

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  
"18" марта 2024г.

УТВЕРЖДАЮ: Ректор  
ФГБОУ ВО  
Красноярский ГАУ  
Н.И. Пыжикова  
"28" марта 2024г.

**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, 2024



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
УСИЛЕННОЙ КВАЛИФИЦИРОВАННОЙ  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ  
ВЫДАННОЙ: ФГБОУ ВО КРАСНОЯРСКИЙ ГАУ  
ВЛАДЕЛЕЦ: РЕКТОР ПЫЖИКОВА Н.И.  
ДЕЙСТВИТЕЛЕН: 15.05.2025 - 08.08.2026

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

«2» 03 2024г.

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 «2.03 2024г.

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

12.03.2024

\* - 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. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний.....	13
4.5.2..... Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/расчетно-графические работы/учебно-исследовательские работы.....	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 математически, естественно-научных и общепрофессиональных дисциплин с применением информационно-коммуникационных технологий;

ОПК-6 Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности.

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 компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации	Знать: - теоретические аспекты маркетинга; - методы сбора информации; - правила обработки информации; - принципы управления информацией.

	применять системный подход для решения поставленных задач;	<p>Уметь: анализировать информацию; - применять на практике полученную информацию; - анализировать и делать выводы на основании полученной информации; --оценивать эффективность информационных данных.</p> <p>Владеть: - навыками организации процесса сбора информации;; - технологиями проведения маркетинговых исследований; -применять полученные знания на практике</p>
ОПК-1	Способность решать типовые задачи профессиональной деятельности на основе знаний основных законов математики, естественно-научных и общепрофессиональных дисциплин с применением информационно-коммуникационных технологии	<p>Знать: специфику маркетинговой деятельности на предприятиях</p> <p>Уметь: применять основные технологии маркетинговых коммуникаций</p> <p>Владеть: навыками разработки комплекс маркетинга и навыками разработк и реализации коммуникационного продукта</p>
ОПК-6	Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности.	<p>Знать: как на основе экономических данных принимать оптимальные управленческие решения</p> <p>Уметь: Принимает управленческие решений по реализации технологий производства, хранения и переработки сельскохозяйственной продукции в различных экономических и погодных условиях</p> <p>Владеть навыками принятия управленческих решений по по организации технологий производства, хранения и переработки с.х. продукции в различных экономических условиях.</p>

### 3. Организационно-методические дисциплины

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

**Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам**

Вид учебной работы	Трудоёмкость		
	зач. ед.	час.	По
			семестрам
			2
<b>Общая трудоёмкость</b> дисциплины по учебному плану	<b>3,0</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Контактная работа</b>	<b>0,4</b>	<b>16</b>	<b>16</b>
в том числе:			
Лекции (Л)/ в том числе в интерактивной форме		6	6

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	зач. ед.	час.	По семестрам	
				2
Практические занятия (ПЗ) /в том числе в интерактивной форме		10		10
Семинары (С)/ в том числе в интерактивной форме				
Лабораторные работы (ЛР) )/ в том числе в интерактивной форме				
<b>Самостоятельная работа (СРС)</b>	<b>2,3</b>	<b>83</b>		<b>83</b>
в том числе:				
самостоятельное изучение тем и разделов		50		50
доклад		10		10
самоподготовка к текущему контролю знаний		23		23
<b>Подготовка и сдача зачета</b>	<b>0,3</b>	<b>9</b>		<b>9</b>
<b>Вид контроля:</b>				<b>экзамен</b>

#### 4. Структура и содержание дисциплины

##### 4.1. Структура дисциплины. Тематический план

Наименование модулей дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)	Формы контроля
		Л	ЛПЗ		
<b>Модуль 1 Сущность концепции маркетинга и менеджмента</b>	<b>27</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>24</b>	
<b>Модуль 2 Целевой маркетинг, отраслевые особенности выбора целевого сегмента</b>	<b>27</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>24</b>	
<b>Модуль 3. Организация управления производством</b>	<b>27</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>22</b>	
<b>Модуль 4. Стратегическое маркетинговое планирование.</b>	<b>27</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>22</b>	
<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>92</b>	<b>экзамен</b>

