

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 Шапорова З.Е.

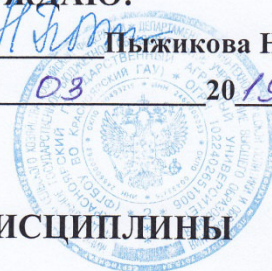
"25" 03 2019 г.



УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Пыжикова Н.И.

"28" 03 2019 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинговое управление предприятиями АПК

ФГОС ВО

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(код, наименование)

Профиль Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)

Курс 2

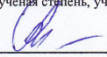
Семестр 4

Форма обучения очная

Квалификация выпускника бакалавр

Красноярск, 2019

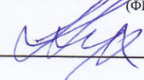
Составители: Антамошкина О.И., к.т.н., профессор
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

 «22» 03 2019г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению 42.03.01
– «Реклама и связи с общественностью»

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 6-19 «22» 03
2019г.

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

 «22» 03 2019г.

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института Юношески
управления АПК протокол № 7 «15» 03 2019 г.

Председатель методической комиссии
Белова ЛА (ФИО, ученая степень, ученое звание) «15» 03 2019 г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности) Мужская Л. П. 9741 1/09
(ФИО, ученая степень, ученое звание) «18» 03 2019 г.

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.....	7
4.1. ТРУДОЁМКОСТЬ МОДУЛЕЙ И МОДУЛЬНЫХ ЕДИНИЦ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.2. СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.4. ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕЗАНЯТИЯ	8
4.5. САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ	10
4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения	10
5. Взаимосвязь видов учебных занятий.....	11
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	11
6.1. КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ (ТАБЛИЦА 9).....	11
6.2 ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» (ДАЛЕЕ – СЕТЬ «ИНТЕРНЕТ»).....	11
6.3 ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.....	11
ОПЕРАЦИОННАЯ СИСТЕМА WINDOWS (АКАДЕМИЧЕСКАЯ ЛИЦЕНЗИЯ № 44937729 ОТ 15.12.2008).....	11
ОФИСНЫЙ ПАКЕТ ПРИЛОЖЕНИЙ MICROSOFT OFFICE (АКАДЕМИЧЕСКАЯ ЛИЦЕНЗИЯ № 44937729 ОТ 15.12.2008).11	
ПРОГРАММА ДЛЯ СОЗДАНИЯ И ПРОСМОТРА ЭЛЕКТРОННЫХ ПУБЛИКАЦИЙ В ФОРМАТЕ PDF ‒ АСРОВАТ PROFESSIONAL (ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ЛИЦЕНЗИЯ № СЕ0806966 ОТ 27.06.2008).	11
ПРОГРАММА ДЛЯ ОБРАБОТКИ РАСТРОВОЙ ГРАФИКИ PHOTOSHOP EXTENDED (ЛИЦЕНЗИЯ ОТ №9093867 18.08.2011).....	11
АНТИВИРУСНОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ KASPERSKY ENDPOINT SECURITY (ЛИЦЕНЗИЯ № 1800-191210-144044-563-2513 ОТ 10.12.2019).....	11
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	15
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	16
Изменения.....	18

Аннотация

Дисциплина Б1.В.04 «Маркетинговое управление предприятиями АПК» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений подготовки студентов по направлению 42.03.01–Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется в институте управления и экономики АПК кафедрой логистики и маркетинга в АПК.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций выпускника: ПК-6 (Способен разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с методологическими основами управления предприятием на основе маркетингового подхода.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме экзамена и промежуточный контроль в форме тестирования, выполнения самостоятельных работ.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единицы, 180 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия - 18 часов, практические - 36 часов и 90 часов самостоятельной работы студента, в том числе 18 часов в интерактивной форме.

Используемые сокращения

ФГОС ВО – Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования

ОПОП – основная профессиональная образовательная программа

Л – лекции

ЛЗ – лабораторные занятия

ПЗ – практические занятия

С – семинары

СРС – самостоятельная работа студентов

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.04 «Маркетинговое управление предприятиями АПК» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений подготовки студентов по направлению 42.03.01–Реклама и связи с общественностью.

