

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ДЕ-
ПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧ-
РЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт прикладной биотехнологии и ветеринарной медицины
Кафедра «Логистики»

СОГЛАСОВАНО:

Директор института ПБиВМ
Лефлер Т.Ф. «18» марта 2024 года

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ
Пыжикова Н.И. «29» марта 2024 года



**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
УСИЛЕННОЙ КВАЛИФИЦИРОВАННОЙ
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

**ВЫДАННОЙ: ФГБОУ ВО КРАСНОЯРСКИЙ ГАУ
ВЛАДЕЛЕЦ: РЕКТОР ПЫЖИКОВА Н.И.
ДЕЙСТВИТЕЛЕН: 15.05.2025 - 08.08.2026**

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

Составители: Незамова О. А. канд. экон. наук,
доцент

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 «18» марта 2024г

Председатель методической комиссии
Турицына Е.Г. д.в.н., профессор «18» марта 2024г
(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)

«18» марта 2024г

Оглавление

АННОТАЦИЯ	5
1. ТРЕБОВАНИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ	5
1.1. ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ ТРЕБОВАНИЯ	5
1.2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ.....	5
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
4.1. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.2. ТРУДОЁМКОСТЬ МОДУЛЕЙ И МОДУЛЬНЫХ ЕДИНИЦ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
4.3. СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.4. ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ	10
4.5. САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ	11
4.5.1. <i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения</i>	<i>11</i>
5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ	12
6.1. ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА	12
6.2. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА	12
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	14
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	15
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	15
10. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	15

А н н о т а ц и я

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».

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций выпускника:

УПК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации применяя 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 (18 часов), практические (18 часов) занятия и (63 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 дисциплины «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 опыта маркетинга и менеджмента.

Задачи дисциплины: рассмотреть вопросы о значимости управления в деятельности человека (методологию и организацию); изучить: системы, процессы и механизмы маркетинга, окружающую среду маркетинга и менеджмента, комплекс маркетинга, управление маркетинговой деятельностью предприятия, роль менеджера в управлении организацией.

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, применять системный подход для решения поставленных задач;	ИД-1. Определяет информацию, требуемую для решения поставленных задач
		ИД-2. Осуществляет поиск информации для решения поставленных задач по типам запросов
		ИД-3. Рассматривает возможные варианты решения поставленных задач, оценивает их
ОПК-1	Способность решать типовые задачи профессиональной деятельности на основе знаний основных законов математически, естественно-научных и общепрофессиональных дисциплин с применением информационно-коммуникационных технологий	ИД-1. Решает типовые задачи профессиональной деятельности
		ИД-2. Использует основные законы естественнонаучных дисциплин для решения стандартных задач в области профессиональной деятельности
		ИД-3. Применяет информационно-коммуникационные технологии для решения стандартных задач в области профессиональной деятельности
ОПК-6	Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности.	ИД-1. Демонстрирует и использует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства
		ИД-2. Способен обоснованно выбирать методы определения экономической эффективности в соответствии с задачами профессиональной деятельности
		ИД-3. Определяет экономическую эффективность в профессиональной деятельности

3. Организационно-методические данные дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов. Их распределение по видам работ представлено в таблице 1

Таблица 1

Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	зач. ед.	час.	По семестрам	
				2
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3,0	108		108
Контактная работа	1	36		36
в том числе:				
Лекции (Л)/ в том числе в интерактивной форме		18		18
Практические занятия (ПЗ) /в том числе в интерактивной форме		18		18
Семинары (С)/ в том числе в интерактивной форме				
Лабораторные работы (ЛР))/ в том числе в интерактивной форме				
Самостоятельная работа (СРС)	1,8	63		63
в том числе:				
самостоятельное изучение тем и разделов		30		30
доклад		10		10
самоподготовка к текущему контролю знаний		23		23
Подготовка и сдача экзамена	0,2	9		9
Вид контроля:				экзамен

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Структура дисциплины

Структура дисциплины отражается в виде таблицы 2.