Таблица 3

ца 3

##### Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)
		Л	ЛПЗ	
<b>Модуль 1 . Сущность концепции маркетинга и менеджмента</b>	<b>27</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>24</b>
<b>Модульная единица 1.1</b> Понятие, социально-экономическая сущность маркетинга, его цели, принципы и функции.	13,5	0,5	1	12

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)
		Л	ЛПЗ	
<b>Модульная единица 1.2</b> Сущность процесса управления.	13,5	0,5	1	12
<b>Модуль 2.</b> Целевой маркетинг, отраслевые особенности выбора целевого сегмента.	<b>27</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>24</b>
<b>Модульная единица 2.1</b> Сегментирование рынка. Выбор целевого рынка. Создание отличительных преимуществ.	13,5	0,5	1	12
<b>Модульная единица 2.2</b> Товарная и сбытовая политика предприятия.	13,5	0,5	1	12
<b>Модуль 3.</b> Организация управления производством.	27	2	3	22
<b>Модульная единица 3.1</b> Сущность и этапы организации управления. Типы структур управления.	13,5	1	1,5	11
<b>Модульная единица 3.2</b> Организация оперативного управления на предприятии	13,5	1	1,5	11
<b>Модуль 4.</b> Стратегическое маркетинговое планирование.	27	2	3	22
<b>Модульная единица 4.1</b> Понятие стратегии и тактики маркетинга	9	1	1,5	6,5
<b>Модульная единица 4.2</b> Исследование и разработка активной торговой политики.	9	1	1,5	6,5
<b>Подготовка к экзамену</b>	9			9
<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>92</b>

#### 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

### **М одульная 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.

**М одульная 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 товаро движения. 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 рилейшнз (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 струк-тур 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.

Таблица 4

#### **Содержание лекционного курса**

<b>№ п/п</b>	<b>№ модуля и модульной единицы дисциплины</b>	<b>№ и тема лекции</b>	<b>Вид контрольного мероприятия</b>	<b>Кол-во часов</b>
1.	<b>Модуль 1 . Сущность концепции маркетинга и менеджмента</b>		<b>Коллоквиум</b>	<b>1</b>
	<b>М о д у л ь н а я е д и н и ц а 1.1</b> Понятие, социально-экономическая сущность маркетинга, его цели, принципы и функции.	Лекция -1. Основные элементы комплекса маркетинга. Инструментарий маркетинга		0,5
	<b>М о д у л ь н а я е д и н и ц а 1.2</b> Сущность процесса управления.	Лекция 2 – Объективная необходимость совершенствования практики управления.		0,5
2.	<b>М о д у л ь 2 .</b> Целевой маркетинг, отраслевые особенности выбора целевого сегмента.		<b>Коллоквиум</b>	<b>1</b>

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	<b>М о д у л ь н а я е д и н и ц а 2.1</b> Сегментирование рынка. Выбор целевого рынка. Создание отличительных преимуществ.	Лекция 3 – Выбор признаков сегментирования для рынка потребительских товаров, товаров производственного назначения.		0,5
	<b>М о д у л ь н а я е д и н и ц а 2.2</b> Товарная и сбытовая политика предприятия.	Лекция 4 – Формирование <sup>5</sup> товарной политики. Цели и направления товарной политики		0,5
	<b>М о д у л ь 3.</b> Организация управления производством.			2
	<b>М о д у л ь н а я е д и н и ц а 3.1</b> Сущность и этапы организации управления. Типы структур управления.	Лекция 5- Система маркетинговых коммуникаций. Продвижение продукции. Система маркетинговой информации.		1
	<b>М о д у л ь н а я е д и н и ц а 3.2</b> Организация оперативного управления на предприятии	Лекция 6- Роль оперативного управления в системе руководящей деятельности.		1
	<b>М о д у л ь 4.</b> Стратегическое маркетинговое планирование.			2
	<b>М о д у л ь н а я е д и н и ц а 4.1</b> Понятие стратегии и тактики маркетинга	Лекция 7- Отраслевые особенности применения методов стимулирования.		1
	<b>М о д у л ь н а я е д и н и ц а 4.2</b> Исследование и разработка активной торговой политики	Лекция 8- Анализ рынков, цен, каналов распределения, конкурентов. Анализ результатов исследований.		1
	<b>Итого</b>		экзамен	6

