

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт прикладной биотехнологии и ветеринарной медицины
Кафедра «Логистики и маркетинга в АПК»

СОГЛАСОВАНО:
Директор института
Т.Ф. Лефлер
"31" марта 2023г.

УТВЕРЖДАЮ:
Ректор
Н.И. Пыжикова
"31" марта 2023г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг и менеджмент
ФГОС ВО

Направление подготовки 35.03.07- Технология производства и переработки
сельскохозяйственной продукции

Направленность (профиль): Технология производства и переработки продукции
животноводства

Курс: 2

Семестры: 4

Форма обучения: очная

Квалификация выпускника: Бакалавр

Красноярск, 2023

Составители: Незамова О. А. канд. экон. наук, доцент
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 35.03.07 «Технология производства и переработки с.-х. продукции», и профессионального стандарта «Агроном» №13.017, утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 11 ноября 2014г. №875н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 декабря 2014г., регистрационный №35088), с изменением, внесенным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016г. №727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017г., регистрационный №45230).

Программа обсуждена на заседании кафедры

Зав. кафедрой Лукиных В.Ф. д.э.н., профессор
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

* - В качестве рецензентов могут выступать работодатели, вузы по профилю, НИИ, а также внутренние структуры.

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института ИПБ и ВМ
протокол № 7 «21» марта 2023г

Председатель методической комиссии
Турицына Е.Г. д.в.н., профессор «21» марта 2023г
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки 35.03.07.
«Технология производства и переработки с. – х. продукции», Т.Ф. Лефлер
д.с.-х.н., профессор
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

«27» марта 2023г

Оглавление

АННОТАЦИЯ	5
1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	6
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	6
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.1. Структура дисциплины	8
4.2. Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины	8
4.3. Содержание модулей дисциплины	9
4.4. Лабораторные/практические/семинарские занятия	11
4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний.....	13
4.5.1. <i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний</i>	13
4.5.2. <i>Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы</i>	15
5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ	15
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	15
6.1. Карта обеспеченности литературой (таблица 9).....	15
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)	15
6.3. Программное обеспечение	16
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ	18
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	19
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	20
ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД	22

Аннотация

Дисциплина «Маркетинг и менеджмент» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Обязательной части подготовки студентов по направлению подготовки 35.03.07 «Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции»".

Дисциплина реализуется в институте «Прикладной биотехнологии и ветеринарной медицины» кафедрой «Логистики и маркетинга в АПК».

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций выпускника:

УК – 1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

ОПК – 1 Способен решать типовые задачи профессиональной деятельности на основе знаний основных законов математических, естественнонаучных и общепрофессиональных дисциплин с применением информационно-коммуникационных технологий;

ОПК – 2 Способен использовать нормативные правовые акты и оформлять специальную документацию в профессиональной деятельности.

венного предприятия.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с использованием методов маркетинга и менеджмента в профессиональной деятельности бакалавра по направлению подготовки 35.03.07 «Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции».

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические работы, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольных работ и тестирования и промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (6 часов), практические (10 часов) занятия и (83 часа) самостоятельной работы студента.

В программе используются следующие **сокращения**:

ФГОС ВО – Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования

ОПОП – основная профессиональная образовательная программа

Л – лекции

ЛЗ – лабораторные занятия

ПЗ- практические занятия

СРС – самостоятельная работа студентов

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг и менеджмент» включена в ОПОП, в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" подготовки студентов по направлению подготовки 35.03.07 «Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции» Направленность (профиль) Технология производства и переработки продукции животноводства.

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Маркетинг и менеджмент» являются дисциплина «Организационное поведение», «Экономическая теория».

Знания, полученные студентами на дисциплине «Маркетинг и менеджмент», будут использованы при оформлении отчетов по учебной и производственной практикам, при написании и подготовке курсовых работ, выпускной квалификационной работы.

Особенностью дисциплины является использование современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности бакалавра по направлению подготовки 35.03.07 «Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции» Направленность (профиль) Технология производства и переработки продукции животноводства.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

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

Цель дисциплины – формирование научного представления об управлении как виде профессиональной деятельности, освоение студентами общетеоретических положений управления, социально-экономическими системами, умениями и навыками практического решения управленческих проблем, изучение мирового опыта менеджмента, а также особенностей российского менеджмента.