Таблица 2

Тематический план

Наименование модулей дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)	Формы контроля
		Л	ЛПЗ		
Модуль 1 Сущность концепции маркетинга и менеджмента	24	6	6	12	

Наименование модулей дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)	Формы контроля
		Л	ЛПЗ		
Модуль 2 Целевой маркетинг, отраслевые особенности выбора целевого сегмента	24	4	4	18	
Модуль 3. Организация управления производством	24	4	4	22	
Модуль 4. Стратегическое маркетинговое планирование.	23	4	4	20	
Подготовка к экзамену				9	
Итого экзамен	108	18	18	72	экзамен

4.2. Трудоёмкость 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	24	6	6	12
М о д у л ь н а я е д и н и ц а 1.1 Понятие, социально-экономическая сущность маркетинга, его цели, принципы и функции.	14	4	4	6
М о д у л ь н а я е д и н и ц а 1.2 Сущность процесса управления.	10	2	2	6
М о д у л ь 2. Целевой маркетинг, отраслевые особенности выбора целевого сегмента.	24	4	4	18
М о д у л ь н а я е д и н и ц а 2.1 Сегментирование рынка. Выбор целевого рынка.	12	2	2	8

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудитор- ная работа (СРС)
		Л	ЛПЗ	
Создание отличительных преимуществ.				
М о д у л ь н а я е д и н и ц а 2.2 Товарная и сбытовая политика предприятия.	14	2	2	10
М о д у л ь 3. Организация управления производством.	24	4	4	18
М о д у л ь н а я е д и н и ц а 3.1 Сущность и этапы организации управления. Типы структур управления.	12	2	2	8
М о д у л ь н а я е д и н и ц а 3.2 Организация оперативного управления на предприятии	14	2	2	10
М о д у л ь 4. Стратегическое маркетинговое планирование.	28	4	4	20
М о д у л ь н а я е д и н и ц а 4.1 Понятие стратегии и тактики маркетинга	14	2	2	10
М о д у л ь н а я е д и н и ц а 4.2 Исследование и разработка активной торговой политики.	14	2	2	10
Подготовка к экзамену	9			9
Итого	108	18	18	72

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, концепции маркетинга.

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 товара. 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 рилейшнз (PR). Стимулирование сбыта. Техника личных продаж. Формирование стратегии продвижения. Стратегическое маркетинговое планирование.

Модуль 3 Организация управления производством и маркетингом.

Третий модуль, включает основные процессы и механизм управления производством и маркетингом, формирование комплекса маркетинга.

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. Управление маркетингом, формирование комплекса маркетинга. Роль оперативного управления в системе руководящей деятельности.

Модуль 4 Стратегическое маркетинговое планирование.

Четвертый модуль, включает основные процессы и механизм планирования.

Модульная единица 4.1 Понятие стратегии и тактики мар-

кетинга. 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 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

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1 . Сущность концепции маркетинга и менеджмента		Коллоквиум	6
	М о д у л ь н а я е д и н и ц а 1.1 Понятие, социально-экономическая сущность маркетинга, его цели, принципы и функции.	Лекция -1. Основные элементы комплекса маркетинга. Инструментарий маркетинга	Опрос	4
	М о д у л ь н а я е д и н и ц а 1.2 Сущность процесса	Лекция 2 – Объективная необходимость совершенствования практики управления.	Опрос	2

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	управления.			
2.	М о д у л ь 2. Целевой маркетинг, отраслевые особенности выбора целевого сегмента.		Коллоквиум	4
	М о д у л ь н а я е д и н и ц а 2.1 Сегментирование рынка. Выбор целевого рынка. Создание отличительных преимуществ.	Лекция 3 – Выбор признаков сегментирования для рынка потребительских товаров, товаров производственного назначения.	Опрос	2
	М о д у л ь н а я е д и н и ц а 2.2 Товарная и сбытовая политика предприятия.	Лекция 4 – Формирование товарной и ценовой политики. Цели и направления товарной политики. Сбытовая политика фирмы	Опрос	2
	М о д у л ь 3. Организация управления производством.		Коллоквиум	4
	М о д у л ь н а я е д и н и ц а 3.1 Сущность и этапы организации управления. Типы структур управления.	Лекция 5- Система маркетинговых коммуникаций. Продвижение продукции. Система маркетинговой информации.	Опрос	2
	М о д у л ь н а я е д и н и ц а 3.2 Организация оперативного управления на предприятии	Лекция 6- Роль оперативного управления в системе руководящей деятельности.	Опрос	2
	М о д у л ь 4. Стратегическое маркетинговое планирование.		Коллеквиум	4
	М о д у л ь н а я е д и н и ц а 4.1 Понятие стратегии и тактики маркетинга	Лекция 7- Отраслевые особенности применения методов стимулирования.	Опрос	2
	М о д у л ь н а я е д и н и ц а 4.2 Исследование и разработка активной торговой политики	Лекция 8- Анализ рынков, цен, каналов распределения, конкурентов. Анализ результатов исследований.	Опрос	2
	Итого		экзамен	18