#### 4.4. Практические / семинарские/ занятия

Таблица 5

##### Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	<b>Модуль 1 .</b> Сущность концепции маркетинга		<b>Коллоквиум</b>	<b>1</b>

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	<b>и менеджмента</b>			
	<b>Модульная единица 1.1</b> Понятие, социально-экономическая сущность маркетинга, его цели, принципы и функции.	ПЗ-1. Основные элементы комплекса маркетинга.	ПЗ	0,5
		ПЗ-2 Информационное обеспечение маркетинга	опрос	0,5
		ПЗ-3. Объективная необходимость совершенствования управления.		0,5
	<b>Модульная единица 1.2</b> Сущность процесса упр-я	ПЗ –4. Эффективность руководящей деятельности. Принципы, методы управления.	ПЗ	0,5
2.	<b>Модуль 2. Целевой маркетинг, отраслевые особенности выбора целевого сегмента.</b>		<b>Коллоквиум</b>	<b>2</b>
	<b>Модульная единица 2.1</b> Сегментирование рынка. Выбор целевого рынка. Создание отличительных преимуществ.	ПЗ № 5 – Выбор признаков сегментирования для рынка потребительских товаров, товаров производственного назначения.	ПЗ	0,5
		ПЗ-6. Содержание, роль и функции системы менеджмента	опрос	0,5
	<b>Модульная единица 2.2</b> Товарная и сбытовая политика предприятия.	ПЗ-7. Формирование товарной политики. Цели и направления товарной политики	Опрос	0,5
		ПЗ-8. Ценовая политика.	ПЗ	0,5
	<b>Модуль 3. Организация управления производством.</b>		<b>Коллоквиум</b>	<b>3</b>
	<b>Модульная единица 3.1</b> Сущность и этапы организации управления. Типы структур управления.	ПЗ-9- Система маркетинговых коммуникаций. Продвижение продукции. Система маркетинговой информации.	ПЗ	1
		ПЗ-10. Особенности организации управления на предприятиях.	ПЗ	0,5
	<b>Модульная единица 3.2</b> Организация оперативного управления на предприятии	ПЗ-11- Роль оперативного управления в системе руководящей деятельности.	ПЗ	1
		ПЗ-12. Формирование стратегии повышения конкурентоспособности.	опрос	0,5
	<b>Модуль 4. Стратегическое маркетинговое планирование.</b>			<b>2</b>
	<b>Модульная единица 4.1</b> Понятие стратегии и тактики маркетинга	ПЗ-13.- Отраслевые особенности применения методов стимулирования.	ПЗ	1
		ПЗ-14. Современные методы активных продаж	опрос	0,5

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	<b>М о д у л ь н а я е д и н и ц а 4.2</b> Исследование и разработка активной торговой политики	ПЗ-15- Анализ рынков, цен, каналов распределения, конкурентов.	ПЗ	1
		ПЗ-16. Оценка результатов исследований..	ПЗ	0,5
	<b>Итого</b>		экзамен	10