Задачи дисциплины: рассмотреть вопросы о значимости управления в деятельности человека (методологию и организацию); изучить: системы, процессы и механизмы менеджмента, основные характеристики менеджмента, диверсификацию менеджмента ресурсы менеджмента, роль менеджера в управлении организацией, современные тенденции развития менеджмента

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции Код компетенции	Индикаторы достижения компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-11 Организация работы коллектива подразделения сельскохозяйственного предприятия.	ПК – 11 Способен организовать работы коллектива подразделения сельскохозяйственного предприятия.	Знать: работу коллектива подразделения сельскохозяйственного предприятия.
		Уметь: Организует работу коллектива подразделения сельскохозяйственного предприятия.
		Владеть: навыками организации работы коллектива подразделения сельскохозяйственного предприятия.
ПК- 12	ПК-12 Способен	Знать: управленческие решения по

Принятие управленческих решений по реализации технологий производства, хранения и переработки сельскохозяйственной продукции в различных экономических и погодных условиях	нимать управленческие решения по реализации технологий производства, хранения и работы сельскохозяйственной продукции в различных экономических и погодных условиях	реализации технологий производства, хранения и переработки собственной продукции в различных экономических и погодных условиях
		Уметь: Принимает управленческие решения по реализации технологий производства, хранения и переработки сельскохозяйственной продукции в различных экономических и погодных условиях
		Владеть: навыками принятия управленческих решений по реализации технологий производства, хранения и переработки сельскохозяйственной продукции в различных экономических и погодных условиях
ПК- 13 Контроль за соблюдением технологической и трудовой дисциплины.	ПК- 13 Способен осуществлять контроль за соблюдением технологической и трудовой дисциплины.	Знать: способы осуществления контроля за соблюдением технологической и трудовой дисциплины.
		Уметь: осуществлять контроль за соблюдением технологической и трудовой дисциплины.
		Владеть: навыками осуществления контроля за соблюдением технологической и трудовой дисциплины.

3. Организационно-методические данные дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 108 часов, их распределение по видам работ и по семестрам представлено в таблице 1.

Таблица 1

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость				
	зач	ед	час.	по семестрам	
				№2	
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	3		108	108	
Контактная работа	0,4		16	16	
Лекции (Л)			6	6	
Практические занятия (ПЗ)			10	10	
Семинары (С)			-	-	
Лабораторные работы (ЛР)			-	-	
Самостоятельная работа (СРС)	2,3		83	83	
в том числе:					
курсовая работа проект					
самостоятельное изучение тем и разделов дисциплины			50	50	
доклад			10	10	
самоподготовка к текущему контролю знаний			23	23	
Подготовка и сдача экзамена	0,3		9	9	
Вид контроля:				экзамен	

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Структура дисциплины

Таблица 2

Тематический план

№	Раздел дисциплины	Всего часов	В том числе			Формы контроля
			лекции	ЛЗ/ПЗ/С	СРС	
1.	Модуль 1. Сущность концепции маркетинга и менеджмента	27	1	2	24	
2.	Модуль 2. Целевой маркетинг, отраслевые особенности выбора целевого сегмента.	27	1	2	24	
3	Модуль 3. Организация управления производством.	27	2	3	22	
4	Модуль 4. Стратегическое маркетинговое планирование.	27	2	3	22	
3.	ВСЕГО:	108	6	10	92	экзамен

4.2. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)
		Л	ЛПЗ	
Модуль 1. Сущность концепции маркетинга и менеджмента	27	1	2	24
Модульная единица 1.1 Понятие, социально-экономическая сущность маркетинга, его цели, принципы и функции.	13,5	0,5	1	12
Модульная единица 1.2 Сущность процесса управления.	13,5	0,5	1	12
Модуль 2. Целевой маркетинг, отраслевые особенности выбора целевого сегмента.	27	1	2	24
Модульная единица 2.1 Сегментирование рынка. Выбор целевого рынка. Создание отличительных преимуществ.	13,5	0,5	1	12
Модульная единица 2.2 Товарная и сбытовая политика предприятия.	13,5	0,5	1	12
Модуль 3. Организация управления производством.	27	2	3	22
Модульная единица 3.1 Сущность и этапы организации управления. Типы структур управления.	13,5	1	1,5	11
Модульная единица 3.2 Организация оперативного управления на предприятии.	13,5	1	1,5	11
Модуль 4. Стратегическое маркетинговое планирование.	27	2	3	22
Модульная единица 3.1 Понятие стратегии	9	1	1,5	6,5

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)
		Л	ЛПЗ	
и тактики маркетинга.				
Модульная единица 3.2 Исследование и разработка активной торговой политики.	9	1	1,5	6,5
Подготовка к экзамену	9	-	-	9
ИТОГО:	108	6	10	92

4.3. Содержание модулей дисциплины

Модуль 1 Сущность концепции маркетинга и менеджмента

Модуль включает характеристику таких основных понятий курса, как маркетинга и менеджмента. Рассматриваются этапы становления современного менеджмента, анализируются внутренние переменные и внешняя среда организации, ее основные хозяйственно-правовые формы.

