

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

Институт Экономики и Управления АПК
Кафедра Логистики и маркетинга в АПК

СОГЛАСОВАНО:

Директор института ЭиУ АПК

Шапорова З.Е.

"23"03. 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Красноярский ГАУ

Пыжикова Н.И.

"26"03. 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ
КОМПЛЕКСЕ**

ФГОС ВО

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»
(код, наименование)

Направленность (профиль) «Логистика: управление цепями поставок в АПК»

Семестр (ы) 1

Форма обучения очно-заочная

Квалификация выпускника магистр

Красноярск, 2021

Составители: Чепелева К.В., канд.экон.наук, доцент

«15» 03 2021 г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 38.04.02 «Менеджмент», профессиональные стандарты:

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 10 «15» 03. 2021 г.

Зав. кафедрой Лукиных В.Ф., докт.экон.наук., доцент «15» 03 2021г.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Программа принята методической комиссией института Экономики и Управления АПК протокол № 8 «23» 03 2021 г.

Председатель методической комиссии

Рожкова А.В., ст.преподаватель кафедры менеджмента в АПК

«23» 03 2021 г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности) Лукиных В.Ф., д.э.н., доцент

«23» 03 2021 г.

Оглавление

Аннотация	4
1. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
2. Цели и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	5
3. Организационно-методические данные дисциплины	7
4. Структура и содержание дисциплины	7
4.1. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины	7
4.2. Содержание модулей дисциплины.....	7
4.3. Лекционные/лабораторные/практические/семинарские занятия.....	8
4.4. Лабораторные/практические/семинарские занятия.....	9
4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний	10
4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний.....	10
4.5.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы	11
5. Взаимосвязь видов учебных занятий.....	12
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	12
6.1. Карта обеспеченности литературой (таблица 9).....	12
6.3. Программное обеспечение	12
7. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций.....	14
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины	13
9.1. Методические указания по дисциплине для обучающихся	13
9.2. Методические указания по дисциплине для инвалидов или лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	14
Изменения	15

Аннотация

Дисциплина «Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений для подготовки обучающихся по направлению 38.04.02 «Менеджмент» профиль «Логистика: управление цепями поставок в АПК». Дисциплина реализуется в институте Экономики и управления АПК кафедрой Логистика и маркетинг в АПК.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций: способен организовать работы с подрядчиками на рынке транспортных и иных логистических услуг, оперативно проводить анализ рынка подрядчиков в условиях недостаточности информации, вести переговоры с подрядчиками в условиях дефицита времени, проводить конкурсные процедуры, владеть иностранным языком на уровне, необходимом для компетентного решения производственных задач (ПК-3) выпускника.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, для целостного представления о процессе управления проектами и процессами, роли ресурсов в этом процессе и организации командной работы в ходе реализации проекта.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: (лекции, практические занятия, самостоятельная работа).

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, опроса, кейсов, коллоквиума и промежуточный контроль в форме экзамена.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные 16 часов (в т.ч. 4 интерактивных часа), практические 32 часа (в т.ч. 10 интерактивных часа), самостоятельная работа студента (60 часов).

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе» включена в ОПОП, в часть, формируемую участниками образовательных отношений дисциплина по выбору.

В рамках освоения дисциплины «Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе» обучающиеся изучают следующие разделы:

1. Методы поиска проектных решений.
2. Стратегические подходы к коммерциализации инноваций на рынке.

Контроль знаний обучающихся проводится в форме текущего и промежуточных контролей, промежуточной аттестации в виде экзамена.

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

Целью курса «Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе» является: является формирование у обучающихся понимания технического и коммерческого потенциала научной разработки, навыков подготовки технической и экономической документации по проекту, управления конкурентоспособностью на рынке.