4.4. Практические / семинарские/ занятия

Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1 . Сущность концепции маркетинга и менеджмента		Коллоквиум	6
	М о д у л ь н а я е д и н и ц а 1.1 Понятие, социально-экономическая сущность маркетинга, его цели, принципы и функции.	ПЗ-1. Основные элементы комплекса маркетинга. Инструментарий маркетинга	ПЗ	2
		ПЗ-2 Информационное обеспечение маркетинга	задание	1
		ПЗ-2. Объективная необходимость совершенствования управления.	опрос	1
	М о д у л ь н а я е д и н и ц а 1.2 Сущность процесса упр-я	ПЗ . Эффективность руководящей деятельности. Принципы, методы управления.	ПЗ	2
2.	М о д у л ь 2. Целевой маркетинг, отраслевые особенности выбора целевого сегмента.		Коллоквиум	4
	М о д у л ь н а я е д и н и ц а 2.1 Сегментирование рынка. Выбор целевого рынка. Создание отличительных преимуществ.	ПЗ 4 – Выбор признаков сегментирования для рынка потребительских товаров, товаров производственного назначения.	ПЗ	1
		ПЗ 4. Содержание, роль и функции системы менеджмента	опрос	1
	М о д у л ь н а я е д и н и ц а 2.2 Товарная и сбытовая политика предприятия.	ПЗ-5. Формирование товарной политики. Цели и направления товарной политики	Опрос	1
		ПЗ-5. Ценовая политика.	ПЗ	1
	М о д у л ь 3. Организация управления производством.		Коллоквиум	4
	М о д у л ь н а я е д и н и ц а 3.1 Сущность и этапы организации управления. Типы структур управления.	ПЗ-6- Система маркетинговых коммуникаций. Продвижение продукции. Система маркетинговой информации.	ПЗ	1
		ПЗ-6. Особенности организации управления на предприятиях.	ПЗ	1

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	М о д у л ь н а я е д и н и ц а 3.2 Организация оперативного управления на предприятии	ПЗ-7- Роль оперативного управления в системе руководящей деятельности.	ПЗ	1
		ПЗ-7. Формирование стратегии повышения конкурентоспособности.	опрос	1
	М о д у л ь 4. Стратегическое маркетинговое планирование.			4
	М о д у л ь н а я е д и н и ц а 4.1 Понятие стратегии и тактики маркетинга	ПЗ-8.- Отраслевые особенности применения методов стимулирования.	ПЗ	1
		ПЗ-8. Современные методы активных продаж	опрос	1
	М о д у л ь н а я е д и н и ц а 4.2 Исследование и разработка активной торговой политики	ПЗ-9- Анализ рынков, цен, каналов распределения, конкурентов. Анализ результатов исследований	ПЗ	1
		ПЗ-9. Оценка результатов исследований..	ПЗ	1
	Итого			18

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

Самостоятельная работа студентов (СРС) организуется с целью развития навыков работы с учебной и научной литературой, выработки способности вести научно-исследовательскую работу, а также для систематизированного изучения дисциплины.

Рекомендуются следующие формы организации самостоятельной работы студентов:

- организация и использование электронного курса (Moodle);
- работа над теоретическим материалом по теме лекций;
- самостоятельное изучение отдельных разделов дисциплины;
- подготовка к практическим занятиям;
- выполнение домашних заданий;
- подготовка к выполнению контрольных работ;
- выполнение контрольных заданий;

- выполнение контрольных тестов;
- подготовка рефератов;

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
	Самостоятельное изучение тем и разделов дисциплины		
1.	Модуль 1. Сущность концепции маркетинга и менеджмента		15
	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)	7
	Модульная единица 1.2. Сущность процесса управления	Объективная необходимость совершенствования практики управления (ПЗ, опрос)	8
2.	Модуль 2. Целевой маркетинг, отраслевые особенности выбора целевого сегмента		15
	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