Модульная единица 1.1

Понятие, социально-экономическая сущность маркетинга, его цели, принципы и функции. Эволюция концепции маркетинга. Маркетинг как система. Основные элементы комплекса маркетинга. Инструментарий маркетинга. Маркетинговая среда предприятия. Управление маркетингом. Организация деятельности маркетинговой службы предприятия. Специфика маркетинговой деятельности российских предприятий на внешних рынках. Информационное обеспечение маркетинга на базе мировых информационных ресурсов

Модульная единица 1.2

Сущность процесса управления. Система руководящей деятельности. Объективная необходимость совершенствования практики управления История развития науки управления. Сущность процесса управления. Особенности управленческого труда. Цели организации и цели руководства. Эффективность руководящей деятельности. Принципы, технология, методы и средства руководства.

Модуль 2 Целевой маркетинг, отраслевые особенности выбора целевого сегмента.

Во втором модуле изучается система основных функций управления - разработка и реализация стратегических планов, организация, мотивация и контроль.

Модульная единица 2.1 Сегментирование рынка. Выбор целевого рынка. Создание отличительных преимуществ. Выбор признаков сегментирования для рынка потребительских товаров, для рынка товаров производственно-технического назначения, для рынка услуг. Позиционирование рыночного предложения товаров. Этапы процесса разработки целевого рынка. Сущность и основные этапы проведения сегментации. Поведение потребителя. Стратегии охвата рынка. Позиционирование товара. Функции и методы менеджмента. Сущность и задачи планирования. Основные принципы планирования. Основные этапы процесса планирования. Содержание и роль функции организации в системе менеджмента. Сущность, основные цели и задачи контроля в системе менеджмента. Основные функции контроля. Характеристики эффективного контроля.

Модульная единица 2.2 Товарная и сбытовая политика предприятия. Товар в маркетинговой деятельности. Концепция продукта. Разработка продукции. Понятие товара. Классификация товаров. Жизненный цикл товара. Формирование товарной политики. Основные цели и направления товарной политики. Ценовая политика предприятия. Разработка ценовой политики. Сущность и виды цен. Особенности ценообразования в маркетинге. Порядок ценообразования. Стратегии ценообразования. Дифференциация цен через систему скидок. Сбытовая политика предприятия. Основные задачи системы сбыта предприятия. Функции каналов товародвижения. Эксклюзивное, избирательное и интенсивное распределение. Формирование спроса и стимулирование сбыта.

Система маркетинговых коммуникаций. Продвижение продукции. Система маркетинговой информации. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Методы определения бюджета на рекламу. Паблик рилейнз (PR). Стимулирование сбыта. Техника личных продаж. Формирование стратегии продвижения. Стратегическое маркетинговое планирование.

Модуль 3 Организация управления производством.

Третий модуль, включает основные процессы и механизм управления.

Модульная единица 3.1 Сущность и этапы организации управления. Типы структур управления. Особенности организации управления на предприятиях с различными организационно-правовыми формами хозяйствования. Распределение прав, обязанностей, ответственности в системе управления. Порядок разработки положений о подразделениях и должностных инструкций.

Модульная единица 3.2 Организация оперативного управления на предприятии. Оперативное управление производством. Роль оперативного управления в системе руководящей деятельности и его функции. Назначение диспетчерской службы и ее задачи.

Модуль 4 Стратегическое маркетинговое планирование.

Четвертый модуль, включает основные процессы и механизм планирования.

Модульная единица 4.1 Понятие стратегии и тактики маркетинга. Формирование стратегии повышения конкурентоспособности предприятия. Стратегия и система маркетинга. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Отраслевые выставки и ярмарки. Деятельность по формированию общественного мнения. Стимулирование посредников и конечных потребителей. Отраслевые особенности применения методов стимулирования. Формирование рыночной стратегии. Основные этапы выбора стратегии компании. Методы оценки конкурентоспособности. Конкурентные преимущества предприятия. Стратегии по Портеру. Стратегии роста по И. Ансоффу. Типология конкурентных стратегий Ф. Котлера. Особенности стратегий маркетинга в России.