Задачи дисциплины:

- изучить аспекты инновационного бизнеса высокотехнологичной продукции, основы концепции маркетинга инноваций и его современный механизм в отраслях высоких технологий;
- определить наиболее эффективные инструменты маркетинга наукоемких изделий;
- выработать инструменты внедрения инноваций в технологичных отраслях;
- оценить эффективность маркетинговой деятельности, а также формы организации маркетинга в инновационной компании.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код, наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижений компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
<p>ПК-3 Способен организовать работы с подрядчиками на рынке транспортных и иных логистических услуг, оперативно проводить анализ рынка подрядчиков в условиях недостаточности информации, вести переговоры с подрядчиками в условиях дефицита времени, проводить конкурсные процедуры, владеть иностранным языком на уровне, необходимом для компетентного решения производственных задач</p>	<p>ПК- 3.ИД-1 Понимает как организовать работы с подрядчиками на рынке транспортных и иных логистических услуг. ПК-3.ИД-2. Понимает как оперативно проводить анализ рынка подрядчиков в условиях недостаточности информации, вести переговоры с подрядчиками в условиях дефицита времени, проводить конкурсные процедуры ПК-3.ИД-3. Владеет иностранным языком на уровне, необходимом для компетентного решения производственных задач</p>	<p>Знать: - виды инноваций и специфику рынка инновационной продукции; Уметь: - осуществлять маркетинговое сопровождение новых продуктов на всех этапах стоимостной цепи и на всех стадиях жизненного цикла инноваций; Владеть: - навыками маркетинговой деятельности в инновационных высокотехнологичных и наукоемких отраслях с позиции внутреннего состояния и внешнего окружения, ориентируясь на макро- и микроэкономические показатели.</p>

3. Организационно-методические данные дисциплины

Таблица 2

Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	по семестрам
			№1
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	108	108
Контактная работа	1,4	48	48/14
в том числе:			
Лекции (Л) / в том числе в интерактивной форме		16	16/4
Практические занятия (ПЗ) / в том числе в интерактивной форме		32	32/10
Самостоятельная работа (СРС)	1,6	60	60
в том числе:			
самостоятельное изучение тем и разделов		39	39
самоподготовка к текущему контролю знаний		21	21
подготовка и сдача зачета			
Вид контроля:	1	36	36 экзамен

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Тематический план

№	Раздел дисциплины	Всего часов	В том числе			Формы контроля
			лекции	практические или семинарские занятия	СРС	
1	Теоретико-методологические основы бизнес-исследований в менеджменте. Основные исследовательские парадигмы	54	8	16	30	опрос, задания, кейс
2	Методы маркетинговых исследований и сбора информации. Обоснование и выбор отдельных методов. Формирование отчетов	54	8	16	30	
	Экзамен	36	-	-	-	
	Итого	144	16	32	60	экзамен

4.2. Содержание модулей дисциплины

Модуль 1 Рынок инноваций и его маркетинговая составляющая.

Модульная единица 1 Современный механизм маркетинга инноваций в отраслях высоких технологий.

Понятие технологии. Разнообразие технологий. Классы важнейших технологий XXI века. Нанотехнологии-технологии мирового уровня. Жизненные циклы продукта и технологии, их взаимосвязь с экономическими результатами работы организации. Меры по продлению жизненного цикла продукта. Понятие «технологического уклада». Объективные пределы развития технологий. Трудности определения момента перехода предприятия на новую технологию. Перечень факторов, учет которых необходим для решения вопроса о переходе на новую технологию.

Научно-техническая продукция и ее виды. Характеристика рынка инноваций. Вступление мирового сообщества в период глобального рынка и экономическое соперничество стран. Коммерческая ценность нововведений. Схемы инновационного процесса. Виды инноваций и их классификация. Три группы нововведения: продуктовые; технологические; организационно-управленческие. Управление процессами создания новых знаний. Управление освоением новшеств.

Модульная единица 2 Тенденции модернизации маркетинга наукоемких изделий.

Этапы разработки новых продуктов и особенности маркетинговых исследований на каждом этапе. Реализация научно-технической продукции, трансферт технологий.

Новые тенденции в деятельности и развитии организаций. Маркетинговая концепция развития организации. Инновационная организация - предприятие XXI века. Формы инновационного менеджмента. Поведение фирм на рынке. Малый бизнес в научно-технической деятельности.

Модуль 2 Управление коммуникациями высокотехнологичного бизнеса. Модульная единица 1 Система товародвижения и сбыта инновационной продукции.

Новые тенденции в деятельности и развитии организаций. Маркетинговая концепция развития организации. Инновационная организация - предприятие XXI века. Формы инновационного менеджмента. Поведение фирм на рынке. Малый бизнес в научно-технической деятельности.