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Маркетинговое управление предприятиями АПК» являются «Основы маркетинга», «Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью», «Основы проектной деятельности», Организационное поведение».

Дисциплина «Маркетинговое управление предприятиями АПК» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Оценка эффективности рекламной и PR-деятельности».

Особенностью дисциплины является ее практическая направленность.

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

Целью дисциплины «Маркетинговое управление предприятиями АПК» является освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретения умений и навыков в области управления маркетинговой деятельности организации для удовлетворения требований рынка и получения прибыли.

Задачи изучения дисциплины:

- дать представление о стратегии и тактике маркетингового управления предприятием;
- обучить навыкам организационной, информационно-исследовательской, планово-прогностической и контрольно-ревизионной маркетинговой деятельности, умению организовать и использовать службу маркетинга для решения оперативных и стратегических задач предприятия во взаимодействии со всеми другими функциональными службами предприятия;
- обучить навыкам принятия согласованных решений в области продуктовой, ценовой, распределительной и рекламной политики, умению оценивать результативность маркетинговых усилий предприятия.

Таблица 1

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-6	Способен разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия	Знать: функции менеджера по рекламе для подготовки предложений в маркетинговую стратегию.
		Уметь: разрабатывать стратегию продвижения в составе маркетинговой стратегии.
		Владеть: приемами разработки маркетинговой стратегии для формирования рекламных кампаний.

3. Организационно-методические данные дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов), их распределение по видам работ и по семестрам представлена в таблице 2.

Таблица 2

Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	зач. ед.	час.	по семестрам	
			№ 4	
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	180	180	
Контактная работа	1,5	54	54	
Лекции (Л)/в том числе в интерактивной форме			18/6	
Практические занятия (ПЗ)/ в том числе в интерактивной форме			36/12	
Семинары (С)/ в том числе в интерактивной форме				
Лабораторные работы (ЛР)/ в том числе в интерактивной форме				
Самостоятельная работа (СРС)	2,5	90	90	
в том числе:				
самостоятельное изучение тем и разделов			40	
самоподготовка к текущему контролю знаний			50	
подготовка к экзамену и сдача экзамена	1	36		
Вид контроля			экзамен	

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)
		Л	ЛЗ, ПЗ	
Модуль 1. Современные маркетинговые концепции управления предприятием АПК	48	6	12	30
Модуль 2.	48	6	12	30

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудитор- ная работа (СРС)
		Л	ЛЗ, ПЗ	
Корпоративные и функциональ- ные маркетинговые стратегии				
Модуль 3.Инструментальные маркетинговые стратегии	48	6	12	30
ИТОГО ПО МОДУЛЯМ	144	18	36	90
ПОДГОТОВКА И СДАЧА ЭК- ЗАМЕНА	36			
ИТОГО	180	18	36	90

4.2. Содержание модулей дисциплины

Таблица 4

Содержание лекционного курса

№ п/п	№ модуля и модуль- ной единицы дисци- плины	№ и тема лекции	Вид кон- трольного ме- роприятия	Кол-во часов
	Модуль 1. Современ- ные маркетинговые концепции управле- ния предприятием АПК	Лекция № 1. Современные мар- кетинговые концепции управле- ния предприятием	Тест	4
		Лекция № 2 Оценка маркетинго- вой среды предприятия АПК	Тест	2
	Модуль 2. Корпора- тивные и функцио- нальные маркетинго- вые стратегии	Лекция № 3. Корпоративные и функциональные маркетинговые стратегии	Тест	2
		Лекция № 4. Сегментация рынка	Тест	4
	Модуль 3.Инструментальные маркетинговые стра- тегии	Лекция № 5. Управленческие решения по товарной политике	Тест	2
		Лекция № 6. Управленческие решения по ценообразованию	Тест	2
		Лекция № 7. Управленческие решения по формированию си- стемы распределения	Тест	2
		Лекция № 8. Управленческие решения по маркетинговым коммуникациям	Тест	2
	ИТОГО			18