Модульная единица 4.2 Исследование и разработка активной торговой политики. Сущность и содержание правовой политики в системе маркетинга. Управление товарными запасами. Формы активной продажи. Виды маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система. Кабинетные и полевые исследования. Первичная и вторичная информация. Оценка маркетинговой информации. Основные направления маркетинговых исследований. Методы сбора маркетинговой информации. Анализ товарных и отраслевых рынков, конкурентов, цен, каналов распределения, маркетинговых коммуникаций. Оценка результатов исследований. Комплекс работ по формированию федеративной продажи.

Таблица 4

Содержание лекционного курса

№ н/н	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид ² контрольного мероприятия	Кол-во часов
	Модуль 1 Сущность концепции маркетинга и менеджмента			1
1	Модульная единица 1.1 Понятие, социально-экономическая сущ-	Лекция № 1 Основные элементы комплекса маркетинга. Инструментарий маркетинга.	опрос	0,5
	Модульная единица 1.2 Сущность процесса управления.	Лекция № 2 Объективная необходимость совершенствования практики управления	опрос	0,5

² Вид мероприятия: тестирование, коллоквиум, зачет, экзамен, другое

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид ² контрольного мероприятия	Кол-во часов
2.	Модуль 2. Целевой маркетинг, отраслевые особенности выбора целевого сегмента.			1
	Модульная единица 2.1. Сегментирование рынка. Выбор целевого	Лекция № 3 Выбор признаков сегментирования для рынка потребительских товаров, для рынка товаров производствен-	опрос	0,5
	Модульная единица 2.2 Товарная и сбытовая политика предприятия.	Лекция № 4 Формирование товарной политики. Основные цели и направления товарной политики.	опрос	0,5
3	Модуль 3. Организация управления производством.		экзамен	2
	Модульная единица 3.1 Сущность и этапы организации управления. Типы структур управления.	Лекция № 5 Система маркетинговых коммуникаций. Продвижение продукции. Система маркетинговой информации.	опрос	1
	Модульная единица 3.2 Организация оператив-	Лекция № 6 Роль оперативного управления в системе руководящей деятельности	опрос	1
4	Модуль 4. Стратегическое маркетинговое планирование.		экзамен	2
	Модульная единица 4.1 Понятие стратегии и тактики маркетинга.	Лекция № 7 Отраслевые особенности применения методов стимулирования. Формирование рыночной стратегии.	опрос	1
	Модульная единица 4.2 Исследование и разработка активной торговой политики.	Лекция № 8 Анализ товарных и отраслевых рынков, конкурентов, цен, каналов распределения, маркетинговых коммуникаций. Оценка результатов исследований.	опрос	1
	Итого		экзамен	6

4.4. Лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 5

Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид ³ контрольного мероприятия	Кол-во часов
	Модуль 1 Сущность концепции маркетинга и менеджмента		экзамен	2
1	Модульная единица 1.1 Понятие, социально-экономическая сущность маркетинга, его цели, принципы и функции.	Практическое занятие № 1 Основные элементы комплекса маркетинга. Инструментарий маркетинга.	Практические задания, опрос	0,5
		Практическое занятие № 2 Информационное обеспечение маркетинга на базе мировых информационных ресурсов	Практические задания, опрос, доклад	0,5

³Вид мероприятия: защита, тестирование, коллоквиум, другое

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/ практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид ³ контрольного мероприятия	Кол-во часов
		Практическое занятие № 3 Объективная необходимость совершенствования практики управления	Практические задания, опрос	0,5
	Модульная единица 1.2 Сущность процесса управления.	Практическое занятие № 4 Эффективность руководящей деятельности. Принципы, технология, методы и средства руководства.	Практические задания, опрос	0,5
2.	Модуль 2. Целевой маркетинг, отраслевые особенности выбора целевого сегмента.		экзамен	2
	Модульная единица 2.1. Сегментирование рынка. Выбор целевого рынка. Создание отличительных преимуществ.	Практическое занятие № 5 Выбор признаков сегментирования для рынка потребительских товаров, для рынка товаров	Практические задания, опрос	0,5
		Практическое занятие № 6 Содержание и роль функции организации в системе менеджмента. Сущность, основные цели	Практические задания, опрос	0,5
	Модульная единица 2.2 Товарная и сбытовая политика предприятия.	Практическое занятие № 7 Формирование товарной политики. Основные цели и направления товарной политики	Практические задания, опрос	0,5
		Практическое занятие № 8 Ценовая политика предприятия. Разработка ценовой политики. Сущность и виды цен.	Практические задания, опрос	0,5
3	Модуль 3. Организация управления производством.		экзамен	3
	Модульная единица 3.1 Сущность и этапы организации управления. Типы структур управления.	Практическое занятие № 9 Система маркетинговых коммуникаций. Продвижение продукции. Система маркетинговой информации.	Практические задания, опрос	1
		Практическое занятие № 10 Особенности организации управления на предприятиях с различными организационно-правовыми формами хозяйствования. Распределение прав, обязанностей, ответственности в системе управления.	Практические задания, опрос	0,5
	Модульная единица 3.2 Организация оперативного управления на предприятии.	Практическое занятие № 11 Роль оперативного управления в системе руководящей деятельности и его функции.	Практические задания, опрос	1
		Практическое занятие № 12 Формирование стратегии повышения конкурентоспособности предприятия. Стратегия и система маркетинга.	Практические задания, опрос	0,5
4	Модуль 4. Стратегическое маркетинговое планирование.		экзамен	3
	Модульная единица 4.1 Понятие стратегии и тактики маркетинга.	Практическое занятие № 13 Отраслевые особенности применения методов стимулирования. Формирование ры-	Практические задания, опрос	1