Прогнозирование. Стратегический подход - основа управления инновациями. Оценка конкурентной позиции организации на рынке. Понятия научно-технического и инновационного потенциала организации. Оценка инновационного потенциала и инновационной активности организации. Анализ инновационного климата организации. Виды инновационных стратегий. Наступательные инновационные стратегии. Стабилизационные (оборонительные) инновационные стратегии.

Модульная единица 2 Управление затратами и ценами инноваций.

Координация междисциплинарных исследований в области нанотехнологий. Междисциплинарный подход как фактор понимания явлений в наносфере. Институциональная среда развития нанотехнологий. Нанотехнологий и риски от их внедрения. Основные принципы управления процессом изменений и их характеристика. Необходимость соблюдения основных правил при принятии решения о запуске процесса изменений в организации. Роль руководства в управлении изменениями. Задачи и основные приемы экспертизы. Методы экспертизы инновационных проектов, финансируемых из бюджета. Экспертиза инновационных проектов в области гуманитарных и общественных наук. Методы отбора инновационных проектов для реализации. Показатели эффективности инновационного проекта. Отношение к персоналу в инновационной организации. Влияние человеческого капитала на развитие инновационной деятельности. Функциональные роли в инновационной деятельности. Личные качества участников инновационного процесса. Мотивация создания новшеств. Обучение персонала. Виды обучения. Проблема сопротивления изменениям в компаниях. Создание благоприятных условий для нововведений.

4.3. Лекционные/лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 4

Содержание лекционного курса

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1 Рынок инноваций и его маркетинговая составляющая.		коллоквиум	8
	Модульная единица 1 Современный механизм маркетинга инноваций в отраслях высоких технологий.	Лекция 1 - Специфика рынка инновационной продукции (лекция-беседа)	опрос	2
		Лекция 2 - Маркетинговая инфраструктура инновационного бизнеса (лекция-беседа)	опрос	2
	Модульная единица 2 Тенденции модернизации маркетинга наукоемких изделий.	Лекция 1 – Холистический маркетинг — путь к сбалансированному поиску ключевых компетенций инновационного бизнеса.	опрос	2
		Лекция 2 – Социально-этичный маркетинг и его роль в создании инноваций.	опрос	2
2.	Модуль 2 Управление коммуникациями высокотехнологичного бизнеса.		коллоквиум	8
	Модульная единица 1 Система товародвижения и сбыта инновационной продукции.	Лекция 1 – Место и роль товаропроводящей сети в формировании инфраструктуры инновационного бизнеса	опрос	2
		Лекция 2 – Преимущества организации товародвижения в инновационном территориальном кластере.	опрос	2
	Модульная единица 2 Управление затратами и ценами инноваций.	Лекция 1 – Специфика и факторы ценообразования инновационных продуктов.	опрос	2
		Лекция 2 – Ценовая политика и стратегии выхода на рынок инноваций.	опрос	2
	Итого		экзамен	16

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 контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1 Рынок инноваций и его маркетинговая составляющая.		кейс, тестирование	16

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	Модульная единица 1 Современный механизм маркетинга инноваций в отраслях высоких технологий.	Занятие № 1. Специфика рынка инновационной продукции	Практическое задание	2
		Занятие № 2 Маркетинговая инфраструктура инновационного бизнеса	Практическое задание	2
	Модульная единица 2 Тенденции модернизации маркетинга наукоемких изделий.	Занятие № 1. Холистический маркетинг — путь к сбалансированному поиску ключевых компетенций инновационного бизнеса.	Практическое задание	2
		Занятие № 2. Социально-этичный маркетинг и его роль в создании инноваций.	Практическое задание	2
2.	Модуль 2 Управление коммуникациями высокотехнологического бизнеса.	кейс, тестирование	16	
	Модульная единица 1 Система товародвижения и сбыта инновационной продукции.	Занятие №1 Место и роль товаропроводящей сети в формировании инфраструктуры инновационного бизнеса	Практическое задание	2
		Занятие № 2 Преимущества организации товародвижения в инновационном территориальном кластере.	Практическое задание	2
	Модульная единица 2 Управление затратами и ценами инноваций.	Занятие №1 Специфика и факторы ценообразования инновационных продуктов.	Практическое задание	2
		Занятие №2. Ценовая политика и стратегии выхода на рынок инноваций.	Практическое задание	2
	Итого		Экзамен	32

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	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
Модуль 1 Рынок инноваций и его маркетинговая составляющая			19
1	Модульная единица 1	Инновации и инновационный бизнес: специ-	9