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

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 дисциплины	№ и тема лекции	Кол-во часов
	<b>Самостоятельное изучение тем и разделов дисциплины</b>		<b>50</b>
1.	<b>Модуль 1. Сущность концепции маркетинга и менеджмента</b>		<b>10</b>
	Модульная единица 1.1. Понятие, социально-экономическая сущность маркетинга, его цели, принципы и функции.	Основные элементы комплекса маркетинга. Инструментарий маркетинга(практические задания, опрос) Информационное обеспечение маркетинга на базе мировых информационных ресурсов (ПЗ. Опрос. Доклады)	5
	Модульная единица 1.2. Сущность процесса управления	Объективная необходимость совершенствования практики управления (ПЗ, опрос)	5
2.	<b>Модуль 2. Целевой маркетинг, отраслевые особенности выбора целевого сегмента</b>		<b>15</b>
	Модульная единица 2.1. Сегментирование рынка. Выбор целевого рынка. Создание конкур. преимуществ	Выбор признаков сегментации для различных рынков. Позиционирование товаров. Функция организации в системе менеджмента. Цели и задачи контроля в системе менеджмента (опрос, тест)	8
	Модульная единица 2.2. Товарная и сбытовая политика предприятия	Формирование товарной и сбытовой политики. (опрос, тест) Ценовая политика предприятия. Виды цен. Ценообразование. (опрос, тест, ПЗ)	7
3.	<b>Модуль 3. Организация управления производством.</b>		<b>13</b>

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Кол-во часов
	<b>Самостоятельное изучение тем и разделов дисциплины</b>		<b>50</b>
	Модульная единица 3.1. Сущность и этапы организации управления. Типы структур управления.	Система маркетинговых коммуникаций. Продвижение продукта. Система маркетинговой информации. Особенности организации управления на предприятии. (опрос, тест, ПЗ)	6
	Модульная единица 3.2. Организация оперативного управления на предприятии.	Роль оперативного управления в системе руководящей деятельности. Формирование стратегии повышения конкурентоспособности предприятия и продукции. . (опрос, тест, ПЗ)	7
<b>4</b>	<b>Модуль 4. Организация управления производством</b>		<b>12</b>
	Модульная единица 4.1. Понятие стратегии и тактики маркетинга	Формирование рыночной стратегии. Отраслевые особенности. (опрос, ПЗ)	5
	Модульная единица 4.2.	Анализ товарных и отраслевых рынков, конкурентов, цен, каналов распределения, коммуникаций . (опрос, ПЗ)	7
	<b>Самоподготовка к текущему контролю знаний</b>		<b>23</b>
	- подготовка к опросу		10
	- выполнение заданий при самостоятельном изучении дисциплины		7
	- самотестирование по контрольным вопросам		6
	<b>Подготовка доклада по выбранной теме</b>		<b>10</b>
	<b>Итого СРС</b>		<b>83</b>
	<b>Подготовка и сдача экзамена</b>		<b>9</b>
	<b>Итого, включая экзамен</b>		<b>92</b>

## 5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 8

### Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ЛПЗ	СРС	Вид контроля
УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации применять системный подход для решения поставленных задач;	1 - 6	1 - 10	М 1-4	Контрольная работа, тестирование, экзамен

<b>Компетенции</b>	<b>Лекции</b>	<b>ЛПЗ</b>	<b>СРС</b>	<b>Вид контроля</b>
ОПК – 1 -Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации применять системный подход для решения поставленных задач;	1 - 6	1 - 10	М 1-4	Контрольная работа, тестирование, экзамен
ОПК – 6-Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности.	1 - 6	1 - 10	М 1-4	Контрольная работа, тестирование, экзамен

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1. Карта обеспеченности литературой (таблица 9)**

### *Электронные библиотечные системы*

Электронная библиотека «Ирбис 64+» коллекция Красноярского ГАУ

[http://5.159.97.194:8080/cgi-bin/irbis64r\\_plus/cgiirbis\\_64\\_ft.exe](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://vywww.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://vywww.theregister.co.uk/>

### *информационно-поисковые системы:*

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

<http://vywww.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://intuh.ru/>

### 6.3. Программное обеспечение

#### *Лицензионное ПО Красноярского ГАУ*

1. Microsoft Windows Server GAL 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 200(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** бакалавров производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем, ведущими лекционные и практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- тестирование;
- опрос;

- реферат
- выполнение имитационных упражнений.