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/ практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид ³ контрольного мероприятия	Кол-во часов
		ночной стратегии.		
		Практическое занятие № 14 Управление товарными запасами. Формы активной продажи. Виды маркетинговой информации.	Практические задания, опрос	0,5
	Модульная единица 4.2 Исследование и разработка активной торговой политики.	Практическое занятие № 15 Анализ товарных и отраслевых рынков, конкурентов, цен, каналов распределения, маркетинговых коммуникаций.	Практические задания, опрос	1
		Практическое занятие № 16 Оценка результатов исследований.	Практические задания, опрос	0,5
	Итого		экзамен	10

4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний

Самостоятельная работа студентов (СРС) организуется с целью развития навыков работы с учебной и научной литературой, выработки способности вести научно-исследовательскую работу, а также для систематического изучения дисциплины. Рекомендуются следующие формы организации самостоятельной работы студентов:

- организация и использование электронного курса дисциплины размещенного на платформе LMS Moodle для СРС.
- работа над теоретическим материалом, прочитанным на лекциях;
- самостоятельное изучение отдельных разделов дисциплины;
- подготовка к лабораторным занятиям;
- выполнение домашних заданий;
- подготовка к выполнению контрольных работ;
- выполнение контрольных заданий при самостоятельном изучении дисциплины;
- самотестирование по контрольным вопросам (тестам).

4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Таблица 6

Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

№ п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
Самостоятельное изучение тем и разделов дисциплины			50
1.	Модуль 1 Сущность концепции маркетинга и менеджмента		10
	Модульная единица 1.1 Понятие, социально-экономическая сущность маркетинга, его цели, принципы и	Основные элементы комплекса маркетинга. Инструментарий маркетинга (практические задания, опрос) Информационное обеспечение маркетинга на базе мировых информационных ресурсов	5

№ п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
	функции.	(практические задания, опрос, доклады)	
	Модульная единица 1.2 Сущность процесса управления.	Объективная необходимость совершенствования практики управления (практические задания, опрос) Эффективность руководящей деятельности. Принципы, технология, методы и средства руководства (практические задания, опрос)	5
2.	Модуль 2. Целевой маркетинг, отраслевые особенности выбора целевого сегмента.		15
	Модульная единица 2. 1. Сегментирование рынка. Выбор целевого рынка. Создание отличительных преимуществ.	Выбор признаков сегментирования для рынка потребительских товаров, для рынка товаров производственно-технического назначения, для рынка услуг. Позиционирование рыночного предложения товаров (практические задания, опрос) Содержание и роль функции организации в системе менеджмента. Сущность, основные цели и задачи контроля в системе менеджмента (практические задания, опрос, доклады)	8
	Модульная единица 2. 2 Товарная и сбытовая политика предприятия.	Формирование товарной политики. Основные цели и направления товарной политики (практические задания, опрос) Ценовая политика предприятия. Разработка ценовой политики. Сущность и виды цен. Особенности ценообразования в маркетинге. Порядок ценообразования (практические задания, опрос, доклады)	7
3.	Модуль 3. Организация управления производством.		13
	Модульная единица 3.1 Сущность и этапы организации управления. Типы структур управления.	Система маркетинговых коммуникаций. Продвижение продукции. Система маркетинговой информации (практические задания, опрос) Особенности организации управления на предприятиях с различными организационно-правовыми формами хозяйствования. Распределение прав, обязанностей, ответственности в системе управления (практические задания, опрос, доклады)	6
	Модульная единица 3.2 Организация оперативного управления на предприятии.	Роль оперативного управления в системе руководящей деятельности и его функции. Назначение диспетчерской службы и ее задачи (практические задания, опрос) Формирование стратегии повышения конкурентоспособности предприятия. Стратегия и система маркетинга (практические задания, опрос, доклады)	7
4.	Модуль 4. Организация управления производством.		12
	Модульная единица 4.1 Понятие стратегии и тактики маркетинга.	Отраслевые особенности применения методов стимулирования. Формирование рыночной стратегии (практические задания, опрос) Управление товарными запасами. Формы ак-	5