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
	Современный механизм маркетинга инноваций в отраслях высоких технологий.	фические особенности и роль в экономике. Цели, функции и принципы концепции маркетинга инноваций.	
2	Модульная единица 2 Тенденции модернизации маркетинга наукоемких изделий.	Маркетинговый «портрет» высокотехнологичных инноваций. Конкурентные преимущества инновационной продукции и их создание. Процессы оценки и обеспечения конкурентоспособности инновационной продукции. Методология исследования конкурентоспособности новой продукции на основе концепции маркетинга инноваций. Роль информационных технологий в маркетинговом сопровождении и анализе конкурентоспособности инноваций. Ассортиментная политика фирм-новаторов.	10
Модуль 2 Управление коммуникациями высокотехнологичного бизнеса.			20
3	Модульная единица 1 Система товародвижения и сбыта инновационной продукции.	Комплексный подход к формированию системы креативных методов маркетинга инноваций. Механизм маркетинга новаций. Роль стратегического маркетинга при создании инноваций. Методы анализа рынка и текущего планирования маркетинга инновационной продукции. Внутрифирменное управление маркетингом инноваций высокотехнологичных отраслей.	15
4	Модульная единица 2 Управление затратами и ценами инноваций.	Методы неценовой конкуренции	5
подготовка к текущему контролю знаний			21
ВСЕГО			60
ЭКЗАМЕН			36

4.5.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы

Не предусмотрено учебным планом

Таблица 7

№ п/п	Темы курсовых проектов (работ)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы	Рекомендуемая литература (номер источника в соответствии с прилагаемым списком)

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 8

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ПЗ	СРС	Другие виды	Вид контроля
ПК-3 Способен организовать работы с подрядчиками на рынке транспортных и иных логистических услуг, оперативно проводить анализ рынка подрядчиков в условиях недостаточности информации, вести переговоры с подрядчиками в условиях дефицита времени, проводить конкурсные процедуры, владеть иностранным языком на уровне, необходимом для компетентного решения производственных задач	М2, М.ед.1 М.ед.2	М2 М.ед.1 М.ед.2	М2, М.ед.1 М.ед.2		Опрос, Практические

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- библиотечная система «Лань» e.lanbook.com
- Электронная библиотечная система «Юрайт» www.biblio-online.ru/
- Электронная библиотечная система «AgriLib» <http://ebs.rgazu.ru/>
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU elibrary.ru

Информационные справочные системы:

- Справочно-правовая система КонсультантПлюс
- Информационно – аналитическая система «Статистика»

6.3. Программное обеспечение

1. Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).
2. Офисный пакет приложений MicrosoftOffice (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).
3. Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF; AcrobatProfessional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).
4. Антивирусное программное обеспечение KasperskyEndpointSecurity (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).
5. Система дистанционного образования «Moodle 3.5.6a» (бесплатно распространяемое ПО).

Таблица 9

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Логистика и маркетинг в АПК Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент» профиль «Логистика: управление цепями поставок в АПК»
 Дисциплина «Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе»

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
<i>Основная литература</i>										
Лекции, практические занятия	Маркетинг инноваций : учебник и практикум для вузов	Короткова, Т. Л.	Юрайт	2021		+				https://urait.ru/book/491318/p.117-160
Лекции, практические занятия	Маркетинг инноваций	Молчанов Н.Н.	Юрайт	2021		+				https://urait.ru/book/492053
Лекции, практические занятия	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1	Чернышева А. М., Якубова Т. Н.	Юрайт	2021		+				https://urait.ru/book/marketingovye-issledovaniya-i-situacionnyy-analiz-v-2-ch-chast-1-490013

Директор библиотеки

Р.А. Зорина

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

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

- тестирование;
- опрос;
- выполнение практических ситуаций;
- кейсы.

Рейтинг – план дисциплины «Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе»

	Модули	Часы	Баллы
1	Модуль № 1	54	40
2	Модуль № 2	54	40
3	Экзамен	36	20
	Итого	144	100

• Распределение баллов по модулям

№	Модули	Баллы по видам работ					Итого
		Ситуацион- ные задания	Опрос	Тестирование	кейс	экзамен	
1	Модуль № 1	10	10	10	10	-	40
2	Модуль № 2	10	10	10	10	-	40
3	Экзамен	-	-	-	-	20	20
	Итого	20	20	20	20	20	100

Промежуточный контроль (экзамен)

Промежуточный контроль по результатам семестрам по дисциплине проходит в форме контрольного итогового тестирования.