4.4. Лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 5

Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модуль- ной единицы дисци- плины	№ и название лабораторных/ практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	Модуль 1. Современ- ные маркетин- говые концепции	Занятие № 1. Современные маркетинговые концепции управления предприятием	Отчет по практическому заданию	2

№ п/п	№ модуля и модуль- ной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/ практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	управления предприятием АПК	Занятие № 2. Оценка маркетинговой среды предприятия АПК	Защита кейса	4
	Модуль 2. Корпоративные и функциональные маркетинговые стратегии	Занятие № 3. Корпоративные и функциональные маркетинговые стратегии	Отчет по практическому заданию	2
		Занятие № 4. Сегментация рынка	Защита кейса	4
	Модуль 3. Инструментальные маркетинговые стратегии	Занятие № 5. Управленческие решения	Отчет по практическому заданию	2
		Занятие №6. Управленческие решения	Защита кейса	2
		Занятие №7. Управленческие решения	Отчет по практическому заданию	2
		Занятие №8. Управленческие решения	Защита кейса	2
	ИТОГО:			36

4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины

4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения

Таблица 6

Перечень вопросов для самостоятельного изучения

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
	Модуль 1.Современные маркетинговые концепции управления предприятием АПК	1. Организация и управление маркетингом на предприятии 2. Оценка привлекательности рынков. Выбор стратегии для отдельных рынков 3. Анализ конкурентной структуры рынка 4. Оценка спроса. Сегментация по выбранным критериям 5. Позиционирование выбранного товара 6. Разработка комплекса маркетинга для закрепления позиции.	10
	Модуль 2.Корпоративные и функциональные маркетинговые стратегии	7. Особенности выбора стратегии развития малых, средних и крупных фирм 8. Контроль, оценка и аудит маркетинга	20
	Модуль 3. Инструментальные маркетинговые стратегии	9. Мультиатрибутивная модель товара 10. Установление цен на товары в рамках ассортимента 11. Формирование каналов распределения 12. Продвижение в комплексе маркетинга	10
Самоподготовка к текущему контролю знаний			50
ВСЕГО:			90

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 8

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ЛПЗ	СРС	Другие виды	Вид контроля
ПК-6 Способен разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия.	1-5	1-5			Тест, кейс, практическое задание, экзамен

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Карта обеспеченности литературой (таблица 9)

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

1. Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ на платформе LMS Moodle – Режим доступа: <https://e.kgau.ru/>
2. Научная библиотека Красноярский ГАУ – Режим доступа: <http://www.kgau.ru/new/biblioteka/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>
4. СПС «Консультант Плюс» – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
5. Электронно-библиотечная система «Лань» – Режим доступа: <https://e.lanbook.com>
6. Электронная библиотечная система «Юрайт» – Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/>
7. «Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия», - Раздел «Техника/ Компьютеры и Интернет» – Режим доступа: <https://megabook.ru/>

Информационно- поисковые системы:

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

6.3 Программное обеспечение

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Программа для обработки растровой графики Photoshop Extended (Лицензия от №9093867 18.08.2011).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

Кафедра Логистика и маркетинг в АПК

Направление подготовки (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Дисциплина Маркетинговое управление предприятиями АПК

[illegible]

Технология рекламы и PR	Б.Л. Борисов	М. : ФАИР-ПРЕСС	2001	+	+	+	3
Связи с общественностью	О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов	М. : Юрайт	2018		+		https://biblio-online.ru/bcode/413802
Теория и практика связей с общественностью	С.М. Емельянов	М. : Юрайт	2018		+		https://biblio-online.ru/bcode/415427
Реклама: теория и практика	Л.Н. Федотова	М. : Юрайт	2018		+		https://urait.ru/bcode/413192
Реклама и связи с общественностью	И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов	М. : Юрайт	2019		+		https://urait.ru/bcode/425190
Основы интегрированных коммуникаций	В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед	М. : Юрайт	2019		+		https://biblio-online.ru/bcode/425906
Маркетинговые исследования	Д.В. Тюрин	М. : Юрайт	2019		+		https://biblio-online.ru/bcode/425844
Брендинг	И.Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин	М. : Юрайт	2019		+		https://biblio-online.ru/bcode/425868
Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг	М.А. Николаева	Екатеринбург: УрГПУ	2017		+		https://e.lanbook.com/book/159004

Директор Научной библиотеки



Handwritten signature

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;
- имитационные упражнения, ситуационные задачи;
- case study;
- отдельно оцениваются личностные качества студента (аккуратность, исполнительность, инициативность) – работа у доски, своевременная сдача тестов, выполнение имитационных упражнений, ситуационных задач, презентаций.