№ п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
		тивной продажи. Виды маркетинговой информации (практические задания, опрос, доклады)	
	Модульная единица 4.2 Исследование и разработка активной торговой политики.	Анализ товарных и отраслевых рынков, конкурентов, цен, каналов распределения, маркетинговых коммуникаций (практические задания, опрос) Оценка результатов исследований. (практические задания, опрос, доклады)	7
Самоподготовка к текущему контролю знаний			23
- подготовка к опросу			10
- выполнение заданий при самостоятельном изучении дисциплины			7
- самотестирование по контрольным вопросам (тестам)			6
Подготовка доклада (презентации) по выбранной теме			10
Итого СРС			83
Подготовка и сдача экзамена			9
Итого, включая экзамен			92

4.5.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы
Не предусмотрены

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 8

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний обучающихся

Компетенции	Лекции	ЛИЗ	СРС	Другие виды	Вид контроля
ПК-11	1-8	1-16	Модули 1-4		Контрольная работа, тестирование, экзамен
ПК-12	1-8	1-16	Модули 1-4		Контрольная работа, тестирование, экзамен
ПК-13	1-8	1-16	Модули 1-4		Контрольная работа, тестирование, экзамен

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Карта обеспеченности литературой (таблица 9)

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)

- Электронная библиотека «Ирбис 64+» коллекция Красноярского ГАУ
http://5.159.97.194:8080/cgi-bin/irbis64r_plus/cgiirbis_64_ft.exe
- Научная библиотека Красноярский ГАУ – Режим доступа: <http://www.kgau.ru/new/biblioteka/>
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Лань» – Режим доступа: <https://e.lanbook.com>
- Электронная библиотечная система «Юрайт» – Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/>

Информационно-справочные системы

- справочно-правовая система «Консультант +» – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
- справочно-правовая система «Гарант» – Режим доступа: <http://www.garant.ru/>

Профессиональные базы данных

- «Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия» - Режим доступа: <https://megabook.ru/>
- The Register - - Режим доступа: <https://www.theregister.co.uk/>

информационно-поисковые системы:

- Google – Режим доступа: <http://www.google.com>
- Yandex – Режим доступа: <http://www.yandex.ru>
- Rambler – Режим доступа: <http://www.rambler.ru>

Интернет-ресурсы

1. «Информационные технологии и базы данных в рекламе» - <https://e.kgau.ru/course/view.php?id=7219>
2. Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ» - <https://intuit.ru/>

6.3. Программное обеспечение

Лицензионное ПО Красноярского ГАУ

1. Microsoft Windows Server CAL 2008 Russian
2. Office 2007 Russian OpenLicensePask
3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса-Стандартный Russian Edition. 1000-1499 Node 2 year Educational License
4. MS Office Access 2007 (OpenLicense)

Свободно-распространяемое ПО

5. Moodle 3.5.6a (система дистанционного образования)
6. Офисный пакет LibreOffice 6.2.1

7. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы преподавателем, ведущим лекционные и семинарские занятия по дисциплине в следующих формах:

- выполнение заданий;
- выполнение и защита контрольных работ;
- тестирование.

Студенты направления подготовки 35.03.07 «Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции» Направленность (профиль) Технология производства и переработки продукции животноводства, обучаются по модульно-рейтинговой системе, поэтому дважды за семестр проводится промежуточная аттестация студентов в баллах, которые выставляются по следующим критериям (см. таблица 10):

- Текущая работа на занятиях оценивается (от 0-2 баллов за занятие),
- выполнение контрольных работ, творческий проект (от 2-5 баллов за работу),
- текущее тестирование по модулям (от 0-5 баллов за тест).