Для допуска к промежуточному контролю обучающийся должен набрать необходимое количество баллов по итогам текущей аттестации – **40-80** баллов.

Итоговое тестирование включает в себя тестирующие материалы по всему курсу «Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе» (10 тест-заданий в одном варианте).

Оценивание итогового тестирования осуществляется по следующим критериям:

Обучающийся, давший правильные ответы 85-100% тестирующих материалов (1-2 ошибки), получает максимальное количество баллов – 20.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 70-85% тестирующих материалов (3 ошибки), получает - 18 баллов.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 60-70% (4 ошибки) тестирующих материалов, получает - 16 баллов.

Обучающийся, давший правильные ответы на менее чем 60% тестирующих материалов, не набирает баллов и приходит на контрольное тестирование повторно.

Баллы, полученные на итоговом тестировании, суммируются с баллами, полученными в течение семестра на текущей аттестации и принимается решение по следующим критериям:

До 65 – не зачтено

65 - 100- зачтено.

Обучающимся, не сдавшим экзамен или не явившимся для сдачи в установленный срок, предоставляется возможность пройти повторную промежуточную аттестацию в соответствии с графиком ликвидации академических задолженностей: http://www.kgau.ru/new/news/news/grafik_lz.pdf.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория 1-41 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой, 44 И). Рабочие места преподавателя и студентов, укомплектованные специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, общая локальная компьютерная сеть Internet, комплект мультимедийного оборудования: ноутбук AcerAspire 5, переносной экран на треноге MediumProfessional, переносной проектор EpsonEB.

Помещение для самостоятельной работы 3-13 (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой 44 «И») мебелью, общая локальная компьютерная сеть Internet, 11 компьютеров на базе процессора IntelCeleron в комплектации с мониторами Samsung, LG, Aser, Viewsonic и др. внешними периферийными устройствами, Приспособлено частично

9. Методические рекомендации 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 семестра: для обучающихся – 3 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.

Обучающиеся перед преподаванием 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;
- кейсов;
- применение проектного метода;
- круглые столы;
- научно-практические конференции.

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 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 водной из форм, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории студентов	Формы
С нарушение слуха	• в форме электронного документа;
С нарушением зрения	• в форме электронного документа
С нарушением опорно-двигательного аппарата	• в форме электронного документа;

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.

ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

Программу разработал:

Чепелева К.В., канд.экон.наук. доцент

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу по дисциплине
«Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе»
по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент»,

Представленная на рецензию рабочая программа оформлена с соблюдением предъявленных требований к оформлению рабочих программ. Наполнение материалом и содержательная сторона рабочей программы в полной мере соответствует заявленным областям профессиональной деятельности и профессиональным стандартам для подготовки обучающихся по направлению 38.04.02 "Менеджмент".

Дисциплина "Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе" является элементом части, формируемой участниками образовательных отношений по подготовке обучающихся по направлению 38.04.02 "Менеджмент".

Предложенные в программе перечень тем лекций и их содержание позволяют получить необходимые теоретические знания в области менеджмента с целью выработки экономических и административно-управленческих решений.

Программа проведения практических занятий, предложенные в ней образовательные технологии, позволяют достичь заявленной цели, а также сформировать необходимые компетенции у обучающихся и подготовить их к изучению учебных курсов, опирающихся на дисциплину.

Предложенная в программе система контрольных процедур и средства их обеспечения позволяют оценить степень освоения обучающимся материала дисциплины и качество сформированных компетенций необходимых для дальнейшей профессиональной деятельности.

Анализ учебно-методического и информационного обеспечения, заявленного в рабочей программе, в полной мере способствует развитию и закреплению полученного материала в рамках контактной работы.

Считаю, что представленная на рецензию рабочая программа полностью удовлетворяет требованиям и может быть использована для подготовки обучающихся по дисциплине " Маркетинг инноваций в агропромышленном комплексе " по направлению 38.04.02 "Менеджмент".

Рецензент:
Директор
ООО «КРЕСТЬЯНЕ»
канд. экон. наук



Т.А. -

Т.А. Мартынова