*Промежуточная аттестация* по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена.

Таблица 10

### Рейтинг – план дисциплины «Маркетинг-менеджмент»

Модули	Лекцион.	Практические	Тестир	Экзамен	Баллы
Модуль № 1	5	4	5		14
Модуль № 2	4	4	5		13
Модуль № 3	4	10	5		19
Модуль № 4	5	10	5		20
<b>Итоговое тестирование</b>				<b>30</b>	<b>30</b>
<b>Активность на занятиях</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			<b>4</b>
<b>Итого баллов за семестр</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

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](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**

Имеются специализированные учебные аудитории для проведения компьютерных практикумов и самостоятельной работы бакалавров, оснащенные современной компьютерной и офисной техникой, необходимым программным обеспечением, электронными учебными пособиями и законодательно –поисковой системой, имеющий безлимитный выход в интернет; специализированную аудиторию для проведения практических занятий, практикумов, тренингов, проведения презентаций бакалаврских работ, оснащенную аудиовизуальной техникой.

## **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

### **9.1 Методические указания по дисциплине для обучающихся**

Рабочая программа предусматривает возможность обучения в рамках традиционной поточно-групповой системы обучения. При поточно-групповой системе обучения последовательность изучения учебно-образовательных модулей определяется его номером. При этом обучение рекомендуется в течение одного семестра: для бакалавров – 2 семестр.

На кафедре внедрена кредитно-модульная система обучения. При введении кредитно-модульной системы обучения сформирован учебный план таким образом, чтобы он обеспечивал возможность:

- изучение отдельных модулей в различные расширенные временные интервалы и различной последовательности.

Бакалавры перед изучением дисциплин должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценкой.

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях в завершающей части учебного курса. Выбор формы проведения практических занятий проводится преподавателем и может включать:

- имитационные занятия;
- решение ситуационных задач (кейс-стади);
- применение проектного метода;
- круглые столы;
- научно-практические конференции.

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

С нарушением слуха

С нарушением зрения

С нарушением опорно-двигательного аппарата

Формы - в печатной форме;

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа; - в форме ауди-офайла;
- 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.

## **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 аудиофайлы);
2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
  - 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 нарушение слуха	<ul style="list-style-type: none"><li>• в печатной форме;</li><li>• в форме электронного документа;</li></ul>
С нарушением зрения	<ul style="list-style-type: none"><li>• в печатной форме увеличенных шрифтом;</li><li>• в форме электронного документа;</li><li>• в форме аудиофайла;</li></ul>

С нарушением опорно-двигательного аппарата	<ul style="list-style-type: none"><li>• в печатной форме;</li><li>• в форме электронного документа;</li><li>• в форме аудиофайла.</li></ul>
--	---

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.

## ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

**Программу разработала:**

Незамова О.А., доцент

Таблица 9

## КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Логистики и маркетинга в АПК

Направление 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				<a href="http://biblionline.ru/bcode/432976">http://biblionline.ru/bcode/432976</a>
2	Лекции, практические, семинарские	Маркетинг в агропромышленном комплексе; учебник и практикум для академического бакалавриата	под ред. Н. В. Сурковой.	М.:Юрайт	2019		Электр				<a href="http://biblionline.ru/bcode/433025">http://biblionline.ru/bcode/433025</a>
3	Лекции, практические, семинарские	Менеджмент: учебник и практикум для прикладного бакалавриата	И. А. Иванова, А. М. Сергеев	М.:Юрайт	2019		Электр				<a href="http://biblionline.ru/bcode/445032">http://biblionline.ru/bcode/445032</a>
4	Лекции, практические, семинарские	Управление маркетингом: учебник и практикум для академического бакалавриата	Т. Л. Короткова	М.:Юрайт	2019		Электр				<a href="http://biblionline.ru/bcode/438047">http://biblionline.ru/bcode/438047</a>

Директор Научной библиотеки

## 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 логистику.

П.В. Макаров