенко. - М. [и др.]: Питер, 2006. - 270 с. – С. 160-185.</p> <p>Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям и направлениям / Р. А. Фатхутдинов. - М.: Питер, 2008. - 368 с.</p>	10	16

8	Планирование и организация маркетинговой деятельности на предприятии АПК	Маркетинг: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.]; под ред. Е. В. Закшевской. - Москва: КолосС, 2012. - 247 с. – С. 205-215. – С. 31-95. – С. 157-175. Анурин В. Ф. Маркетинговые исследования потребительского рынка: Уникальный отечественный опыт: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500-Маркетинг / В. Ф. Анурин, И. И. Муромкина, Е. В. Евтушенко. - М. [и др.]: Питер, 2006. - 270 с. – С. 60-89. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям и направлениям / Р. А. Фатхутдинов. - М.: Питер, 2008. - 368 с. – С. 7-360.	10	16
9	Факторы повышения эффективности маркетинговой деятельности на предприятии АПК и методы ее оценки	Маркетинг: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.]; под ред. Е. В. Закшевской. - Москва: КолосС, 2012. - 247 с. – С. 205-215. – С. 31-95. – С. 169-204.	10	16
Всего			80,75	118,75

4.6.5. Другие виды самостоятельной работы студентов

Подготовка докладов для научных конференций и/или подготовки научных статей по результатам выполнения творческого задания в виде эссе в области маркетинга в АПК.

4.7. Перечень тем и видов занятий, проводимых в интерактивной форме

№	Форма занятия	Тема занятия	Интерактивный метод	Объем, ч
1	Лекция, практическое	Понятие, основные положения и проблемы аграрного маркетинга	Круглый стол, реферат	4
2	Практическое	Маркетинговые исследования аграрного рынка: особенности, методы и подготовка отчета	Ситуационная задача, реферат	6
3	Практическое	Товарная и ценовая политики в аграрном маркетинге: практические аспекты	Ситуационная задача, реферат	6
4	Практическое	Сбытовая политика в аграрном маркетинге: практические аспекты	Задание, деловая игра	6
5	Практическое	Реклама и стимулирование сбыта продукции на аграрных рынках: практические аспекты	Задание, круглый стол	6

6	Практическое	Планирование и стратегии аграрного маркетинга	Задание, круглый стол	6
---	--------------	---	-----------------------	---

5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Полное описание фонда оценочных средств текущей и промежуточной аттестации обучающихся с перечнем компетенций, описанием показателей и критериев оценивания компетенций, шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы представлены в фонде оценочных средств по данной дисциплине (в виде отдельного документа).

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Рекомендуемая литература

Тип рекомендаций	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Количество экз. в библиотеке
1. Основная литература	Маркетинг: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.]; под ред. Е. В. Закшевской. - Москва: КолосС, 2012. - 247 с.	153
	Анурин В. Ф. Маркетинговые исследования потребительского рынка. Уникальный отечественный опыт: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500-Маркетинг / В. Ф. Анурин, И. И. Муромкина, Е. В. Евтушенко. - М. [и др.]: Питер, 2006. - 270 с.	50
2. Дополнительная литература	Менеджмент в АПК: учебник для студентов вузов по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / Ю. Б. Королев [и др.]. - М.: КолосС, 2007. - 422 с.	29
	Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям и направлениям / Р. А. Фатхутдинов. - М.: Питер, 2008. - 368 с.	5
3. Периодические издания	Вестник Воронежского государственного аграрного университета: теоретический и научно-практический журнал / Воронеж. гос. аграр. ун-т - Воронеж: ВГАУ, 1998-	1
	Маркетинг и маркетинговые исследования: [журнал]: 16+ / Учредитель: ЗАО "Издательский дом "Гребенников". - М.: Гребенников, 2012.	1
	Международный бухгалтерский учет: ежемесяч. науч.-практ. и теорет. журн. / учредитель : ООО "Издательский Дом Финансы и Кредит" - М.: Финанспресс, 2007-	1
4. Методическая литература	Практический маркетинг в агропромышленном комплексе: Методические указания по выполнению курсовых проектов для обучающихся на экономическом факультете по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент профилю «Аграрный менеджмент» / составители: Закшевская Е.В., Чарыкова О.Г., Закшевская Т.В., Загвозкин М.В. – Воронеж, ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ, 2018. – 24 с.	5

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

<http://www.e-management.ru> (Консультационный центр развития электронного бизнеса)

<http://www.e-commerce.ru> (Сайт, посвященный развитию электронной коммерции)

<http://www.marketologi.ru> (Сайт гильдии маркетологов)

<http://www.internetmarketing.ru>

<http://www.marketing.web-standart.net>

<http://www.bali.ostu.ru/umc/> (Электронный многопредметный научный журнал «Управление общественными экономическими системами»)

<http://www.kremlin.ru/> (Интернет-ресурсы президента России)

<http://www.eur.ru/> (Экономика и управление на предприятиях: научно-образовательный портал)

<http://www.libertarium.ru/library> – библиотека материалов по экономической тематике.

<http://www.finansy.ru> – материалы по социально-экономическому положению и развитию в России.

<http://www.minfin.ru> – Официальный сайт Министерства финансов.

<http://www.fedcom.ru> – Федеральная комиссия по рынку ценных бумаг.