Рейтинг – план дисциплины «Маркетинговое управление предприятиями АПК»

	Модули	Часы	Баллы
1	Модуль № 1	44	30
2	Модуль № 2	50	30
3	Модуль № 3	50	30
	Экзамен	36	10
	Итого	180	100

Распределение баллов по модулям

№	Модули	Баллы по видам работ				Итого
		Имитационные упражнения (ситуационные задачи)	Тестирование	Case study	Экзамен	
1	Модуль № 1		30			30
2	Модуль № 2	15		15		30
3	Модуль № 3	15		15		30
	Экзамен	-	-	-	10	10
	Итого	30	30	30	10	100

Задания по всем видам текущей работы и промежуточной аттестации, а также критерии оценивания приведены в ФОС по дисциплине «Маркетинговое управление предприятиями АПК».

Промежуточный контроль по результатам 4 семестра по дисциплине – **экзамен** - проходит в форме контрольного итогового тестирования.

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

Итоговое тестирование включает в себя тестирующие материалы по всему курсу «Маркетинговое управление предприятиями АПК» (35 тест-заданий в одном варианте) и проводится в ЭИОС «Moodle».

Оценивание итогового тестирования осуществляется по следующим критериям:

Обучающийся, давший правильные ответы 87-100% тестирующих материалов (1-5 ошибок), получает максимальное количество баллов – 20.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 73-86% тестирующих материалов (6-10 ошибок), получает 15 баллов.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 60-72% (11-15 ошибок) тестирующих материалов, получает 10 баллов.

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

60 – 73 – минимальное количество баллов – оценка «удовлетворительно».

74 – 86 – среднее количество баллов – оценка «хорошо».

87 – 100 – максимальное количество баллов – оценка «отлично».

Обучающийся, не сдавший экзамен, приходит на пересдачу в сроки в соответствии с графиком ликвидации академических задолженностей: http://www.kgau.ru/new/news/news/2017/grafik_lz.pdf.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Компьютерный класс 2-17 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Учебная аудитория 4-26 – 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, 11 компьютеров на базе процессора Intel Core i3 в комплектации с монитором Samsung и др. внешними периферийными устройствами, комплект мультимедийного оборудования: ноутбук Acer Aspire 5, переносной экран на треноге Medium Professional, переносной проектор Epson EB-X8 2500 со встроенными динамиками.

Программное обеспечение:

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Программа для обработки растровой графики Photoshop Extended (Лицензия от №9093867 18.08.2011).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

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 – 8 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.

Студенты 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.

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 послууху:

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	• в печатной форме; • в форме электронного документа;
С нарушением зрения	в печатной форме увеличенных шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла;
С нарушением опорно-двигательного аппарата	в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла.

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 разработали:

Антамошкина О.И. к.т.н., доцент

(подпись)

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу дисциплины
«Маркетинговое управление предприятиями АПК»
для направления подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)»

Рабочая программа дисциплины «Маркетинговое управление предприятиями АПК» для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)» 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 формирование у студентов представления о маркетинге как управленческой концепции, ориентирующей на эффективное использование потенциальных возможностей и ресурсов предприятия для удовлетворения требований рынка и получения прибыли. Программа отвечает современным требованиям к вопросам, связанным с методологическими основами управления предприятием на основе маркетингового подхода.

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 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)», и может быть рекомендована для использования в высших учебных заведениях.

Рецензент:

Главный редактор
журнала «Агро-Сибирь»



Анисимова О.И.