Таблица 10

Рейтинг-план дисциплины «Маркетинг и менеджмент»

Дисциплинарные модули	Баллы по видам работ				Итого баллов
	Лекционные занятия, активность на уроках	Семинарские занятия, активность на уроках	Тестирование	Экзамен/ (итоговое тестирование)	
Модуль 1	5	4	5		14
Модуль 2	4	4	5		13
Модуль 3	4	10	5		19
Модуль 4	5	10	5		20
Итоговое тестирование				30	30
Активность на уроках	2	2			4
<i>Итого баллов за семестр</i>	<i>20</i>	<i>30</i>	<i>20</i>	<i>30</i>	<i>100</i>

Отдельно на каждом занятии творческая активность не оценивается. В конце семестра преподаватель может добавить баллы за активность на лекционных и семинарских занятиях (работа у доски), за изучение дополнительных материалов по предмету, за участие в конференциях.

Критерии выставления оценок по текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Информационные технологии и базы данных в рекламе» и варианты тестовых заданий представлены в фонде оценочных средств по дисциплине.

Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме **экзамена** (итоговое тестирование и решение практических задач).

- Баллы за экзамен (итоговое тестирование): 30-27 баллов - "отлично", 26-22 балла - "хорошо", 21-18 баллов - "удовлетворительно".

Баллы, полученные на экзамене, суммируются с баллами, полученными на текущей аттестации в течение семестра, и выводится итоговая оценка по следующим критериям:

Итоговый контроль: 100 - 87 баллов - "отлично", 86 - 73 балла - "хорошо", 72 - 60 баллов - "удовлетворительно"

Студент считается прошедшим аттестацию, если за семестр набрано не менее 60 баллов.

Дополнительные требования для студентов, отсутствующих на занятиях по уважительной причине:

Согласно «Графика ликвидации академических задолженностей» (http://www.kgau.ru/new/news/news/2017/grafik_lz.pdf) студентам, имеющим академическую задолженность по дисциплине, дается возможность ликвидировать (отработать) текущие задолженности.

Минимальные требования для ликвидации текущих задолженностей: обязательное выполнение всех контрольных работ и тестирование, по темам пропущенных занятий, с использованием ЭУМК по дисциплине «Маркетинг и менеджмент» (на платформе LMS Moodle) Режим доступа: <https://e.kgau.ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционные занятия по дисциплине проводятся в специализированных аудиториях института Экономики и управления АПК, оснащенных мультимедиа оборудованием.

Практические занятия проводятся в компьютерных классах института на 15 рабочих мест (не менее), характеристики вычислительной техники, достаточные для запуска требуемых версий ПО; Функционирующая ЛВС с выходом в сеть Internet.

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Ауд, 2-09- лекционный зал, Ауд, 5-05 - лекционный зал, (Е.Стасовой, 44 И)	<i>Лекционный зал:</i> мультимедийное оборудование (проектор, экран для проектора, компьютер); парты, стулья, маркерная доска, доска
Ауд. 1-19 - (компьютерный класс)	для проведения занятий семинарского типа: аудиторная доска, общая локальная компьютерная сеть Internet, 14 компьютеров на базе процессора Core 2 Duo в комплектации с монитором Samsung, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, Комплект мультимедийного оборудования: ноутбук Acer Aspire 5, переносной экран на треноге Medium Professional, переносной проектор Epson EB-X8 2500 со встроенными динамиками.
<i>Учебные аудитории для самостоятельной работы студентов:</i> Ауд. 3—13, (Е.Стасовой, 44 И) Ауд.1-06, ауд.2-3, ауд. 2-5, (Е.Стасовой, 44 Г)	Ауд. 3—13 - Компьютеры - 6 шт. выход в Internet, парты, стулья, доска Библиотека ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ (ул. Стасовой, 44 «Г»): Информационно-консультативный центр - ауд.1-06, Компьютеры - 7 шт., выход в Internet, парты, стулья Читальный зал, ауд.2-3, 2-5,- Компьютеры - 4 шт., выход в Internet, парты, стулья

9. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

9.1. Методические указания по дисциплине для обучающихся

Дисциплина «Маркетинг и менеджмент» читается в одном календарном модуле и содержит 34 дидактических раздела (модуля).

Реализации компетентного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в размере не менее 20% от аудиторных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся, по учебному плану на интерактивные занятия отведено 6 часов.

Интерактивная лекция предусматривает использование презентации и обсуждение рассматриваемых вопросов в непосредственном контакте с обучающимися.

Интерактивное занятие предусматривает участие обучающихся в процессе рассмотрения теоретических и практических вопросов и проблем по тематике занятия, в том числе разработку рекомендаций по решению выявленных проблем.

Для оптимизации учебного процесса рекомендуется часть лекций проводить в форме интерактивной лекции, с использованием презентаций.

По теме: «Технология создания презентаций» контроль знаний проводить в виде творческого проекта, который разрабатывается студентами самостоятельно (презентация-реклама предприятия).