<http://www.mse.ru> - Межбанковская фондовая биржа.

<http://www.cbr.ru> - Официальный сайт Центрального банка России (аналитические материалы).

<http://www.rbc.ru> - РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера).

<http://www.budgetrf.ru> - Мониторинг экономических показателей

<http://www.gks.ru> – Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ

www.government.ru – Официальный сайт Правительства Российской Федерации.

Электронные полнотекстовые ресурсы Научной библиотеки ВГАУ (<http://library.vsau.ru/>)

ЭЛЕКТРОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ, ДОСТУП К КОТОРЫМ ОБЕСПЕЧИВАЕТСЯ НА ОСНОВАНИИ ПРЯМЫХ ДОГОВОРОВ

№ п/п	Наименование ресурса	Информация о поставщике	Адрес в сети Интернет
1.	ЭБС «Лань»	ООО «Лань-Трейд»	http://e.lanbook.com
2.	ЭБС «Znanium.com»	ООО «Знаниум»	http://znanium.com
3.	ЭБС «Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ»	ООО «Национальный цифровой ресурс «Рукоонт»	http://rucont.ru/
4.	Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU	ООО «РУНЭБ»	www.elibrary.ru
5.	Национальная электронная библиотека (НЭБ)	Федеральное государственное бюджетное учреждение «Российская государственная библиотека» (ФГБУ «РГБ»)	http://нэб.рф/
6.	Электронные информационные ресурсы ФГБНУ ЦНСХБ (терминал удаленного доступа)	Федеральное гос. бюджетное учреждение «Центральная научная сельскохозяйственная библиотека»	http://www.cnsheb.ru/terminal/
7.	Справочная правовая система КонсультантПлюс	ООО «Информсвязь-КонсультантПлюс»	В Интрасети
8.	Справочная Правовая Система КонсультантПлюс (деловые бумаги, специальный выпуск)	ООО «Информсвязь-КонсультантПлюс»	В Интрасети

9.	Электронный периодический справочник «Система-Гарант»	ООО «Гарант-Сервис»	В Интрасети
10.	Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных Web of Science компании Clarivate Analytics (Scientific) LLC (БД Web of Science)	Федеральное государственное бюджетное учреждение "Государственная публичная научно-техническая библиотека России	В Интрасети
11.	Политематическая реферативная и наукометрическая база данных издательства Elsevier Scopus	Федеральное государственное бюджетное учреждение «Государственная публичная научно-техническая библиотека России»	В Интрасети

6.3. Средства обеспечения освоения дисциплины.

6.3.1. Компьютерные обучающие и контролирующие программы.

№ п/п	Вид учебного занятия	Наименование программного обеспечения	Функция программного обеспечения		
			контроль	моделирующая	обучающая
1.	Лекции	Microsoft Office 2003 Pro Microsoft Office 2010 Std Google Chrome, Консультант+	-	-	x
2.	Практические занятия	Microsoft Office 2003 Pro, Adobe Reader (free), Microsoft Office 2010 Std., Google Chrome, Гарант, Консультант+ AST	x	-	x

6.3.2. Аудио- и видеопособия.

«Не предусмотрены»

6.3.3. Компьютерные презентации учебных курсов.

Компьютерные презентации имеются по всем темам учебного курса

7. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения занятий	Перечень основного оборудования, приборов и материалов
1	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	видеопроекторное оборудование для презентаций, средства звуковоспроизведения, экран, выход в локальную сеть и Интернет.
2	Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа	компьютеры в каждой аудитории с выходом в локальную сеть и Интернет, доступ к справочно-правовым системам «Гарант» и «Консультант +», электронные учебно-методические материалы.
3	Аудитории для текущего контроля и промежуточной атте-	компьютеры в каждой аудитории с программой промежуточного и текущего тестирования AST.

	станции (ауд. 115, 116, 119, 122, 122а, 126)	
4	Аудитории для групповых и индивидуальных консультаций (ауд. 273, 274, 275)	компьютеры, принтер.
5	Помещение для самостоятельной работы и выполнения курсовых проектов/работ (ауд. 120, компьютерный класс общежития №7)	компьютеры с выходом в локальную сеть и Интернет, доступом к справочно-правовым системам «Гарант» и «Консультант +», электронные учебно-методические материалы, библиотечному электронному каталогу, ЭБС, к электронной информационно-образовательной среде.
6	Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования (лаборантская ауд. 272, отдел оперативного обеспечения учебного процесса ауд. 115а)	компьютеры, сканер, принтеры; специализированное оборудование для ремонта компьютеров и оргтехники.

8. МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ СВЯЗИ

Протокол согласования рабочей программы с другими дисциплинами:

Наименование дисциплины, с которой проводилось согласование	Кафедра, с которой проводилось согласование	Предложения об изменениях в рабочей программе. Заключение об итогах согласования
Семинар по аграрной политике	Управления и маркетинга в АПК	согласовано
Международная торговля	Управления и маркетинга в АПК	согласовано
Маркетинговые исследования	Управления и маркетинга в АПК	согласовано

Лист изменений рабочей программы

Номер изменения	Номер протокола заседания кафедры и дата	Страницы с изменениями	Перечень откорректированных пунктов	Подпись, заведующего кафедрой