№ п/ п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Кол-во часов
	Самостоятельное изучение тем и разделов дисциплины		
3.	Модуль 3. Организация управления производством.		18
	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)	8
	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
4	Модуль 4. Организация управления производством		15
	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)	10
Самоподготовка к текущему контролю знаний			
- подготовка к опросу			23
- выполнение заданий при самостоятельном изучении дисциплины			20
- самотестирование по контрольным вопросам			10
Подготовка доклада по выбранной теме			10
Итого СРС			63
Подготовка и сдача экзамена			9
Итого, включая экзамен			72

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

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
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)

6.2. Перечень ресурсов информационно – коммуникационной сети «Интернет»

Электронные библиотечные системы

-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://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 досту-

па <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 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).

Рейтинг – план дисциплины «Маркетинг - менеджмент»

	Модули	Часы	Баллы
1	Модуль № 1	24	5
2	Модуль № 2	24	15
3	Модуль № 3	24	35
4	Модуль № 4	23	15
5	Экзамен		30
	Итого	108	100

Распределение баллов по модулям

№	Модули	Баллы по видам работ					Итого
		Практические задания, имитационные упражнения	Тестирование, опросы	Контрольная работа	Рефераты, доклады, эссе	Экзамен	
1	Модуль № 1	5	-	-	-		5
2	Модуль № 2	5	5		5		15
3	Модуль № 3	5	10	20	-		35
4	Модуль № 4	5	5	-	5		15
	Экзамен	-	-	-	-	30	30
	Итого	20	20	20	10	30	100

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 «Маркетинг - менеджмент» 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): 100-87 баллов -

"отлично", 86-73 балла - "хорошо", 72-60 баллов - "удовлетворительно".

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

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 для работы	Оснащенность специальных помещений
Ауд. 1-20 –лекционный зал.	Лекционный зал: мультимедийное оборудование: проектор, экран для проектора, компьютер, парты, стулья, маркерная доска
Ауд. 1-22 .	мультимедийное оборудование: проектор, экран для проектора, компьютер, парты, стулья, маркерная доска

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 обу-

чающихся 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 послушу: 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.

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 воз-

возможностями здоровья.

Таблица 9

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Логистики Направление подготовки специальность) 35.03.07 «Технология пр-ва с-х продукции
 Дисциплина Маркетинг и менеджмент Количество студентов 14
 Общая трудоемкость дисциплины : лекции 18 час.; практические занятия 18 час.;
 КП (КР) час.; СРС 72 час.

Вид заня- тий	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания		Место хра- нения		Необходи- мое количе- ство экз.	Количество экз. в вузе
					Печ.	Электр.	Библ.	Каф.		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
Основная										
	Маркетинг для про- фессионалов: практи- ческий курс : учебник и практикум для ба- калавриата и магист- ратуры : для студен- тов вузов, обучаю- щихся по экономиче- ским направлениям и специальностям	Е. П. Голубков	Рос. акад. народ- ного хоз-ва и гос. службы при Пре- зиденте РФ. - Мо- сква : Юрайт, 2015.	2015	+		+			10
	Маркетинг	Е. В. Закшевская [и др.]	Москва : КолосС, 2012.	2012	+		+			10
Дополнительная										
	Маркетинг: теория, методика, практика	Бронникова Е.С.	М. : КноРУС,	2013	+		+			12
	Маркетинг	Синицына О.Н.	М. : КноРУС,		+		+			12

	Маркетинг [Текст] : учебник и практикум для прикладного бакалавриата	Н. М. Кондратенко [и др.] ; ред. Н. М. Кондратенко	Моск. юрид. ун-т им. С. Ю. Витте. - 3-е изд	2016	+		+			5
Электронные ресурсы										
	Маркетинг: основы теории и практики	В. И. Беляев. - Электрон. дан.	М. : КноРУС,	2012		+	+			1 эл. опт. диск (CD-ROM)
	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	В. Т. Гришина и др	Москва : Дашков и К	2012						ЭБС Лань

Зав. библиотекой _____

Председатель МК _____
Института

Зав. кафедрой _____

ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

Программу разработали:

Незамова О.А., доц, кэн

(подпись)

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