Особенности организации самостоятельной работы студентов:

Для получения углубленных знаний по изучаемой дисциплине, для самостоятельной работы студентов рекомендуется использовать ЭУМК по дисциплине «Маркетинг и менеджмент», электронные учебники и электронные энциклопедии.

Контрольные работы по ключевым темам читаемой дисциплины рекомендуется проводить в форме тестирования с использованием системы LMS Moodle. Режим доступа: <https://e.kgau.ru/>). Тестирование можно пройти как во время занятий в компьютерном классе, так и самостоятельно в режиме удаленного доступа.

Формой итогового контроля знаний студентов является **экзамен**, в ходе которого оценивается уровень теоретических знаний и навыки решения практических задач. Экзамен проводится в форме компьютерного тестирования.

9.2. Методические указания по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - 1.1. размещение в доступных для обучающихся местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;
 - 1.2. присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
 - 1.3. выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудио-файлы);
2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья послуху:
 - 2.1. надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;
3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:
 - 3.1. возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в одной из форм, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории студентов	Формы
С нарушением слуха	<ul style="list-style-type: none">- в печатной форме;- в форме электронного документа;
С нарушением зрения	<ul style="list-style-type: none">- в печатной форме увеличенным шрифтом;- в форме электронного документа;- в форме аудио-файла;
С нарушением опорно-двигательного аппарата	<ul style="list-style-type: none">- в печатной форме;- в форме электронного документа;- в форме аудио-файла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа.

Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Логистики и маркетинга в АПКНаправление подготовки (специальность) 35.03.07 «Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции»Дисциплина Маркетинг и менеджмент

№ п/п	Вид занятий	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания		Место хранения		Необходимое количество экз.	Количество экз. в вузе
						Печ.	Электр.	Библ.	Каф.		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12	
1	Лекции, практические, семинарские	Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры	под ред. И. В. Липсица, О. К. Ойнер.	М.:Юрайт	2019		электр				http://biblio-online.ru/bcode/432976
2	Лекции, практические, семинарские	Маркетинг в агропромышленном комплексе : учебник и практикум для академического бакалавриата	под ред. Н. В. Сурковой.	М.:Юрайт	2019		электр				http://biblio-online.ru/bcode/433025
3	Лекции, практические, семинарские	Менеджмент: учебник и практикум для прикладного бакалавриата	И. А. Иванова, А. М. Сергеев	М.:Юрайт	2019		Электр				http://biblio-online.ru/bcode/445032
4	Лекции, практические, семинарские	Управление маркетингом : учебник и практикум для академического бакалавриата	Т. Л. Короткова	М.:Юрайт	2019		электр				http://biblio-online.ru/bcode/438047

Директор Научной библиотеки _____



ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РЦД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарий

Программу разработала:

Незамова Ольга Алексеевна канд. экон. наук, доцент

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу дисциплины
«Маркетинг и менеджмент»
для направления подготовки 35.03.07 «Технология производства и
переработки сельскохозяйственной продукции»
направление (профиль) «Технология производства и переработки
продукции животноводства»

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг и менеджмент» для направления подготовки 35.03.07 «Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции» направление (профиль) «Технология производства и переработки продукции животноводства. Зоотехнии и технологии переработки продуктов животноводства» составлена в соответствии с Федеральным государственным стандартом ВО.

В программе определены цели и задачи учебной дисциплины, перечень тем и разделов, которые должны изучить студенты, а также основные требования к уровню подготовки и объему знаний, которым должны обладать студенты по каждой из перечисленных тем.

Согласно программе, основной целью курса является студентами знания основных положений теории менеджмента и маркетинга и умения практического использования. Программа отвечает современным требованиям к их использованию для решения актуальных задач маркетинга и менеджмента на практике.

Программа предусматривает разноуровневое обучение и отражает индивидуальный подход к обучающимся, содержит все необходимые темы, обеспечивающие требования к качественной подготовке учащихся.

В программе четко определены модули и темы, содержание учебного материала, а также знания, умения и навыки, которыми должен овладеть студент, отображено распределение учебных часов по модулям учебной дисциплины.

Содержание программы соответствует государственным требованиям к содержанию и уровню подготовки бакалавров по направлению подготовки 35.03.07 «Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции» направление (профиль) «Технология производства и переработки продукции животноводства. Зоотехнии и технологии переработки продуктов животноводства» и может быть рекомендована для использования в высших учебных заведениях.

Рецензент:

ООО «ТД Сибирское молоко»
Заместитель директора
по маркетингу и логистике



П.В. Макаров